

PRESSEINFORMATION



Die Revolution geht in die nächste Generation!

Das war das 3. BiolebensmittelCamp 2019 in Fulda

Vom 16. bis 17. März waren sie im Morgensternhaus in Fulda zu Gast, um zu diskutieren, sich auszutauschen und neue Impulse zu geben: UnternehmerInnen der Biobranche, HerstellerInnen, ErzeugerInnen, VertreterInnen aus Gastronomie und Hotellerie, der Fachhandel, außerdem Verbände, BeraterInnen, Medien- und PressevertreterInnen. An beiden Tagen konnten die 80 TeilnehmerInnen bei 14 Sessions mitmachen, die zu Beginn in gewohnter BarCamp Tradition aus 20 eingereichten Sessions ausgewählt wurden. Außerdem sprachen Gudrun und Sophie Schweisfurth in der Keynote „Helden und ihre Kinder“ über ihre persönlichen Erfahrungen beim Generationenwechsel der Herrmannsdorfer Landwerkstätten. Beim Impulsvortrag am Sonntagmorgen gab Alexander Beck von AöL einen Ausblick in die Zukunft unserer Ernährung. Das Team rund um Veranstalter Wolfgang Falkner sorgte wie immer charmant für einen reibungslosen Ablauf.

Biopioniere und die Next Generation

Der Generationenwechsel beschäftigt die Branche zunehmend. Das wurde sichtbar durch Sessions wie „**Die Revolution entlässt ihre Kinder – Die Biobranche und die Herausforderungen des Los- und Einlassens**“ von Henrike Rieken (HNE Eberswalde), Christian Eichert (Bioland) und Manuel Pick deutlich. Woran soll festgehalten werden? Welche Dinge sind reif für die Tonne? Und welche neuen Wege erschließen sich für die Branche? In der Diskussion fielen unter anderem Begriffe wie „Politisch sein“, „Nischendenken“, „Vertrauen“ und „Mut“. In der Session „**Die Nachfolge: Was passiert aus den von den Pionieren gegründeten Unternehmen?**“ von Prisca Wende (Mörtl & Wende Steuerbüro) ging es vor allem darum, die Sichtweise von Senior und Nachfolger genauer zu betrachten. Außerdem wurde diskutiert, wie wichtige Werte erhalten bleiben können und welche Möglichkeiten der Finanzierung es gibt. Die Keynote von Gudrun und Sophie Schweisfurth ermöglichte zusätzlich persönliche Einblicke in den Prozess des Generationenwechsels.

Nachhaltigkeitsprofis und solche, die es werden wollen

Ein nachhaltiges Bio-Start-up gründen – aber wie? In der Session „**Mutterboden für junge Unternehmen**“ von Georg Neubauer (blattfrisch) ging es auf die Suche nach einer „Ermutigungsplattform“, auf der junge UnternehmerInnen mit SpezialistInnen und den „alten Hasen“ aus der Branche zum Austausch und zur Unterstützung zusammen kommen können. Dabei beschäftigte die Teilnehmer die Fragen: Welche Möglichkeiten gibt es bereits? Welchen Rahmen



könnte eine solche Plattform haben? In der Session „**Bildung für nachhaltige Entwicklung**“ von Stephanie Maria Laux (organic Marken-Kommunikation) wurden viele Beispielprojekte genannt, bei denen es um die Bildung von Kindern und Jugendlichen geht. Außerdem wurde darüber diskutiert, was man als Unternehmen tun kann, um die junge Generation zu erreichen und wie ihnen Informationen zum Thema Nachhaltigkeit vermittelt werden können.

Alles bio, oder was?

Grundlegende Themen wie Mitarbeiterbindung, faire Löhne, aber auch das Thema Verpackung wurden ebenfalls besprochen. Es wurde gefragt, wie politisch Biounternehmen sein können, wollen und dürfen und wie hoch die soziale Verantwortung ist. Außerdem wurden verschiedene Nachhaltigkeitsreportings vorgestellt. Beim Thema Regenerative Landwirtschaft ging es um Praktiken und Potential. Dass die Branche auch kritisch mit sich selbst umgeht, wurde in der Session „**Bio-Branche im Nachhaltigkeits-Check**“ von Jan Tiessen (Technische Hochschule Nürnberg) deutlich. Übergeordnete Fragen waren: Wie steht es um die Klimaziele in eigenen Unternehmen? Welche Ziele werden aktuell angestrebt und wie werden diese erreicht?

Social Media, Storytelling und Influencer

Auch im digitalen Bereich wurde sich ausgetauscht. Bei Social Media ging es um die positiven und negativen Aspekte und das Potential für den Naturkostfachhandel. Außerdem wurde über Storytelling gesprochen und ein Einblick in Blogger- und Influencer Kooperationen gegeben. Wichtige Erkenntnisse waren: Social Media bietet für den Naturkostfachhandel viel Potential. Es gibt viele Geschichten aus der Biobranche zu erzählen, man muss es einfach machen. Die Beziehung zwischen BloggerInnen und InfluencerInnen und den Unternehmen kann sehr inspirierend sein und beide Seiten können viel voneinander lernen. Was in diesem Bereich vor allem gefragt ist, ist Mut.

Am Samstagabend gipfelte die Veranstaltung in einem Street Food Festival der besonderen Art. Entlang einer Genussmeile gefüllt mit regionalen Köstlichkeiten hatten die TeilnehmerInnen Gelegenheit in lockerer Atmosphäre die vielen Impulse zu verarbeiten und den ereignisreichen Tag ausklingen zu lassen. Veranstalter Wolfgang Falkner zeigte sich nach den beiden Tagen sehr zufrieden: „Es ist schön zu sehen, wie sich die Bios fachlich konstruktiv auf höchstem Niveau austauschen können und dabei stets sehr herzlich und wertschätzend mit unterschiedlichen Meinungen umgehen. Da steckt sehr viel positive Kraft für eine grünere Zukunft drin.“

Mehr zu den einzelnen Sessions findet sich bald im Newsletter und auf dem Blog unter www.biolebensmittelcamp.com/blog.

Für Fragen oder zur Vermittlung von Interviews stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung.

Bilder zum Download befinden sich unter www.thecampcompany.com/pressebereich.

Mehr Informationen zum BiolebensmittelCamp gibt es unter www.biolebensmittelcamp.com.



Das BiolebensmittelCamp:

ein Projekt von Wolfgang Falkner, The Camp Company

Kontakt: office@biolebensmittelcamp.com

www.biolebensmittelcamp.com

Pressekontakt:

sieben&siebzig GmbH

rudi-dutschke-str. 26

10969 Berlin

www.sieben-siebzig.de

jessica rako

Tel.: 030-6881 206 41

rako@sieben-siebzig.de

sieben&siebzig ist eine 2004 gegründete, auf ökologische, faire und nachhaltige Produkte spezialisierte PR- und Marketing Agentur mit Sitz in Berlin.