

**Jahresabschlussmeldung: Wachstumskurs Berliner Bio-Supermarkt****BIO COMPANY mit über 80 Millionen Umsatz**

*Mit Regionalkonzept an die Spitze – 884 Mitarbeiter – Gehälter angehoben – Fusion in Berlin und Investitionen ins Havelland – Prämiertes Bio-Vollsortiment und vielfältiges Engagement: foodsharing & Co.*

**Die Berliner BIO COMPANY hat im Jahr 2012 einen Umsatz von 80,5 Millionen Euro erzielt. Gegenüber 62 Millionen Euro in 2011 entspricht dies einer Steigerung von 29,8 Prozent. Damit setzt der Bio-Filialist seinen erfolgreichen Wachstumskurs fort. Für das Jahr 2013 peilt das Unternehmen die 100 Millionen-Marke an. Bereits im Januar 2013 hat der Bio-Filialist seine 30. Filiale eröffnet, in Potsdam. Insgesamt sind in 2013 alleine bis August sechs Neueröffnungen und damit 35 Filialen geplant. In 2012 eröffnete das Unternehmen sieben Filialen, davon drei nach Umzug in neue Räumlichkeiten. Die BIO COMPANY ist Marktführer in Berlin-Brandenburg und führt weitere einzelne Filialen in Sachsen und Hamburg. Sie ist ein vom Mitgründer Georg Kaiser und Hubert F. Bopp inhabergeführtes Unternehmen.**

**Mit Regionalkonzept an die Spitze**

Gestartet 1999 mit dem ersten Bio-Supermarkt in Berlin-Charlottenburg auf 280 m<sup>2</sup> ist die Fläche bis Januar 2013 auf gut 15.800 m<sup>2</sup> angestiegen - **bis zu 19.000 m<sup>2</sup>** sollen es zum August insgesamt werden. „Damit setzen wir unser organisches Wachstum in einem Weg der wirtschaftlichen Vernunft fort“, beschreibt Geschäftsführer Georg Kaiser den Kurs. „Oft folgen wir damit Zuschriften von Verbrauchern, die sich eine Filiale in ihrer Nähe wünschen“, so Kaiser. Die Besonderheit der BIO COMPANY ist, dass sie ihren Kunden einen besonders hohen Anteil regionaler Waren anbietet. So stammen beispielsweise Obst und Gemüse in Spitzenzeiten **bis zu 40 Prozent aus der Region**. Unternehmensphilosophie ist, durch kurze Lieferwege einen fairen Preis und eine besondere Frische zu bieten. „Wir wollen die regionale Wirtschaft ausdrücklich einbinden und stärken“, so Kaiser. Neben einem langjährigen, oft von persönlichen Kontakten geprägten Regionalpartnernetz versucht man daher, auch kleinste Unternehmen zu integrieren. So beispielsweise jüngst die Gärtnerei AFG aus dem Havelland, die ab März 2013 ausschließlich die Potsdamer BIO COMPANY-Filiale in der Gutenbergstraße beliefert.

### **Mitarbeiter: besondere Dynamik und Herausforderungen**

Mit **884** Mitarbeitern im Januar 2013 ist die BIO COMPANY mittlerweile ein bedeutender mittelständischer Arbeitgeber in der Region Berlin-Brandenburg. Gegenüber Januar 2012 mit 706 Mitarbeitern entspricht dies einer **Steigerung** des Personals von **25 Prozent**. Insgesamt beschäftigt der Bio-Filialist auch 92 Auszubildende und bildet damit im Branchenvergleich überdurchschnittlich viel aus. 2010 erhielt das Unternehmen bereits eine Anerkennung der IHK Industrie- und Handelskammer zu Berlin als ein „**Bester Ausbildungsbetrieb Berlin**“. Neben internen Weiterbildungsprogrammen soll engagierten Lehrlingen ab 2013 auch ein **Auslandspraktikum** ermöglicht werden. „Fachlich qualifiziertes und besonders servicefreundliches Personal ist eine der Säulen unseres wirtschaftlichen Erfolges“, erklärt Frank Osarek, Personalleiter der BIO COMPANY. „Dabei haben auch Quereinsteiger eine Chance: Persönlichkeit ist entscheidend“, so der Experte. „Wer Engagement und Motivation zeigt, dem stehen bei uns alle Türen offen.“ Wöchentliche Seminare zu Warekunde, Kundenkommunikation und Bio-Basiswissen sowie Exkursionen zu den Herstellern runden das Weiterbildungsprogramm ab. Darüber hinaus gibt es individuelle Coachings und ein Programm für Nachwuchsführungskräfte. Besonders innovativ: seit Anfang 2013 setzt das Unternehmen auf flexible „Scouts“ - denn es gibt es fünf neue Fachtrainerstellen, die neue Mitarbeiter direkt vor Ort in den Filialen einarbeiten.

