

Jahresabschluss Berliner Bio-Supermarktkette**BIO COMPANY treibt öko voran**

Das Berliner Bio-Unternehmen konnte im Jahr 2019 weiterhin ein starkes Wachstum verzeichnen. So erzielte die BIO COMPANY einen Umsatz von 189,2 Millionen Euro. Gegenüber dem Vorjahr mit 173 Millionen Euro konnte sie sich mit etwa 9,5 Prozent erneut steigern. Damit liegt sie wieder über dem Branchendurchschnitt. Laut Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) verzeichnete der bundesweite Biofachhandel in 2019 insgesamt ein sehr gutes Wachstum von 8,67 Prozent. Die BIO COMPANY bleibt Marktführer in Berlin. Von derzeit 131 Bio-Supermärkten in der Metropolregion Berlin-Brandenburg führt das Bio-Unternehmen 54 Märkte. Im bundesweiten Ranking der Bio-Supermärkte belegt die BIO COMPANY Platz 3. Anfang März 2020 eröffnet das Unternehmen seine insgesamt 60. Filiale. Weitere Märkte sind geplant, ebenso die Modernisierung bestehender Märkte. Ende Dezember 2019 beschäftigte die BIO COMPANY 1.675 Mitarbeiter, davon 90 Azubis. Das Unternehmen ist regional eng eingewoben. Über 100 ortsansässige Lieferanten bedienen die Märkte in der Metropolregion, gut 60 sind es in Hamburg und 30 in Dresden.

Kauf weniger - BIO COMPANY zeigt Haltung

Um für einen achtsameren Umgang mit Lebensmitteln zu sensibilisieren, ging das Bio-Unternehmen im Jahr 2019 auch ungewöhnliche Wege. Mit der großangelegten Kampagne „Kauf weniger“ lud der Bio-Filialist Kunden dazu ein, nachhaltiger und bewusster zu konsumieren. Weiterer Lebensmittelverschwendung soll so Einhalt geboten werden. Auch auf der Fridays-for-future-Demo mit 270.000 Menschen im September in Berlin zeigte sich das BIO COMPANY-Team mit „Kauf-weniger“-Plakaten. „Zwar hat dies auch polarisiert. Aber bei über 90 Prozent der Menschen kam es gut an“, konstatiert Geschäftsführer Georg Kaiser, der mit von der Partie auf der Straße war. „Wir stehen für ein sinnvolles, organisches Wachstum und eine nachhaltige Lebensweise“, führt Kaiser aus. „Hinter jedem Lebensmittel steht der Einsatz von Ressourcen und Arbeitskräften, die diese produzieren. Wir müssen unbedingt vermeiden, dass diese Güter letztlich umsonst in Anspruch genommen werden – für Lebensmittel, die am Ende im Müll landen. Dafür setzen wir uns ein.“

Änderung des MHD: In Einklang mit dieser Nachhaltigkeitsstrategie steht auch die Beteiligung an der Einführung eines erweiterten Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD). Auf allen Eigenmarken der BIO COMPANY wird künftig das Label „Oft länger gut“ stehen. Denn die Produkte sind meist länger haltbar, als der Gesetzgeber anzugeben vorschreibt. Im Jahr 2020 werden so gut 90 Eigenprodukte umgelabelt, der Rest soll sukzessive erfolgen. Damit beteiligt sich das Unternehmen an der Kampagne der Initiative „Too good to go“.

Aus für Einwegbecher, weniger Müll

Auch im Bereich Verpackungen reduziert die BIO COMPANY weiterhin Materialien, wo es nur geht. Seit Anfang des Jahres 2020 gibt es keine Einwegbecher mehr in allen Märkten. Es wird ausschließlich

das ReCup-Mehrwegbecher-Pfandsystem angeboten. Zudem können die Kunden ihre eigenen Mehrwegbecher mitbringen. Rund 250.000 Einwegbecher sollen so pro Jahr eingespart werden. Derzeit wird zudem das ReBowl-System für Take-away-Gerichte in einem Markt getestet. Gut angenommen werden die Unverpackt-Stationen mit loser Ware zum Selbstabfüllen. Ab Mitte März führen insgesamt 13 Märkte diese Stationen. Verbraucher können überdies in allen BIO COMPANYs verpackungsfrei an den Frischetheken für Fleisch und Wurst einkaufen. Auf Knotenbeutel wird zudem verzichtet. Außerdem ist **der Obst- und Gemüse-Bereich zu 90 Prozent plastikfrei**.

Märkte und Fuhrpark: Weniger CO₂

Das Filialnetz wurde 2019 weiterhin **energieeffizient optimiert** und wo möglich auf modernsten ökologischem Standard gebracht. Zum Konzept der Energiereduktion gehört die Wärmerückgewinnung bei den Kälteanlagen, sodass auf eine Heizung im Verkaufsraum komplett verzichtet werden kann. Bei 45 Märkten kann so die Abwärme der Kühlsysteme zum Heizen genutzt werden. Dies spart fast 100 Prozent der Heizenergie in den Verkaufsräumen ein. Glasuren an den Frischeregalen sowie die durchgehende Verwendung von LED-Beleuchtung sind ebenso Teil des Energiesparkonzepts. Insgesamt kann so bis zu 40 Prozent Strom eingespart werden. Der Fuhrpark der BIO COMPANY wird 2020 zu 40 Prozent auf Erdgas umgestellt, zusätzlich gibt es drei Elektrofahrzeuge. Bis 2024 soll die gesamte Flotte von derzeit 40 Fahrzeugen umgestellt sein. Mitarbeitern wird zudem ein 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.

Gemeinsam gegen Ackergifte

Die BIO COMPANY ist seit Anfang 2018 Gründungspartner des Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft e.V. Seitdem unterstützt der Biohändler immer wieder mit Kampagnen die Ziele des Zusammenschlusses. So konnten sich Kunden im März und Oktober durch den Kauf von Aktionsprodukten an der Errichtung von 125 Messstationen in Deutschland sowie der Förderung einer unabhängigen Studie beteiligen. Denn ein Teil des Erlöses ging direkt an das Bündnis. Die Messstationen dienen dazu, bundesweit Ackergifte wie Pestizide in der Luft nachzuweisen. Im April 2020 wird das Bündnis dazu nun eine unabhängige Studie veröffentlichen. Diese zeigt, welche Gifte sich in Naturschutzgebieten, Innenstädten und Bio-Äckern befinden.

www.biocompany.de

27. Februar 2020

Pressekontakt: STURM! Public Relations

Imke Sturm, Knesebeckstr. 92, 10623 Berlin,

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