

Tradition und Innovation

Die Werte der Pioniere in Unternehmen heute

Sehr verehrte Damen und Herren,
liebe Freundinnen und Freunde,

mein Name ist Sina Nagl, ich bin Pionierin.

Und zwar als Mitgründerin von Barnhouse Naturprodukte GmbH, einem der ersten Hersteller von biologischen, verarbeiteten Produkten. Damals wie heute 100% Bio.

Im Hintergrund sehen Sie einige unserer Mitarbeiter, mit Impressionen aus unserem Betrieb in Mühldorf/Inn.

Ich wurde gebeten, ein wenig aus dem Nähkästchen zu plaudern.

Wie steht es denn heute mit unseren Idealen vom Beginn unserer Firmengeschichte:

Dazu darf ich eine kleine Geschichte erzählen:

Als ich einmal von einer Veranstaltung in Köln zurück nach München fuhr, sass neben mir im Zug ein führender Mitarbeiter eines Lebensmittelherstellers.

„Bio“ ist ein schönes Zusatzgeschäft, erklärte er mir, jetzt, wo der Markt förmlich explodiert. Ihre Standbeine seien Catering und Großküchen, Hilfsmittel und Zusatzstoffe für die Lebensmittel-Industrie, daneben Diät- und Reformprodukte, darunter eben „bio“.

Während der Herr mir noch in den blühendsten Farben ausmalte, wie wunderbar alle Prozesse bei seiner Firma über EDV Steuerung laufen, dachte ich bei mir:

...brauchen wir vielleicht eine neue Naturkostbewegung? Zurück zu den Wurzeln?

„So war das doch damals nicht gemeint“ wollte ich ihm zurufen!

Wir wollten natürliche Lebensmittel herstellen. Nicht austauschbare

Allerwärtsprodukte wie viele der modernen Bio-Waren heute. Längst sehen wir,

wohin die Verwässerung von EG-bio führen kann: da wird einfach nur

konventionelles Weißmehl durch Bio-Weißmehl ersetzt, damit wird ein Blätterteig

gebacken, der Haltbarkeit wegen mit Hilfe von Zitronensäure, ein Biowürstchen (mit

Nitratpökelsalz, ist ja erlaubt) rein und fertig ist das Würstchen im Schlafrock. Nun ab in die Mikrowelle damit!

Ist Ihnen der inflationäre Gebrauch von Guarkernmehl, Johannisbrotmehl, Pektin und Stärke zum Zwecke der raschen Andickung, wie auch Zitronensäure, Ascorbinsäure und Acerolakirschsäure als Konservierungs- und Feuchthaltemittel auch schon aufgefallen? Was haben denn diese isolierten Zutaten in unserer Nahrung verloren?

Die Antwort ist einfach: sie machen die Prozesse schneller und das Produkt billiger. Biopioniere wie wir haben es geschafft, dass Kunden heute bei Aldi zu Bio-Suppen greifen und dabei denken: „Ja, die sind besser für mich“. Und jetzt lassen wir sehenden Auges zu, dass mit dem Versprechen „bio ist gesund“ allerorten Geld verdient wird, das Versprechen selbst aber nicht eingehalten wird? Biolebensmittel sind nicht automatisch gesund für den Menschen, sie sind oft nicht einmal mehr „Lebensmittel“ in dem Sinn, den wir damals gemeint haben: Mittel zum Leben.

Als wir angefangen haben, uns für die Bioidee zu begeistern und unsere ersten Produkte zu entwickeln, da waren die Ergebnisse sicher gesünder als konventionelle Nahrungsmittel, - häufig aber nicht so schmackhaft.

Heute ist es genau andersherum: Bioware schmeckt genauso gut oder besser, als herkömmliche Nahrungsmittel – ist aber oft nicht gesünder als diese. Geblieben ist der pestizidfreie Charakter, aber schon heute verändern allerlei Füllstoffe und technologische Hilfsmittel den Geschmack und machen das Nahrungsmittel massentauglicher, billiger, leichter und damit effizienter zu produzieren.

Außerdem sind die allermeisten Biolebensmittel inzwischen mit den konventionellen völlig identisch – der einzige Unterschied besteht darin, dass sie „Bio“ sind. Natürlich können diese Produkte von den großen konventionellen Lebensmittelherstellern ganz einfach produziert werden. Und natürlich auch billiger als zum Beispiel von einem mittelständischen Unternehmen wie Barnhouse.