### **Schritt für Schritt: Gehälter angehoben**

Schon im Februar 2012 konnte BIO COMPANY die Gehälter deutlich anheben. Derzeit verdient kein Vollzeitangestellter weniger als 9,18 Euro brutto die Stunde, dies gilt für Einsteiger ohne Berufserfahrung, die Löhne für Fachkräfte liegen höher. Für den April 2013 plant die BIO COMPANY weitere Erhöhungen, die gerade bei qualifizierten Mitarbeitern deutlich spürbar sind. „Wir wollen noch attraktivere Löhne bezahlen und müssen uns dafür weiter anstrengen und auch effizienter werden“, erläuterte Geschäftsführer Georg Kaiser bei der Eröffnung der 30. Filiale. Dabei helfe insbesondere das Wachstum des Unternehmens. BIO COMPANY beschäftigt bewusst keine Leiharbeiter oder Personal aus Subunternehmen, wie oft im Handel aus Gründen der Kostenminimierung üblich, sondern stellt ausschließlich direkt Mitarbeiter ein. „Auch dies spielt bei der transparenten und fairen Gesamt-Lohngestaltung einer Rolle“, so Kaiser.

### **Fusion in Berlin und Investitionen ins Havelland**

Ende des Jahres 2012 wurden die bisherige BIO COMPANY Betriebs GmbH & Co. KG, welche bislang das Filialgeschäft vereinte, mit der BIO COMPANY Beteiligungs- GmbH, die als Zentrale fungierte und noch zwei Einzelfilialen fusioniert. Das Unternehmen firmiert

seit 2013 als **BIO COMPANY GmbH**. „Die verschiedenen Betriebseinheiten waren historisch so gewachsen. Zugunsten effizienterer Strukturen haben wir dies nun vereinfacht“, erläutert Georg Kaiser den Schritt. Für 2013 setzt die BIO COMPANY neben Effizienz und kurzen Lieferwegen besonders auf die Qualität: Ende Januar 2013 hat die BIO COMPANY den Betrieb der ehemaligen **Biomanufaktur Velten** aus einer Insolvenz übernommen. Diese wichtige Fleisch- und Wurstfabrikation zählt zu den langjährigsten Lieferanten des Bio-Filialisten. Seit Februar firmiert der Betrieb als **Biomanufaktur Havelland**. Die 15, teils langjährigen Mitarbeiter, konnten übernommen werden, weitere Fleischer und ein Produktionsleiter sind neu eingestellt. Die Berliner Bio-Supermarktkette sieht mit ihrem Engagement im Umland von Berlin die einzigartige Chance, hohe Qualitätsmaßstäbe hinsichtlich nachhaltiger Bio-Produktion zu setzen. Neben einer 100%-Bio-Qualität, insbesondere auch bei der Fütterung, soll das Tierwohl mit artgerechter Haltung im Vordergrund stehen. Dabei wird auf robuste, der Region angepasste Rassen gesetzt. Ebenso wird es keine Antibiotikavergabe als Prophylaxe geben. Kurze Transportwege und eine schmerzfreie Schlachtung sind weitere Säulen des Konzeptes. Kernbestandteile des Sortimentes werden weiterhin das exklusiv in Velten verarbeitete **Havelländer Bio-Apfelschwein** sein, sowie das **Roggentiner** und das **Uckermärker Rind**.

