

Domicil schließt

Grono (mic). Das Einrichtungshaus Domicil in der Rudolf-Wissel-Straße 24 schließt am Sonnabend, 29. März. „Wir geben derzeit unsere Häuser am Stadtrand auf und gehen wieder in die Innenstädte“, erklärt Domicil-Sprecherin Barbara Toilié. Dafür suche ihr in Lindau ansässiges Unternehmen Franchisepartner. In Göttingen habe man niemanden gefunden. Die Göttinger Mitarbeiterin Ilse Klinge wechselt zu Domicil nach Magdeburg. Von Südniedersachsen aus gesehen sei dies das nächste Möbelhaus der Kette. Die Lindauer hoffen, dass die Göttinger Kunden künftig dort hinfahren. Zu Domicil gehören in Deutschland 20 Einrichtungs- und ein Outlethaus. Göttingen war mit 1400 Quadratmetern Ausstellungsfläche einer der größten Standorte.

Wirtschaft kompakt

Ranzenparty

Göttingen. Eine „Ergonomische Ranzenparty“ richten die Firmen Fritsche und Die Feder am Sonnabend, 8. März, im Kaufpark, Otto-Brenner-Straße, aus. Dort wollen die Veranstalter von 9.30 bis 16 Uhr aktuelle Ranzenmodelle präsentieren. Ob die Ranzen bei den Kindern richtig sitzen, überprüfen die Therapeuten der Praxis Stülpnagel. Auch zu Kinderstühlen, Schreibtischen und Schreibzeug gibt es Informationen.

Kasseler Frühjahrsmesse

Kassel. Die Kasseler Frühjahrsausstellung wird am Sonnabend, 8. März, in den Messehallen eröffnet. Die Ausstellung mit Themen wie Garten, Handwerk oder Wandern ist bis zum 16. März täglich von 9.30 bis 18 Uhr geöffnet. Eintritt: 6 Euro, ermäßigt 5 Euro. Es gibt 3000 kostenfreie Parkplätze.

Ungebremstes Wachstum in der Bio-Branche

Messe Biofach in Nürnberg / Viele Betriebe arbeiten am Kapazitätslimit / Öko-Verordnung

Globaler Appetit auf Bio treibt den Markt voran. Regionale Erzeuger und Händler müssen sich stärker positionieren. Das ist ein Fazit der weltgrößten Messe Biofach, die 47.000 Fachbesucher in Nürnberg besuchten. Unternehmen aus der Region Göttingen wachsen kräftig mit.

VON WOLFGANG BEISERT

Nürnberg/Göttingen. „Wohin steuert die Regionalvermarktung im Naturkosthandel?“ Dieser Frage ging Nina Stockebrand von der Göttinger Universität auf einem der Messe begleitenden Kongress nach. „Der Verbraucher würde noch mehr zu regionalen Produkten greifen, wenn er es denn wüsste“, lautete ein Vortragsfazit der Agrardoktorandin. Generell gilt: Bio boomt weiter.

2006 stellte Börner-Eisenacher in Nürnberg erstmals ein neues Biowurst-Sortiment für SB-Kühlregale bei Discountern vor. „Heute macht unser Umsatzanteil bei Bioware schon 20 Prozent aus“, freut sich Marketingleiter Thomas Herzberg. Kräftig investiert haben die Göttinger dafür in Gebäude, Reinraumproduktion und Wurstmaschinen. Neue Sorten wie die „Vierer-Kette“ oder „Mini-Bratwürste“ sprechen die Zielgruppe der Singles an. Noch immer sucht der Wurstspezialist für sein boomendes Geschäft regionale Bioschweinezüchter als Partner.

Ölmühle Solling

Vor fünf Jahren noch sechs, jetzt 20 Mitarbeiter: So steht die Ölmühle Solling aus Bevern da. Neben kalt gepressten Speise- und Würzölen gehören neue Naturkosmetika und Würzpasten auf Kokosbasis zum Sortiment. Gudrun und

Werner Baensch, früher Entwicklungshelfer, achten ebenso auf regionale Lieferanten wie darauf, die Richtlinien für fairen Handel mit Erzeugern aus Übersee einzuhalten. Am neuen Standort in Boffzen ab Mitte 2008 sollen „ein Naturgarten und eine Versuchsküche Ölkultur erlebbar machen“, verspricht Gudrun Baensch.

Unter der neu ausgerichteten Firma „Bioteemanufaktur“ bietet Jürgen Serr vom Herb-Service aus Kirchgangern und Witzhausen künftig Grün-, Schwarz- und Kräutertees in Premiumqualität an. Zielgruppe der neuen Eigenmarke „Serr's Original“ ist der Lebensmittel-Einzelhandel.

Teebeutel

Neben Erzeugerberatung, Handel, Lagerhaltung und Teebeutel-Abfüllung würde, so der Inhaber, die Marke Serr's Original nun unmittelbar beim Verbraucher sichtbar. Reudink-Biofutter aus Witzhausen liefert wegen des anhaltenden Booms an Schweine-, Rinder-, Milchvieh- und Legehennenhalter schon seit längerem am Kapazitätslimit.

Dienstleister wie die Gesellschaft für Ressourcenschutz GfRS aus Göttingen oder Eco-cert in Northeim beraten und zertifizieren Unternehmen gemäß der EG-Öko-Verordnung.

Wie in den Vorjahren war Naturkost Elkershausen auf dem Gemeinschaftsstand des bundesweiten Verbands „Die Regionalen“ vertreten. Geschäftsführer Hermann Heldberg will Händler und Verbraucher durch hauseigene Publikationen wieder mehr für die originären Werte der Bio-Bewegung sensibilisieren: Umweltschutz, Regionalität und schonenden Ressourcen-Umgang.



Präsentiert neue Eigenmarke „Serr's Original“: Jürgen Serr (M.) mit Felix Prinz zu Löwenstein, Präsidium Naturland (r.) und Prof. Hartmut Vogtmann, Ökolandbau-Experte. Beisert

Tageblatt-Interview mit Nina Stockebrand

Regionale Qualitätsware fehlt oft

Nina Stockebrand promoviert im Rahmen eines vom Bund geförderten Projektes an der Uni Göttingen zum Thema „Regionalmarketing im Naturkostfachhandel“. Mit der Doktorandin sprach Wolfgang Beisert.

Tageblatt: Wollen Verbraucher überhaupt regionale Bio-Produkte?

Nina Stockebrand: Ja, das belegen unsere ersten Untersuchungen. Das Bewusstsein für regionales Gemüse, Back-

waren, Obst, Eier, Molkereiprodukte und Fleisch ist vorhanden.

Gibt es Handlungsbedarf?

Erzeuger und Händler kommunizieren das Thema „regionale Bioprodukte“ zu wenig. Vermehrte Hinweisschilder, ein Plakat über die Erzeuger, am besten eine Hintergrundgeschichte dazu, sind sinnvolle Schritte. Dazu kommt, dass regionale Qualitätsware häufig nicht ausreichend verfügbar ist.

Was ist zu tun?

Die Kommunikation zwischen Erzeugern, Groß- und Einzelhändlern lässt sich verbessern. Gemeinsam sollten sie eine bessere Verfügbarkeit und eine gleichbleibende Qualität von regionalen Lebensmitteln garantieren – etw., indem den Erzeugern eine höhere Abnahmesicherheit gewährleistet wird. Dann würden die Regionen künftig mehr am Bioumsatz profitieren, der zunehmend im Ausland generiert wird.