Rinklin Partnerprogramm – Kooperation Zukunft

PartnerPost

Ausgabe 01-2019

Konzepte nach Maß · attraktive Partnerartikel · umfassende Betreuung: gemeinsam Ihre Arbeit stärken!

Rinklin Kundentag 2019

Es war uns eine Freude!

Rund zweihundert Kundinnen und Kunden sowie deren Mitarbeitende folgten unserer Einladung und verbrachten den letzten März-Sonntag bei und mit uns. Über ein erstes Kennenlernen bzw. Wiedersehen freuten sich Geschäftsführer Armin, Harald und Jochen Rinklin sowie die Kolleg*innen aus den Abteilungen Verkauf, Vertrieb und Einkauf. Sie alle nutzten die besondere Gelegenheit zum entspannten Gespräch abseits des geschäftlichen Alltags.

Rein ins Vergnügen

Bei strahlend blauem Himmel, frühlingshaften Temperaturen und bester Laune genossen unsere Gäste erst mal die leckeren Burger-Variationen am Food Truck von „Grill and Chill" aus Lahr-Sulz oder die veganen Gerichte von José Lavor, Freiburg.

Rinklin Kundentag: für jeden war was dabei

Überblick: Die Vielfalt macht's

Attraktiv und gut besucht waren unsere Info-Stände zu den von uns geförderten Projekten „Vielfalt schmeckt" und „Bioverita", die umfassend über den Erhalt alter Obst- und Gemüse-Sorten und die Bedeutung von Obst und Gemüse aus Biozüchtung informierten. Neugierig machten auch unsere Kolleg*innen aus der Abteilung

Fortsetzung auf der nächsten Seite >>>

Editorial

Eine spannungsgeladene, ereignisreiche und herausfordernde erste Jahreshälfte liegt nun fast hinter uns, eine gute Gelegenheit also, eine kurze Halbzeitbilanz zu ziehen: Gleich zu Beginn des Jahres machte die BIOFACH 2019 mit dem Schwerpunkt „System Bio – Im Ganzen gesund" sehr deutlich, welche gesellschaftliche Relevanz BIO in Hinblick auf Nachhaltigkeit, Bodenqualität, Gesundheit von Pflanzen, Tieren, Menschen und Umweltschutz zwischenzeitlich in einer breiten öffentlichen Wahrnehmung haben, Tendenz steigend. Demonstratives i-Tüpfelchen ist in diesem Zusammenhang sicher auch die „Fridays for Future"-Bewegung, die für weltweites Nachdenken und hoffentlich sehr zügiges Umdenken sorgt.

Diesen Trend erkennen der konventionelle Lebensmittelhandel sowie die Discounter seit längerem und ergänzen ihre Sortimente zunehmend mit Bio-Produkten, was aus preispolitischen Gründen innerhalb der Naturkostbranche verständlicherweise auf ein sehr geteiltes Echo stößt. Mit der Einführung von BIOLAND-Erzeugnissen bei Lidl im März dieses Jahres hat die Debatte um Bio in LEH und Discounter nun weiter an Fahrt in der Branche gewonnen, was die Podiumsdiskussion im Rahmen unseres diesjährigen Rinklin-Kundentages eindrucksvoll abbildet. Aber sie zeigt auch, wie wichtig es in unser aller Interesse ist anzufangen, weit größer zu denken und zu sehen, wo potenzielle Chancen für Erzeuger, Fachhandel und natürlich auch Verbraucher liegen.

Ihr Jochen Rinklin

Fortsetzung: Rinklin Kundentag 2019

Leckere Burger-Variationen gab es am Foodtruck von „Grill and Chill"

Einkauf, die die „Themenaktionen" der neu ausgerichteten Monatsinfo vorstellten.

Einblick: Zu Besuch beim Nachbarn

Viele Gäste nutzten die Möglichkeit eines Betriebsrundgangs durch die Bioservice Südbaden gGmbH. Dort lernten sie die Arbeitsfelder des noch sehr jungen Unternehmens kennen und nahmen die Gemüsewaschanlage sowie die erst kürzlich fertiggestellte Küche zur Weiterverarbeitung von Gemüse in Augenschein. Großes Interesse galt dem Angebot, voraussichtlich ab dem Sommer sog. „Ready Cuts" aus Eichstetten beziehen zu können.

