

Bionahrung nicht nur für Besserverdienende

Interview mit Prof. Dr. U. Detmers, Gesellschafterin Mestemacher-Gruppe, Leitung Markenmanagement und Social Marketing

von Clarissa Winter

1. Die knappen Rohstoffmärkte stellen die Ernährungsbranche vor neue Herausforderungen.

Welche Konsequenzen hat die aktuelle Marktsituation für Ihr Unternehmen?

Mestemacher setzt verstärkt auf partnerschaftliche Beziehungen zu Landwirten, um die nachhaltige Beschaffung der Zutaten und der Produktion zu fördern. Zur partnerschaftlichen Kooperation gehören das frühzeitige Absprechen des Bedarfs und spezifischer Qualitätsparameter.

2. Reichen die am Markt zur Verfügung stehenden Qualitäten mengenmäßig aus? Wie sichern Sie Ihren Qualitätsanspruch?

Insbesondere Bio-Getreide ist knapp und teuer. Direkte Beziehungen zu bestimmten Erzeu-

gern sind ein Mittel, um direkte Qualitäts- und Herkunftsnachweise zu erhalten. Mestemacher verarbeitet Brotgetreide und veredelnde Zutaten wie Dinkel und Kürbiskerne ausschließlich von besonders geprüften Lieferanten. Diese müssen präzise Spezifikationen erfüllen und strengen Qualitätskontrollen standhalten. Zudem wird der gesamte Produktionsprozess ständig auf die Einhaltung der Qualitätsnormen hinsichtlich Produktsicherheit und Geschmack geprüft.

3. Führt die aktuelle Entwicklung zu einer stärkeren Sortimentsbereinigung?

Nein. Mestemacher wirkt seit 1985 daran mit, den Ausbau der biologisch bewirtschafteten Fläche zu unterstützen. Mestemacher war der erste Vollkornbäcker, der sb-verpacktes Vollkornbrot mit einer Verzehrfr-

sche in ungeöffnetem Zustand von bis zu 6 Monaten im LEH verkauft hat. Wir haben mit den Produktinnovationen „Bio Family Brotkörbchen“ und „Bio Classic Vollkornbrot“ das Bio-Brot-Sortiment erweitert. Unsere Kernkompetenz werden wir nutzen, um unser Bio-Brot-Profil deutlich hervortreten zu lassen.

4. Welche Auswirkungen hat die Marktsituation auf die Preisgestaltung? Können die höheren Kosten entsprechend weitergegeben werden?

Den deutlichen Preisanstieg im Einkauf von Bio-Roggen und Veredelungszutaten konnte kein Bio-Bäcker auf seine Kappe nehmen. Wir auch nicht. Lebensmittel sind in Deutschland immer noch vergleichsweise billig. Noch immer liegt der Anteil, den deutsche Haushalte

für Nahrung ausgeben, europaweit am unteren Ende. Im Durchschnitt sind das 13 Prozent. Im Vergleich zum Einkommen sind Lebensmittel heute preiswerter als vor 15 Jahren. Während die Nettolöhne in diesem Zeitraum um 18 Prozent zulegten, stieg der Preis für Esswaren um 12 Prozent. Im Jahresvergleich von 2006 zu 2007 wurden Milch und Milchprodukte um 10,5 Prozent teurer, Eier kosteten 4,5 Prozent mehr, die Geflügelpreise stiegen um 11,4 Prozent. Den niedrigsten Anstieg der Verbraucherpreise hat es in der Zeitspanne beim Brot gegeben. Hier lag der Anstieg nur bei 2,3 Prozent. Ich sehe in den gestiegenen Preisen den Vorteil, dass mit Lebensmitteln wieder sorgsamer umgegangen wird. Und: Was der Kunde kauft, wird dann auch tatsächlich verbraucht.



5. Welche Marktentwicklung erwarten Sie im Jahr 2008?

Ich prognostiziere bis 2020 eine weiterhin weltweit steigende Nachfrage nach Bio-Produkten. Ich hoffe sehr, dass die gestiegene Nachfrage auch zu vernünftigen Preisen befriedigt werden kann. Bio-Nahrung muss für alle erschwinglich sein und nicht nur für Besserverdienende. **Halle 7, Stand 230**