#### **Vielfalt: Hochwertiges Bio-Vollsortiment mit vielen Eigenmarken**

Die BIO COMPANY bietet Ihren Kunden ein vielfältiges Bio-Vollsortiment mit bis zu 8.000 Produkten. Als „Haus der Bio-Marken“ führt der Filialist authentische Biomarken wie beispielsweise Rapunzel oder Lebensbaum, bevorzugt als Verbandswaren von Demeter, Bioland, GÄA oder Naturland, aber auch viele hochwertige Spezialitäten und Produkte aus der Region „Wir holen ein Stück Land in die Stadt“, so beschreibt Kaiser, der viele seiner Lieferanten persönlich seit den Anfängen kennt, seine Vision. In fast jeder Filiale befinden sich zudem Frische-Bedientheken für Käse, Fleisch- und Wurstwaren. Ebenso ist immer ein Backshop, meist mit einem Bistrobereich integriert. Der Filialist möchte zudem möglichst vielen Menschen ökologische Produkte zu einem fairen Preis anbieten. Derzeit gibt es über 150 eigene BIO COMPANY Produkte und weitere 200 gesunde Basisartikel, die zu einem dauerhaft günstigen Einstiegspreis angeboten werden. Die Qualität und Vielfalt des Sortimentes wurde bereits honoriert: Im September 2012 erhielt die BIO COMPANY den **1. Platz für das „beste Sortiment bei Bio-Supermärkten“ beim DISQ** (Deutsches Institut für Servicequalität).

**Vielfältiges Engagement: foodsharing & Co.**

Die BIO COMPANY setzt sich auf vielfältige Weise für ökologische und soziale Projekte ein. So steht insbesondere der **Erhalt der regionalen Vielfalt von Pflanze und Tier** im Fokus. Sie unterstützt beispielsweise den V.E.R.N., Verein zur Erhaltung und Rekultivierung von Nutzpflanzen in Brandenburg. Dadurch gelangt auch manch alte Sorte wie die Rodelika-Möhre wieder auf den Esstisch der Verbraucher. Ins Gespräch gebracht hat sich die BIO COMPANY seit 2012 insbesondere durch Aktionen im **Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung**. Neben einem **Mehrstuflensystem** zur Reduzierung von abzuschreibenden Lebensmitteln in den Märkten unterstützt die Bio-Supermarktkette aktiv die Verbraucherinitiative **foodsharing**. Übrig gebliebene Lebensmittel, die nicht mehr abverkauft werden oder an Mitarbeiter und wohltätige Organisationen gehen, werden von sogenannten Lebensmittelrettern aus einzelnen Märkten abgeholt und dann zur freien Verfügung an speziellen Verteilplätzen zur Abholung bereitgestellt. Durch das Portal [foodsharing.de](http://foodsharing.de) können sich Menschen mit schmalerem Geldbeutel diese dann abholen. Daneben ist die BIO COMPANY Gründungsmitglied des Fördervereins für ökologischen Landbau (FÖL) und im Märkischen Wirtschaftsverbund (fair & regional) organisiert. Ebenso ist sie aktives Vorstandsmitglied im BNN (Bundesverband Naturkost und Naturwaren e.V.). Unterstützt hat sie auch weitere Organisationen wie beispielsweise Domäne Dahlem, Berliner Tafel, Samaritergemeinde, den Verein für Obdachlosenarbeit, die Bio-Brotbox-Aktionen, die Greenme-Lounge (nachhaltiger Filmpreis), den BUND-Umweltpreis und vieles mehr.

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

*07. Februar 2013*

**Pressekontakt:**

STURM! Public Relations

Beratung für strategische Kommunikation

Imke Sturm, Knesebeckstr. 92, 10623 Berlin

Tel.: 030 - 347 05 177, Fax: 030 - 347 05 178

E-Mail: [sturm@sturm-pr.de](mailto:sturm@sturm-pr.de)