Ich habe Barnhouse 1979, gemeinsam mit Neil Reen, meinem englischen Freund und Geschäftspartner, gegründet. Damals haben wir je Blech ca. 600g Knuspermüsli unserer Wohnung in München gebacken und am nächsten Tag mit handgemalten,

kopierten Etiketten an die ersten 5 Bioläden in der Region ausgeliefert, meist mit dem Rad.

Heute backen wir in unserem modernen Bio-Betrieb im beschaulichen Mühldorf am Inn Krunchy für ganz Europa in drei Schichten rund um die Uhr, fünf Tage die Woche. Wir sind sogar in Dubai und in Australien vertreten.

Natürlich wollten wir nie Unternehmer werden. Wir wollten die Welt retten. Das war unsere Idealvorstellung.

Unsere ersten und frühen Mitarbeiter waren allesamt Freunde und Mitstreiter. Pestizidfreies Getreide war die Basis unserer Krunchy-Backversuche.

Mehr „bio“ gab es damals nicht. Erst unser Angebot, Sonnenblumenkerne, Öl, Nüsse, Sultaninen ohne Insektizide und Chemie für einen weit höheren Preis anzukaufen, ließ diese Landwirtschaft entstehen. Mit jedem Kilo mehr, das wir an den Mann oder die Frau bringen konnten, haben wir geholfen, Boden, Wasser und Luft wieder ein Stückchen sauberer werden zu lassen.

So war das Gefühl damals. Sonst hätten wir uns nie so abrackern können.

Der Weg zum wirtschaftlichen Erfolg von Barnhouse, und anderen Pionieren der Biobranche, war lang und hart. Und dass ich heute aus ganz anderen Gründen als damals größte Mühe habe, ökologisch angebauten Hafer zu erstehen – nämlich weil die Großen der Lebensmittelbranche ihn mir wegkaufen – das ist doch eine Ironie des Schicksals. Aber es ist auch ein Riesenerfolg für Boden, Luft und Wasser!

Nun zu den Idealen:

Wir sind alle nicht mehr so jung wie damals. Von dem Gedanken, dass wir die Welt retten können, haben wir uns ein bisschen entfernt.

Aber Ideale und echte Werte haben wir doch.

Vieles, wofür wir in den 70er Jahren eingetreten sind, ist heute Standard in der gesamten Wirtschaft geworden:

Zum Beispiel:

Der Führungsstil: wir wollten keine Chefs sein, alle miteinander sollten am gleichen Strang ziehen, die große Familienidylle. Spät erst haben wir eingesehen, dass „alle für einen-einer für alle“ nicht für jedermann lebbar ist. Einer muss das Schiff steuern. Dennoch hat sich der Führungsstil seit damals generell geändert: es gibt Mitarbeiterversammlungen, Beteiligungsmodelle, Kummerkasten, regelmäßigen Austausch, Mitbestimmung. Anregungen und Kritik der Kollegen werden genauso wertgeschätzt wie Reklamationen unserer Kunden: als Hilfe besser zu werden.

Der Umgang mit Marktteilnehmern, Lieferanten, Kunden:

- **win-win** ist das Schlagwort der **90er** geworden.

Wir in der Branche haben versucht, von Anfang an so zu handeln, dass es allen nützt:

Den Landwirten, den Müllern, den Läden, den Kunden.

Von korrupten Lieferantenvertretern kaufe ich immer noch nicht. Verträge waren, bis vor kurzem, auch per Handschlag geschlossen, gültig. Aber: das wird immer enger.

Umweltschutz: Nicht nur weil es sich rechnet.

Bio für uns war damals, und ist heute noch gelebter Umweltschutz.

Ich nutze die Natur gemäß IHREN Möglichkeiten, nicht nach meinen...

Die Biobewegung ist daraus entstanden, es war ein politischer Protest.

Die Vollwertler und Gesundheitspäpste haben sich ihr angeschlossen, nicht umgekehrt. Gesunde, naturbelassene Lebensmittel entstehen, wenn man sie giffrei anbaut, lagert und verarbeitet. Das war das Ziel, nicht unbedingt der Gesundheitsaspekt.

Noch in den 80er Jahren zeigte die allererste Leseranlyse von Schrot&Korn, dass über die Hälfte aller Kunden für Naturkost, aus dem Umweltgedanken heraus kauften.

