

**Jahresabschluss Berliner Bio-Supermarktkette****BIO COMPANY expandiert maßvoll weiter**

Das Biohandelsunternehmen erzielte 2022 einen Umsatz von 211,2 Millionen Euro. Nach einem überproportionalen Zuwachs während der Pandemie konsolidiert die BIO COMPANY nun mit plus 11,6 Prozent gegenüber dem Vor-Corona-Jahr 2019 mit 189,2 Millionen Euro. Zum Vorjahr 2021 musste das Unternehmen jedoch einen Umsatzrückgang von 11,85 Prozent gegenüber 239,6 Millionen Euro hinnehmen. Damit entwickelte es sich leicht besser, als das Branchenniveau. Der Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V. (BNN) gab einen Umsatzrückgang von 12,3 Prozent bundesweit für den Bio-Facheinzelhandel bekannt. Gründe für den Rückgang sind beispielsweise die Verunsicherung und Konsumzurückhaltung bei Verbrauchern aufgrund des Ukraine-Krieges, einhergehend mit höherer Kosten- und Preissensibilität. Dennoch zeigt sich Vorstandin Daniela Feldt zuversichtlich: „Wir sind überzeugt davon, nach wie vor ein faires, ökologisches Angebot zu bieten. Dieses schließt auch die Förderung der regionalen Bio-Landwirtschaft mit ein sowie einen nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen. Kund\*innen zeigen uns mit ihrer Treue, dass ihnen Nachhaltigkeit und Regionalität immer noch sehr wichtig sind. Zuversichtlich stimmt uns auch, dass die Umsätze seit Beginn des Jahres wieder leicht nach oben gehen.“

**Weitere Expansion**

Auch bei anspruchsvoller Marktsituation expandiert die BIO COMPANY maßvoll weiter. So eröffneten in 2022 drei neue Märkte in Berlin, in diesem Januar zudem erstmals eine Filiale in Leipzig, weitere sollen in 2023 folgen. Insgesamt führt der Biohändler 66 Märkte, bundesweit ist er unter den Bio-Supermärkten die Nummer 3, in der Metropolregion Berlin-Brandenburg Marktführer. „Wir sind positiv gestimmt, auch in diesen herausfordernden Zeiten einen soliden und erfolgreichen Kurs beizubehalten“, so Feldt, Vorstandin Finanzen. Die BIO COMPANY beschäftigte Ende 2022 1.628 Mitarbeiter, davon 107 Auszubildende. Von den 66 Filialen führt das Unternehmen 52 in Berlin, sechs in Brandenburg, fünf Märkte in Hamburg sowie zwei in Dresden und eine in Leipzig.

**Preisstabilität: Bio oft günstiger, als gedacht**

Bioprodukte sind durchaus inflationsresistent, wie kürzlich auch eine Erhebung des BOELW (Bundesverband Ökologische Lebensmittelwirtschaft) ergab\*. „Unsere Preise sind nach wie vor fair“, so Daniela Feldt. „Wir erleben auch, dass die Preise im Bio-Fachmarkt von den Verbrauchern mitunter ‚gefühlte‘ teurer empfunden werden, als dass sie tatsächlich in der Realität so ausfallen. Zudem steigen Preise von Bio-Produkten teils nicht ganz so drastisch wie das beispielsweise im Vergleich mit konventionellen Lebensmitteln der Fall ist“, erläutert Daniela Feldt. „Gründe sind unser Schwerpunkt auf regionale Lieferketten, die uns zum einen unabhängiger vom Weltmarkt machen,

zum anderen aber auch die Vorteile kürzerer Lieferwege aufweisen, wie beispielsweise beim Energieverbrauch.“ Auch benötige die Bio-Landwirtschaft keine teuren, synthetisch erzeugten Stickstoffdünger oder Pestizide. Ebenso zahlen die langfristigen, gut eingespielten Lieferbeziehungen auf eine gewisse Preisstabilität ein. „Zeitweise liegen unsere Bio-Produkte preislich sogar unter denen für konventionelle Artikel“, unterstreicht Feldt. So berichtete auch der BNN \*\* jüngst, dass die Lebensmittelpreise im konventionellen Handel um bis zu 20 Prozent gestiegen sind, wodurch sich die Preisunterschiede zwischen konventionell und ökologisch erzeugten Lebensmitteln im Jahr 2022 deutlich verringert haben.

### **Nominierung: Deutscher Nachhaltigkeitspreis**

Die BIO COMPANY setzt auch in diesen Zeiten weiterhin auf eine konsequente Nachhaltigkeitsstrategie. Seit 2021 kooperiert sie mit dem Start-up „PFABO“, kurz für PFAndBOx. Dieses Mehrwegsystem wird in allen Filialen des Lebensmittelhändlers eingesetzt. Es kann für lose Waren in den Frischebereichen genutzt werden, um Verpackungen zu vermeiden. So gibt es sie an der Backtheke, der Fleisch- und Wursttheke sowie für Take-away- oder Mittagsgerichte. Sie kostet 5 Euro Pfand, das nach Rückgabe wieder ausgezahlt wird. Die Idee dazu hatte das gleichnamige Start-up aus Wildau. Gemeinsames Ziel von BIO COMPANY und PFABO ist es, Einwegverpackungen und Müll weiter zu reduzieren. Von der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis war BIO COMPANY mit PFABO **für den Next Economy Award (NEA 2.0) 2023 nominiert**. Die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis vergibt seit 2015 diese Spitzenauszeichnung für Start-ups, die auf Nachhaltigkeit und Green Economy setzen.

### **TooGoodToGo: BIO COMPANY spart mit Rettertüten 160 Tonnen CO<sub>2</sub> ein**

Die Bio-Supermarktkette bietet seit Oktober 2021 in all ihren Filialen abgeschriebene Lebensmittel über die App „Too Good To Go“ an. Im Jahr 2022 konnte sie so über 160 Tonnen CO<sub>2</sub> einsparen. Seit Beginn des Engagements bis Ende Dezember 2022 waren es sogar über 200 Tonnen CO<sub>2</sub>. Gut 64.000 Rettertüten konnten in einem Jahr verkauft werden. Hier handelt es sich um Waren, die nicht mehr verkaufsfähig, aber dennoch verzehrfähig sind. Sie können von Kunden abgeholt und vor dem Verfall gerettet werden. Das Unternehmen setzt sich seit Jahren gegen die Lebensmittelverschwendung und unnötigen Ressourcenverbrauch ein. Nicht zuletzt bereits durch Unterstützung von foodsharing von Beginn der Startphase in 2012. Auch kennzeichnet die BIO COMPANY eigene Produkte mit dem Zeichen „Oft länger gut“, ergänzend zum verpflichtenden Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD).

\*Pressemitteilung BOELW

<https://www.boelw.de/presse/meldungen/artikel/bio-wirkt-als-inflationsbremse/>

\*\*Pressemitteilung BNN

<https://n-bnn.de/presse-medien/pressemitteilungen/artikel/bnn-marktdatenerhebung-2022-trotz-rekordinflation-kunden-bleiben-bio-fachhandel-2022-treu>

[www.biocompany.de](http://www.biocompany.de)

Bild: Die 66. Filiale der BIO COMPANY und damit ihre erste in Leipzig.

*24. Februar 2023*

**Pressekontakt:** STURM! Public Relations

Imke Sturm, Knesebeckstr. 92, 10623 Berlin,

Tel.: 030 - 347 05 177, E-Mail: [sturm@sturm-pr.de](mailto:sturm@sturm-pr.de)