Weitblick: Quo vadis Biomarkt?

Absoluter Höhepunkt des Tages war natürlich die Podiumsdiskussion zum Thema „Der Bio-Markt im Wandel der Zeit". Dazu mehr ab Seite 3 dieser Partner Post.

Das machen wir wieder

Gut gelaunt, mit vielen zufriedenen Gästen, die sich bei uns wohlfühlten und inspiriert ihren Heimweg antraten, endete dieser Tag.

Höhepunkt des Tages: die Podiumsdiskussion

Hie und da war sogar zu hören, dass eine Wiederholung sehr willkommen wäre, und das finden wir auch. <<<

Kleine Bildergalerie

Rinklin Kundentag 2019

Präsentation der von uns geförderten Projekte

Jonas Muhler, Kathrin Ziebold, Verkaufsleitung Rinklin Naturkost

Am Foodtruck herrschte großer Andrang

Verkostung von Käsespezialitäten

Dominique Danieau, Vertriebsleiter Rinklin Naturkost

Frisch und lecker: „Chill and Grill"

Kleine Stärkung zwischendurch

Gelegenheiten zum Austausch unter den Besuchern waren reichlich vorhanden

Podiumsdiskussion zum Thema:

Der Bio-Markt im Wandel der Zeit

Bio-Produkte haben bereits vor vielen Jahren ihren Weg in den konventionellen LEH gefunden. So bieten u. a. EDEKA, REWE, LIDL und ALDI neben ihren Bio-Eigenmarken zunehmend auch Bio-Verbandsqualität. Nicht unumstritten ist in diesem Zusammenhang die Kooperation zwischen BIOLAND und LIDL. Jan Plagge – Präsident von BIOLAND e. V., Reinhard Schneider – Dachswanger Mühle, Sybille Albrecht – Herrlisch Naturkost, Sylvia Achilles – Hieber's Frische Center und Harald Rinklin – Rinklin Naturkost, diskutierten unter Einbeziehung des Publikums über Hintergründe, Chancen und Gefahren. Moderation: Bernd Schüßler – Bio-Marktentwicklungsgesellschaft mbH

Diskutierten über den Bio-Markt im Wandel der Zeit: (v.l.n.r.): Jan Plagge, Sybille Albrecht, Sylvia Achilles, Bernd Schüßler, Reinhard Schneider, Harald Rinklin

Einführung von Jan Plagge, Präsident Bioland e.V.

Die Zusammenarbeit zwischen Bioland und Lidl findet in der Naturkostbranche ein ambivalentes Echo. Um einerseits die Hintergründe deutlich und den Entscheidungsprozess nachvollziehbar(er) zu machen und andererseits die Bedeutung dieses Schrittes in einen größeren Kontext zu setzen, holt Plagge etwas weiter aus. Er blickt auf seine persönlichen 30 Jahre Bio-Bewegung und fast 50 Jahre Bioland zurück und zieht ein eher bescheidenes Fazit. So macht der aktuelle Bio-Markt gerade mal knapp 6 % des Lebensmittelmarktes aus, weltweit liegt die Quote sogar unter 2 %.

Noch schlechter sieht die Bilanz bei Klimaschutz- und Umweltpolitik seit den 1970er Jahren aus: Trotz zahlreicher internationaler Abkommen hat sich die globale Situation weiter verschärft. Fakt ist – und das macht die weltweite Bewegung „Fridays for Future" deutlich – dass das Zeitfenster zur Rettung des Klimas, der Insekten, zum Schutz des Wassers u.v.m. sehr schmal ist. Die Botschaft, dass dringend auf allen Ebenen zusammen gearbeitet werden muss, ist mittlerweile auch in Wirtschaft und Politik angekommen. Sogar Global Leader stellen zwischenzeitlich fest, dass die wirtschaftlichen Risiken weit weniger dramatisch sind wie die ökologischen, die nicht mehr in den Griff zu bekommen sind, wenn nicht sehr schnell gehandelt wird. Aktuelle wissenschaftliche Publikationen* bieten Ansätze, wie z. B. die CO_2-Reduzierung erreicht werden kann, welche Maßnahmen dazu erforderlich sind, wo Kapital investiert werden muss und wo die Potentiale des Ökolandbaus für Umwelt und Gesellschaft liegen. Explizit erwähnt sei hier das Betreiben von Aufforstung, Vorantreiben des Humusaufbaus, Veränderung des Landbaus u.v.m. und dies global. Insbesondere der Ökolandbau kann helfen, Insekten- und Artensterben zu stoppen, Wasserschutz und Bodenqualität zu verbessern.

