

BEI – damit fair gehandelte Produkte eine Chance haben

Gesunde Konkurrenz

Inhabergeführte Bioläden können sich gegen Discounter behaupten – mit besonderen Angeboten

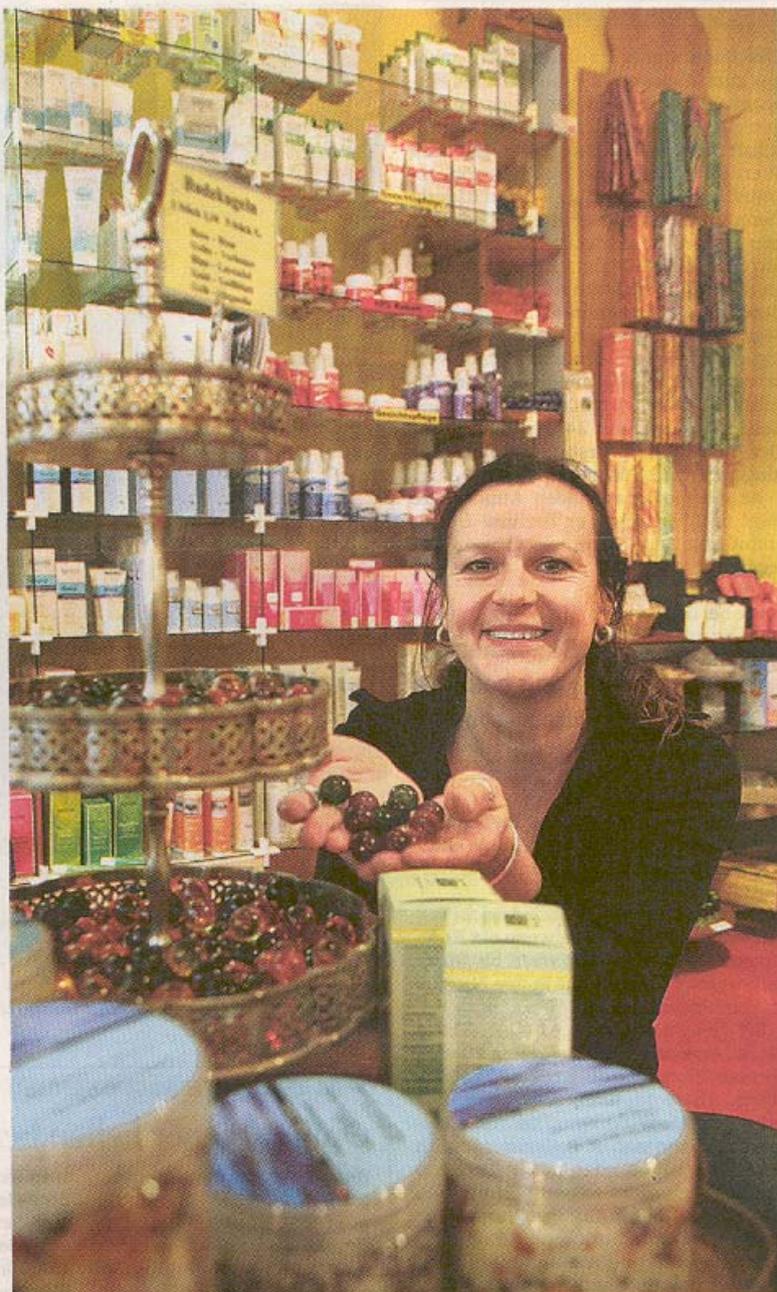
VON LUTZ STEINBRÜCK

Wer sich in diesem Fachgeschäft für Naturkost und Naturkosmetik umschaut, landet mit seinen Blicken unmittelbar in den Kulissen: Im Schaufenster von Biotopia in der Kreuzberger Wrangelstraße findet sich ein roter indischer Sari – als Unterlage für Naturkosmetika. In einer Ecke steht ein Teewagen aus Messing, der mit ökologischen Badezusätzen aufwartet. „Wir richten den Laden ganz nach unserem Geschmack ein“, erklärt Mit-Inhaberin Adi Willnauer. Seit 1993 führt sie die Biotopia GmbH, gemeinsam mit Susanna Guffens und sieben Mitarbeitern.