Heute ist gerade noch Tierschutz ein Motiv, meist geht es um die eigene Angst vor Allergien und Krankheiten, ausgelöst durch mannigfaltige Lebensmittelskandale.

Und, auch, weil es „chic“ ist, Bio zu kaufen.

Zurückgeben, was wir bekommen: Sponsoring, Hilfsgütertransporte, Unterstützung bei Umwelt- und sozialen Problemen, ist selbstverständlich bei Bio-Unternehmen.

Nicht weil wir „Gutmenschen“ sein wollen, weil wir es einfach, immer noch, fair finden.

Standards für biologische Lebensmittelwirtschaft gab es nicht.

Barnhouse war Gründungsmitglied des BNN Herstellerverbandes. Im Vorstand hat mein Kompagnon Neil Reen zusammen mit unserem **Mitbewerber** Weckmann die Richtlinien für Müsliverarbeitung erstellt, die für uns heute noch gelten:

- * Volldeklaration – lange ehe das Pflicht wurde
- * Keine Aromen, Farbstoffe, Geschmacksverstärker – auch keine „natürlichen“
- * schonende Verarbeitung weit gehendst natur belassener Rohstoffe
- * Transparenz bis hin zum Verbraucher
- * und: 100% Biologische Rohstoffe, nicht 70%.

Was es gab in Bio, wurde gekauft, egal der Preis.

Heute ist der Preis zu wichtig geworden.

Wir laufen Gefahr, keine heimischen Rohstoffe mehr angebaut zu bekommen.

Damals entstanden Begriffe wie „Inverkehrbringer“, als Abgrenzung zu Herstellerbetrieben. Hersteller waren Leute (wie wir), die „die Finger im Teig“ hatten. Kein Scherz, das stand in den Statuten!

Andere Ideale haben wir uns bewahrt, weil sie uns ein persönliches Anliegen sind:

Jugendarbeit: 20% unserer Belegschaft sind Auszubildende, häufig junge Ausländer.

Wir wurden überhaupt nur Ausbildungsbetrieb, weil wir eine junge, intelligente Griechin hatten, die eine Chance verdiente. Heute ist sie Geschäftsführerin in einem Betrieb in ihrer Heimat.

Frauen fördern: in der Branche sind weit mehr weibliche Führungskräfte anzutreffen als sonst in der so genannten „freien“ Wirtschaft.

Gleiche Chance für alle, auch Ältere, Jugendliche, Leute mit Handicaps.

Energiewirtschaft: In vielen Bio-Firmen werden alternative Energiequellen genutzt, erste Blockheizkraftwerke, Solaranlagen, Wärmerückgewinnung, Grasdächer, baubiologisch sinnvolle Materialien wurden eingesetzt, sobald das Geld dafür vorhanden war. Spät genug.

Auch Wasserbelebungsgeräte wie Grander.

Nicht zuletzt: den Umgang mit unumgänglichen Schadstoffen wie Verpackungsmüll: lange ehe es verboten war, verzichteten wir auf PVdC in den Folien. Wir verwenden heute noch keine Aluverpackung.

Regionalität: kauf was in der Nähe wächst. Keine Sonnenblumenkerne aus China. Kein Amaranth aus Südamerika.

Wie steht's heute mit der Fairness im Miteinander

Früher hatte Rapunzel den Spruch auf ihrem Müsli:

Leit hoits zam.

Wui jeda was extras ham, nutzt blos am Feind.

Drum: Leit hoits zam.

Lange wurden im Großhandel Gebietsgrenzen respektiert.

Kein Hersteller würde ein Produkt machen, das schon ein anderer für sich entdeckt hatte. Wenn doch, teilte man sich das mit und entschuldigte sich dafür!

Das hat sich grundlegend geändert, der Markt ist voll und me-too Produkte scheinen oft das einzige zu sein, was einem noch einfällt.

Ich bin der festen Überzeugung, dass Bio-Hersteller wie wir mehr denn je gebraucht werden. Sehen Sie, täglich drängen neue Bioprodukte auf den Markt, meist nur der zehnte Bio-Ketchup, der hundertste Bio-Brot-Aufstrich usw. - es gibt kaum noch Ideen, jeder kuppert nur die erfolgreichen Produkte des Anderen ab und drängelt sich rein, so gut er kann.

Wie im konventionellen Markt siegt auch in Bio jetzt derjenige, der mehr Geld für Werbemaßnahmen ausgeben kann.