Im Klartext heißt das für Plagge, dass Landwirte und Bio-Bauern sich stärker zusammenschließen sollten, um den Ökolandbau weiter zu entwickeln und voranzutreiben. Die Voraussetzungen dafür bestehen, denn immer mehr konventionelle Landwirte geraten unter Druck, u. a. wegen Glyphosat, einseitiger Fruchtfolgen, nicht artgerechter Tierhaltung usw. und signalisieren Umstellungsbereitschaft. Plagge konstatiert, dass mittlerweile fast jeder fünfte konventionelle Betrieb interessiert ist, auf Bio umzustellen. Die Kunst in der Umstellungsberatung ist es, Überangebot zu vermeiden, da der Bio-Markt nur in Balance zwischen Angebot und Nachfrage funktioniert. Andernfalls würde die gleiche Situation geschaffen wie im konventionellen Bereich.

In einigen europäischen Ländern mit höheren Marktanteilen läuft das besser, weiß Plagge als Vorsitzender der Europäischen Bio-Bewegung (IFOAM) zu berichten, insbesondere in jenen Ländern, in denen sich Bio zusammen mit dem LEH weiterentwickelt hat. Ganz in diesem Sinne geht, aus Sicht von Plagge, die Kooperation zwischen Bioland und EDEKA SÜD-WEST in die richtige Richtung. Denn Ziel war und ist es, den Verbrauchern mehr regionales Bio bieten zu können und eine langfristig gut funktionierende Partnerschaft mit regionalen Landwirten zu etablieren.

Fortsetzung auf der nächsten Seite >>>

* *Franz Josef Rademacher: „Der Milliarden-Joker: Wie Deutschland und Europa den globalen Klimaschutz revolutionieren können"*
Thünen-Institut: „Thünen-Report 65 - Was der Ökolandbau für Umwelt und Gesellschaft leistet", zu finden unter www.thuenen.de/media/publikationen

Fortsetzung: Rinklin Kundentag 2019 – die Podiumsdiskussion

Und nun zu Lidl: Nach anfänglicher Ablehnung einer Zusammenarbeit mit LIDL ist über einen Zeitraum von zwei Jahren ein Kooperationsvertrag entstanden, in dem sich Lidl zu einer langfristigen fairen Partnerschaft bekennt. Vertraglich verpflichtet sich Lidl zu fairen Verhandlungen mit seinen Lieferanten, und das in der gesamten Lieferkette bis zum Bauern und zur Auszahlung auskömmlicher Erzeuger- und Herstellerpreise, damit eine nachhaltige Betriebsentwicklung aller Akteure einer Wertschöpfungskette möglich ist.

Sollte Lidl die vertraglich vereinbarten Fair-Play-Regeln nicht einhalten, können sich benachteiligte Bioland-Lieferanten an die von Bioland eingerichtete Ombudsstelle wenden. Stellt diese eine Verletzung der Fair-Play-Regeln fest, können Sanktionen gegenüber Lidl ausgesprochen werden. So wird ein maximaler Schutz der Lieferanten erreicht sowie eine Gleichbehandlung aller Beteiligten sichergestellt. Die Einrichtung eines solchen Verfahrens von einem Erzeugerverband ist einzigartig. Dass Lidl sich darauf eingelassen hat, unterstreicht aus Sicht von Plagge die Ernsthaftigkeit des Discounters.

