

Wachstumskurs: Jahresabschluss Berliner Bio-Supermarktkette**BIO COMPANY wächst weiter deutlich****Bio-Filialist setzt seine Nachhaltigkeitsstrategie fort**

Die BIO COMPANY konnte im Jahr 2018 ihren Wachstumskurs erneut ausbauen. So erzielte das Berliner Bio-Unternehmen 2018 einen Umsatz von 173 Millionen Euro. Gegenüber dem Vorjahr mit 157 Millionen Euro konnte es sich mit gut 10,2 Prozent erneut steigern. Damit liegt es wieder über dem Branchendurchschnitt. Laut Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) verzeichnete der bundesweite Naturkostfachhandel in 2018 insgesamt ein Wachstum von 5,2 Prozent. Auch die Region Berlin-Brandenburg legte zu: Hier lag das Wachstum des regionalen Naturkostfachhandels bei 7 Prozent, wie die Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) bekanntgab.

Die BIO COMPANY bleibt Marktführer in Berlin. Von derzeit 126 Bio-Supermärkten in der Metropolregion Berlin-Brandenburg führt das Bio-Unternehmen 50 Märkte. Im bundesweiten Ranking der Bio-Supermärkte belegt die BIO COMPANY Platz 3. Insgesamt hat das Unternehmen 56 Filialen.

Ende Dezember 2018 beschäftigte die BIO COMPANY 1.608 Mitarbeiter, davon 97 Azubis. Im Jahr 2019 ist geplant, weitere 60 Arbeitsplätze zu schaffen, davon fünf Azubis. Im Jahr 2019 sind drei weitere Neueröffnungen geplant, davon zwei in Berlin und eine in Dresden. Darüber hinaus werden sechs Märkte modernisiert. Bereits in 2018 hatte die BIO COMPANY hohe Investitionen vor allem in die energetische Modernisierung der Bestandsmärkte fließen lassen und auf das neue Laden-Design umgestellt. Trotz Umbau und damit zeitweiser Schließung einzelner Filialen konnte der Bio-Filialist auch im Bestand stark wachsen.

Weitere Stärkung der Nachhaltigkeitsstrategie: weniger Verpackungen, weniger CO₂

„Auch 2019 führt die Bio COMPANY ihren erfolgreichen Kurs einer stärkeren Nachhaltigkeitsstrategie fort“, so Geschäftsführer Georg Kaiser. So wurde Ende 2018 erstmals ein Nachhaltigkeitsbericht erstellt, orientiert an Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Ebenso senkt die Berliner Biosupermarktkette weiter konsequent den Verpackungsverbrauch, um Müll zu reduzieren. Seit Ende 2018 können Verbraucher in allen BIO COMPANYS verpackungsfrei an den Frischetheken für Fleisch und Wurst einkaufen. Alle Filialen bieten zudem das ReCup-Mehrwegbecher mit Pfandsystem an. Fortan wird auch keine neue Filiale mehr mit Einwegbechern eröffnet. Auch die so genannten Knotenbeutel haben ihr Ende: Bis auf wenige Ausnahmen sind alle Plastiktüten in den Filialen abgeschafft. **Bereits jetzt ist der Obst- und Gemüse-Bereich zu 90 Prozent plastikfrei.** Auch die Unverpackt-Stationen zum Selbstabfüllen von loser Ware haben sich bewährt.

Im Bereich Fuhrpark und Mobilität setzt die BIO COMPANY ihr Ziel fort, die Schadstoffbelastungen durch Mitarbeiterfahrzeuge drastisch zu reduzieren. Seit 2018 wurden keine Fahrzeuge mehr mit Benzin- oder Dieselmotoren angeschafft. Dafür wurden im Jahr 2018 fünf Erdgasfahrzeuge erworben und fünf Dieselfahrzeuge abgeschafft. Im Jahr 2019 folgen drei bis fünf Fahrzeuge mit Elektro-Antrieb sowie fünf Erdgasfahrzeuge. Bis 2024 soll die gesamte Flotte von derzeit 40 Fahrzeugen auf Erneuerbare Energien oder ein Mix-Nutzungs-Konzept umgestellt sein. Allen Mitarbeitern wird dieses Mix-Nutzungs-Konzept angeboten, welches ein individuelles Mobilitätsprofil ermöglicht. Dies auf der Basis von öffentlichen Verkehrsmitteln und Sharing-Diensten in Form von Fahrzeugen, Rollern und Fahrrädern.

