„Es war eine Befreiung“

Erdkorn-Geschäftsführer Thomas Hinz, 45, über seinen Ausstieg bei Aldi und die Konkurrenz der Discounter



SPIEGEL: Herr Hinz, die Biobranche wächst, und Sie profitieren vom Boom, den Discounter wie Lidl oder Ihr früherer Arbeitgeber Aldi losgetreten haben.

Hinz: Sicher profitieren wir. Aber der Boom ist relativ. Wir haben auf dem gesamten Markt etwa 15 Prozent Umsatzwachstum. Davon entfallen auf den Fachhandel aber nur 6 Prozent. Der Rest geht an die großen konventionellen Ketten mit ihrem Biosortiment.

SPIEGEL: Ist Aldi-Bio schlechteres Bio als Ihres?

Hinz: Wir haben jedenfalls oft das bessere Bio. 75 Prozent unseres Sortiments sind nach den strengen Richtlinien von Anbauverbänden wie Demeter oder Bioland hergestellt. Je mehr die EU-Bio-Richtlinie aufgeweicht wird, desto wichtiger wird das.

SPIEGEL: Was war der Auslöser, Aldi vor sieben Jahren zu verlassen?

Hinz: Das waren zu 90 Prozent persönliche Gründe. Ich hatte jahrelang auch zu Hause Aldi-Produkte proklamiert: „Beste Qualität zum besten Preis.“

SPIEGEL: Und auf einmal sind Sie umgefallen?

Hinz: Auf einmal bin ich umgefallen. Da reichten die Argumente nicht mehr aus. Meine Frau hatte angefangen, Bioprodukte als Konkurrenz auf den Frühstückstisch zu stellen. Unsere Kinder wurden geboren. Unsere Freunde haben gesagt: Wir verstehen dich ja, aber schau mal auf die Herstellungspreise, auf den Pestizidanteil, auf die Ausbeutung von Arbeitern. Das hat mich aus meiner geistigen Enklave geholt.



NEUHAUSER / ULLSTEIN BILD

Bio-Manager Hinz
In fünf Jahren an die Börse

SPIEGEL: Und dann sind Sie raus?

Hinz: Ja, es war eine Befreiung. Bio war ja für Aldi-Nord nie mehr als ein Trend. Die haben ihr Biosortiment schon wieder von etwa 20 auf eine Handvoll Produkte runtergefahren.

SPIEGEL: Sie waren bei Aldi Regionalgeschäftsführer. Darüber kommt nur noch der Verwaltungsrat der Familie Albrecht. 2001 fingen Sie dann in Ihrem ersten Laden in Hamburg wieder hinter der Kasse an.

Hinz: Ja, die Hälfte der Zeit war ich an der Ladentheke, die andere Hälfte am Schreibtisch. Inzwischen hat Erdkorn 13 Filialen. Wir haben voriges Jahr 18 Prozent mehr Umsatz gemacht als 2005 ...

SPIEGEL: ... und da waren es bereits 18 Millionen.

Hinz: Jeder Bioladen macht heute ein gutes Geschäft. Aber die Grenze ist da, wo heute die Global Player einsteigen. Wir wollen uns dafür einsetzen, dass die Welt besser wird.

SPIEGEL: In Südspanien werden Biotomaten von afrikanischen Flüchtlingen zu Hungerlöhnen gepflückt. Das Spiel der Global Player spielen Sie doch längst mit.

Hinz: Wir setzen uns mit unseren Möglichkeiten für faire Prozesse ein, ohne den nötigen Gewinn aus den Augen zu verlieren. Die Wertschöpfungskette muss aber gerechter werden.

SPIEGEL: Die Discounter haben oft dieselben Zwischenhändler wie Sie.

Hinz: Nur zum Teil. Das Thema ist komplex. Ein Importeur hat zum Beispiel lange den Biofachhandel bedient, wo das Kilo Möhren dann für 1,29 oder 1,49 Euro in den Regalen lag. Und irgendwann haben die Discounter ihm gesagt: Wir zahlen dir für das Kilo viel weniger – aber nehmen dir pro Jahr 28 000 Tonnen ab, drei Jahre lang. Dadurch entsteht eine Chance für die Produzenten und gleichzeitig ein unheimlicher Druck. Und das wollen wir nicht. Wir zahlen das, was der Erzeuger braucht.

SPIEGEL: Dennoch: Auch Ihr Geschäftsprinzip ist Discount. Sie bieten Kaffee 50 Prozent billiger als im kleinen Ökoladen an, haben Sie unlängst geprahlt.

Hinz: Das ist schon etwas her. Das Discounter-Konzept war für Biowaren nicht ideal.

SPIEGEL: Wurden Sie die Geister, die Sie riefen, nicht mehr los?

Hinz: Wir mussten uns jedenfalls deutlicher von den herkömmlichen Discountern Aldi und Lidl unterscheiden. Wir haben unseren Marktauftritt geändert. Da steht nichts mehr von Bio-Discount. Das sind wir nicht. Der Slogan ist jetzt „Besseres Bio günstiger einkaufen“.

SPIEGEL: Im Biohandel nimmt der Betrug zu. Wie sichern Sie sich gegen verunreinigte, belastete Ware?

Hinz: Wir machen, wie unsere Großhändler auch, Labortests. Und unsere Auditierer gehen auch unangekündigt auf die Höfe unserer Produzenten.

SPIEGEL: Warum sieht man so wenig gekennzeichnete Umstellungsware im Handel? Bis Bio wirklich Bio heißen darf, müssen ja, je nach Produkt, zwei bis drei Jahre vergehen, was auf den Etiketten stehen muss.

Hinz: Ich hab das auch noch nicht gesehen. Das kommt mir sehr komisch vor. Wir handeln nicht mit Umstellungsware.

SPIEGEL: Wie wird die Biobranche in fünf Jahren aussehen?

Hinz: Bei den Discountern wird Bio wieder zurückgehen. Das bessere Bio wird im Fachhandel bleiben, der übrige Handel wird mit der aufgeweichten EU-Bio-Norm zurechtkommen müssen. Insgesamt wird der Markt wachsen, auf vielleicht acht Prozent. Und Erdkorn sollbis dahin an die Börse – als größter deutscher Biofachhändler.

INTERVIEW: NILS KLAWITTER