Bereits 1980 eröffnete in der Wrangelstraße ein Naturkostladen. „Ökotopia“ wurde von einem Ladenkollektiv betrieben. Auch Willnauer und Guffens gehörten dazu. Dann gründeten sie Biotopia. „Weil wir mit unseren Angeboten schon so viele Jahre im Kiez sind, haben wir eine Menge langjähriger Stammkunden“, erzählt Willnauer. Aus ihrer Sicht ist das einer der Gründe, warum sich die Biotopia auf dem immer härter umkämpften Bio- und Naturkostmarkt behaupten kann.

Alteingesessene Bioläden haben es schwer: Seit Jahren bieten auch Discounter Bio-Produkte an. Auch Biomarkt-Ketten machen den inhabergeführten kleineren Geschäften verstärkt Konkurrenz. Das hat in Berlin fatale Folgen: „Ich kenne fünf Bioläden, die allein im letzten Jahr schließen mussten“, sagt Willnauer. Es liegt auf der Hand, dass größere Bio-Märkte sich vor allem dort ansiedeln, wo die kleineren jahrelang „Pionierarbeit leisteten“, wie Willnauer es nennt. In Kreuzberg etwa gibt es bekanntermaßen ein gewachsenes Klientel, das ökologische Produkte bevorzugt.

Für kleinere Bio-Geschäfte scheint die Nische in den Randbezirken zu liegen, wo es entsprechend weniger Angebote gibt. „Meines Wissens haben in den letzten Jahren einige inhabergeführte Naturkostläden in Stadtteilen wie Marzahn oder Adlershof eröffnet“, erzählt Alexandra Becker von der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL). Der Verein bietet jeden letzten Mittwoch im Monat ab 19 Uhr in der Marienstraße 19-20 einen Erfahrungsaustausch für den Naturkostfachhandel an.



Platz ist in der kleinsten Nische. Adi Willnauer, „Biotopia“-Geschäftsführerin, hat außer Badekugeln noch mehr anzubieten: hawaiianische Massagen zum Beispiel. Foto: Thilo Rückes

Dass sich Biotopia keine Umzugsfragen stellen, liegt nicht nur an den Stammkunden. Neben der umfangreichen Produktpalette an Naturkost und -kosmetik auf über hundert Quadratmetern Verkaufsfläche gibt es nämlich ein Studio. Hier bietet Susanna Guffens Kosmetik-Behandlungen und Massagen an. Sie ist nicht nur staatlich geprüfte Diät-Assistentin, sondern auch Naturkosmetikerin – ausgebildet in hawaiianischer und ayurvedischer Massage. Ein ungewöhnlicher Extra-Service, den die meisten anderen Naturkostläden schon aus Platzgründen nicht zu bieten haben. Für Guffens und Willnauer ist dies ihr Schlüssel zum Erfolg.

„Ich finde es wichtig, Schwerpunkte zu setzen, mit denen man sich von anderen Läden unterscheidet“, meint Adi Willnauer. Im Fall der Biotopia sind dies speziell die Kosmetik-Behandlungen und die Massagen. Nahe gelegene Bio- und Naturkostläden, die mit anderen Spezialitäten aufwarten, sieht Willnauer nicht als Konkurrenten. Bei „Kraut und Rüben“ schätzt sie die große und hochwertige Auswahl an Obst- und Gemüsesorten, während sie im „Himmel und Erde“ das Angebot an Weinen aus ökologischem Anbau beeindruckt.

Die Biotopia-Inhaberinnen sind ihrerseits stolz auf Brotsorten im Sortiment, die es anderswo kaum zu kaufen gibt, wie Willnauer sagt. „Wir werden seit vielen Jahren von einigen Bäckereien beliefert, die in Handarbeit auch ungewöhnliche Sorten wie doppelt gebackenes Roggensprossenbrot oder Kamut-Getreidebrot herstellen.“ Ein familienfreundlicher Pluspunkt ist die Geräumigkeit: Es gibt Stellfläche für vier Kinderwagen und eine Ecke, wo sich der Nachwuchs mit Stofftieren und Malbüchern die Zeit vertreiben kann. Außerdem setzt man hier auf ein Stehcafé mit vegetarischen Snacks und Suppen sowie auf die Biotopia-Karte, die Kunden zehn Prozent Rabatt auf alle Angebote gewährt.

„Dass es die Biotopia noch gibt, liegt aber vor allem daran, dass wir kompetent beraten und aus Überzeugung handeln“, erklärt Adi Willnauer. „Vielen Kunden ist das wichtig.“

➤ Weitere Informationen unter:
www.biotopia-berlin.de
www.wrangel-vision.de/mitglieder/biotopia/index.html