



Interview mit Manuela Kägi

zum Thema «erstes Umsetzungsbeispiel aus dem Programm „Renaissance“»

Manuela Kägi, wie geht es dem Schweizer Biofachhandel?

Wir sind der Meinung, dass es grosses Handlungspotential gibt und dass der stetig sinkende Marktanteil die Situation noch verschärft. Für alle – auch für uns.

Dass es mit dem Biofachhandel eine flächendeckende Alternative für den Lebensmitteleinkauf gibt, ist vielen Konsumenten nicht bewusst und die Kunden, die den Weg in den Biofachhandel finden, werden durch die unübersichtliche Angebotsgestaltung schlecht geführt. Der Warenkorb im Biofachhandel verkleinert sich und damit sinkt der Kundenfranken tendenziell. Vielen Bio-Unternehmern fehlt es zudem an einer geeigneten Nachfolgelösung und in die Verkaufsflächen wurde oftmals lange nichts mehr investiert.

Worin bestehen aus Ihrer Sicht die grössten Herausforderungen für kleine und mittelgrosse Bioläden auf dem Schweizer Bio-Markt?

In der Sichtbarkeit für Konsumentinnen und Konsumenten. Den eigenen Laden einerseits mit Persönlichkeit und Herzblut zu füllen und andererseits offen zu bleiben für Entwicklungen im Fachhandel, ist für viele Unternehmer sehr herausfordernd.

2018 haben Sie mit Bio Partner Schweiz AG das Programm «Renaissance» ins Leben gerufen. Worum geht es dabei und welche Ziele werden damit verfolgt?

Wir möchten den individuellen Biofachhandel stärken. Wir streben die Zusammenarbeit mit Unternehmern an, die mit uns gemeinsam einhundert grosszügige, moderne Bioläden mit einer hohen Frischekompetenz realisieren wollen. Die Individualität eines jeden einzelnen Bioladens ist für uns dabei ein wesentliches Konzeptmerkmal. Es ist unser Ziel, den Biofachhandel in der Schweiz zu beleben und zu vermehren.



Was bringt «Renaissance» dem einzelnen Bioladen ganz konkret und wer kann überhaupt daran teilnehmen?

Die konkrete Leistung hängt von der persönlichen Situation des Bioladens ab. Wir wollen auf die individuellen Bedürfnisse der Unternehmer eingehen und unser Know-how sowie unsere Kompetenzen gezielt anbieten. Das beginnt bei der Suche nach dem optimalen Standort, führt über die Mitarbeiterentwicklung und mündet in der Vermittlung eines starken Finanzierungspartners. In den nächsten Monaten helfen wir zudem eine Branchentreuhandlösung aufzubauen, arbeiten mit den ersten Läden an gemeinsamen Marketingmassnahmen und suchen optimale Lösungen für die Personalsuche sowie einen Personalpool.

Gemeinsam mit dem Bioladen «Öpfelbaum» in Uster wurde das Renaissance-Programm erstmals angewendet. Woran erkennt man das beim neuen «Öpfelbaum» besonders?

Beispielsweise am Bistrotangebot. Dieses ist fester Bestandteil des Renaissance-Konzepts und wurde im Öpfelbaum umgesetzt. Auch in viele weitere Bestandteile des Öpfelbaums sind Ideen aus Renaissance eingeflossen. Das ganze Spektrum wird wohl erst nach und nach ersichtlich.

Welche Rolle hat Bio Partner im Renaissance-Prozess mit dem Öpfelbaum eingenommen respektive wie hat sie den Bioladen dabei unterstützt?

Ich habe den Öpfelbaum als unser erstes Projekt persönlich begleitet. Dort, wo der Öpfelbaum dies für sinnvoll erachtete, haben mein Team und ich viel Herzblut, Know-how und tatkräftige Unterstützung eingebracht. Gemeinsam mit dem Team des Öpfelbaums entwickelten wir das neue Geschäftsmodell oder gaben eine Empfehlung für den Finanzierungsantrag ab. Bei der Konzeption der Ladenräumlichkeiten liessen wir unsere Ideen genauso einfließen wie im Sortimentierungsprozess.



Welche Erfahrungen haben Sie im Renaissance-Prozess mit dem Öpfelbaum gemacht?

Da gibt es eine Menge. Wir sind zu einer Zeit in die Begleitung des Öpfelbaums eingestiegen, als die Konzeption in den Kinderschuhen steckte. In wenigen Monaten lernten wir vieles dazu. Aus diesem Wissen, das punktuell durch Expertenwissen angereichert wurde, resultierten beispielsweise ein Marketing- sowie Ladenbauhandbuch. Davon können nun auch andere Läden profitieren.

Wie geht es mit Renaissance weiter oder ganz konkret: Welche weiteren Läden sind bei Renaissance bereits dabei?

Von sieben Bio-Unternehmern liegen uns Standortsuchaufträge vor. Zudem starten wir im Sommer mit gemeinschaftlich koordinierten Marketingmassnahmen, mit denen wir erstmals auch bestehende Läden – ohne akuten Veränderungsbedarf – passend abholen können. Weiter suchen wir schweizweit nach attraktiven Standorten und innovativen Unternehmern.

Steckbrief Manuela Kägi

Manuela Kägi (39) ist Leiterin Handel & Gastronomie und Mitglied der Geschäftsleitung bei Bio Partner Schweiz AG. In dieser Funktion leitet sie das Programm «Renaissance». 2010 trat sie bei Bio Partner ein. Vier Jahre lang leitete sie den Bereich Detailhandel bevor sie 2018 Mitglied der Geschäftsleitung wurde.