Mit guter biologischer Qualität und Wirtschaftsweise hat das aber nichts zu tun.

Bei Barnhouse konzentrieren wir uns heute auf ein einziges Produkt:

unser Krunchy in verschiedenen Sorten - und ein paar kreative Frühstücksmischungen!

Wir haben immer Lebensmittel entwickelt, von denen wir absolut überzeugt waren, dass sie einzigartig sind.

Auch wir hatten mal Suppen – mit Dinkel-Vollkornmehl – statt Stärke.

Auch wir hatten mal Puddinge – mit Dinkel-Vollkornmehl, statt Stärke.

Auch wir hatten mal Babynahrung – mit Vollkornmehl, statt Stärke.

Wir machen nicht die Rohstoffe maschinentauglich, nein, wir erfinden Maschinen, entwickeln Prozesse, die die Zutaten so schonend und vollwertig wie möglich belassen.

Wir lassen unserem Krunchy ZEIT – es wird nicht bei höchstmöglicher Temperatur und dick belegt durch den Ofen gejagt, nein, es wird gebacken, wie ein guter Butterkeks. Sanft, schonend. So entsteht auch kein Acrylamid!

Wir fühlen uns der gesunden Erde verpflichtet! Nach wie vor.

Nur, weil wir nach so langer Zeit endlich auch wirtschaftlichen Erfolg haben - das hat eh' so lange gedauert - lassen wir nicht von unseren Prinzipien ab.

Menschen, die im Naturkostladen einkaufen, erwarten zu Recht eine hervorragende Qualität Ihrer Lebensmittel. Diese Leute können wir nicht enttäuschen.

Die alten, bekannten Biomarken und wir Biohersteller haben fast 30 Jahre gebraucht, um dieses Vertrauen aufzubauen.

Es gibt nur *einen* Weg, sich als Biohersteller zu profilieren: mit richtig guten Biolebensmitteln, die diesen Namen auch verdienen und die den Kunden nicht enttäuschen.

Das muss man kommunizieren und versuchen, diesen Wert in den Köpfen der Menschen zu verankern.

Wie Sie sicher wissen, haben nicht wenige „Biopioniere“ ihr Unternehmen inzwischen an Konzerne verkauft. Diese wollen sich durch den Zugriff auf „bio“ auch in diesem Bereich Geschäfte sichern.

Selbstverständlich loten solche Firmen alle Möglichkeiten aus, billiger zu produzieren und dabei teurer zu verkaufen. Endlich gibt es im knallhart umkämpften Lebensmittelmarkt eine Region, in der sich noch Geld verdienen lässt! (Dank unserer guten Vorarbeit!)

Es gibt aber auch noch Unternehmen, die mit der Entwicklung mithalten konnten, die gewachsen und professionell geworden sind und die dabei ihre Ansprüche und Ideale nicht verraten haben. Ökologische Produkte in 100 %iger Bioqualität herzustellen oder zu vertreiben und dabei ein sehr hohes Qualitätsniveau des Lebensmittels selbst zu halten – das ist doch ein wunderbares Ideal. Ja, es ist eigentlich ein Menschenrecht, finde ich.

Natürlich sind wir inzwischen Unternehmer geworden. Unsere Angestellten arbeiten nicht aus Überzeugung bei uns, sondern weil wir ihnen einen Arbeitsplatz bieten und für ihre Arbeit Geld bezahlen.

Wir können es uns auch nicht leisten, unseren Lieferanten mehr zu zahlen, als unbedingt nötig, ich bin in Verhandlungen ziemlich hart, das gebe ich gern zu.

Was Werbung und Lobbyarbeit anbetrifft, sind wir sehr bescheiden. Das Geld und der riesige Aufwand, der da betrieben wird, ist uns einfach die Mühe nicht wert und es tut uns schlicht Leid um's Geld.

Aber unser Produkt und unsere Kunden – die tragen wir auf Händen. Für die Qualität unseres Krunchys und für die Zufriedenheit der Menschen, die es kaufen und uns damit erlauben weiterzumachen, tun wir vieles.

Jetzt habe ich genug geredet. Reden ist ja nicht überlebenswichtig für den Bio-Gedanken. **Taten sind es und ausgezeichnete Produkte!** Das ist mein Ideal.
Sina Nagl, Berlin, den 26.1.2007