Die **energieeffiziente Optimierung des Filialnetzes** soll **bis Ende 2019** fertiggestellt sein. Über die Hälfte der Märkte sind bereits auf modernstem ökologischen Standard, einige ältere Märkte befinden sich derzeit in der Umstellung. Zum Konzept der Energiereduktion gehört die Wärmerückgewinnung bei den Kälteanlagen, sodass auf eine Heizung im Verkaufsraum komplett verzichtet werden kann. Aber auch Glastüren an den Frischeregalen sowie die durchgehende Verwendung von LED-Beleuchtung sind Teil des Energiesparkkonzepts. Insgesamt kann so bis zu 40 Prozent Strom eingespart werden.

Ökologisches und soziales Engagement

„Unsere Verantwortung verstehen wir ganzheitlich“, so Geschäftsführer Georg Kaiser. „Ein soziales und ökonomisches Engagement ist für uns ebenso selbstverständlich, wie der respektvolle Umgang mit der Natur und ihren Ressourcen. Um auch zukünftig gesunde, biologische Lebensmittel anbieten zu können unterstützen wir Initiativen, Verbände und Vereine, die sich für den Erhalt und den Ausbau einer ökologischen Landwirtschaft einsetzen“, erläutert Kaiser. Dazu zählen beispielsweise größere Verbände wie der BNN (Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.), der sich an Gesetzesvorhaben beteiligt, beispielsweise an der Weiterentwicklung der EU-Öko-Verordnung. Er verabschiedet aber auch besondere Qualitätsrichtlinien für den Naturkostfachhandel. Ferner werden aber auch kleinere Initiativen unterstützt wie der V.E.R.N. (Verein zur Erhaltung und Rekultivierung von Nutzpflanzen in Brandenburg e.V.) oder auch die ÖTZ (Ökologische Tierzucht GmbH), die sich als gemeinnütziger Träger für eine eigenständige, ökologische Tierzucht einsetzt. „Unsere finanzielle Unterstützung gilt hier dem Engagement gegen das Kükentöten“, so Kaiser. Die ÖTZ fördert Züchtungs-Projekte, die wieder auf „alte“ Rassen setzen, bei denen beide Eigenschaften – Ei und Fleisch – in einem Huhn vereint sind (Zweinutzungshuhn). „Ferner ist es uns eine Herzensangelegenheit auch kleinere Projekte zu unterstützen, die das Miteinander im jeweiligen Kiez unserer Märkte verbessern“, so Kaiser. So fördert das Unternehmen viele Einrichtungen im unmittelbaren Kiez wie Kindergärten, Waldorfschulen, das Umweltfestival aber auch die BUND Jugend sowie die Zukunftsstiftung Landwirtschaft. Die BIO COMPANY unterstützt aber auch Bauern und junge Betriebe. Kleineren Lieferanten werden auch mal Mikrokredite gewährt, um sie zu fördern. Zudem gab es vereinzelt auch eine Unterstützung von Bauern bei Extremwetterschäden. Ebenfalls wurde das Projekt Hühnerlandpfand vom Bauernhof Weggun unterstützt.

www.biocompany.de

Nachhaltigkeitsbericht der BIO COMPANY

<https://www.biocompany.de/ueber-uns/nachhaltigkeitsbericht-2018.pdf>

8. Februar 2019

Pressekontakt:

STURM! Public Relations

Imke Sturm, Knesebeckstr. 92, 10623 Berlin

Tel.: 030 - 347 05 177, E-Mail: sturm@sturm-pr.de