Diskussion

Welche Beweggründe bestanden, den LEH zu beliefern?

Reinhard Schneider, Dachswanger Mühle:

Als Bioland-zertifizierter Betrieb beliefern wir sowohl den Fachhandel als auch den LEH. Da wir darüber hinaus auch als Vermarkter für viele Landwirte in der Region agieren, brauchen wir entsprechende Partner, die insbesondere bei hohen Verfügbarkeiten über adäquate Strukturen in Hinblick auf Lagerung und Verkauf verfügen. Das Konzept bei Hieber mit Schwerpunkt Regionalität und Nachhaltigkeit hat uns besonders gut gefallen, ein EDEKA-Markt mit starker regionaler Handschrift und der Bereitschaft, ein gemeinsames Konzept für regionales Bio zu entwickeln. Für die Landwirte, mit denen wir kooperieren, ist es vor allem wichtig, dass die Preise gleich bleiben, ob die Ware nun in den Bio-Fachhandel oder in den LEH geht. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass es nicht „schädlich" ist, mit einem ausgewählten konventionellen LEH zusammenzuarbeiten.

BIOLAND jetzt auch bei Lidl: Entsteht bei EDEKA nun ein Preisdruck, wenn im Discount hochwertiges Verbandsbio günstiger ist?

Sylvia Achilles, Hieber's Frische Markt:

Positiv ist, dass es Bio-Produkte zu einem günstigeren Einstiegspreis gibt. So können hierüber Menschen erreicht werden, für die Bio aus preislichen Gründen sonst keine Option wäre, und sich nach und nach in das Bio-Segment „hinein entwickeln". Dennoch sehen wir die Entwicklung skeptisch, da hochwertige Lebensmittel ihren Preis haben müssen. Wir wollen mit dem Preis nicht runter gehen, wir wollen, dass die Wertschöpfungskette „sauber" bleibt, insbesondere für den Landwirt, denn nur dann bleibt die Qualität erhalten und darum geht es: Qualität aufzubauen und auszubauen.

Wir sehen eine mögliche Gefahr, wenn ein Markt mit großem Preisdumping entsteht, die Landwirte am Ende doch gedrückt werden, in Abhängigkeiten geraten und, sofern sie den Dumping-Preis nicht mitgehen, auf ihren Produkten sitzenbleiben und somit Existenzen gefährdet werden. Es ist jedoch positiv, wenn Bioland die Maßstäbe setzen kann. Die Frage ist aber, ob das nur ein Einstiegsargument ist oder ob eine Nachhaltigkeit bleibt, auf die man aufbauen kann.

Wie ist es im Naturkostladen nach Einführung von Bioland bei Lidl? Wie reagieren die Kunden?

Sybille Albrecht, Herrlisch Naturkost:

Erst kürzlich hatte ich ein Gespräch mit einer Kundin, die den Demeter-Sellerie zu 3 € nicht bei uns kaufen wollte, da ein LEH in der Nähe Demeter-Sellerie zu 1,90 € anbot. Leider konnte der freundliche Hinweis, dass wir neben kompetenter Beratung auch vieles andere möglich machen, was im Discounter nicht geht, in diesem Falle nicht überzeugen. Schlussendlich entscheidet ja jeder Verbraucher selbst, wo er kaufen will. Was nun Bio bei EDEKA oder REWE anbelangt, so hatte ich bislang keine Probleme. Aber Lidl macht mir Sorgen, weil ich skeptisch bin, ob das preislich tatsächlich so bleibt wie behauptet. Wird es nicht eher so sein, dass sich Lidl über diesen Weg nur den Eintritt in den Markt beschaffen will?

REAL wirbt in einem Prospekt mit einem beachtlich großen Sortiment an Bio-Produkten. Spürt der Großhandel den Preisdruck? Gibt es Probleme mit Verfügbarkeiten?

Harald Rinklin, Rinklin Naturkost:

Thema Verfügbarkeit: Wir profitieren sogar, wenn Schwankungen bestehen, denn in der Regel haben wir die Ware und der LEH nicht. Zum Preisdruck ist zu sagen, dass es den immer gibt, das ist sozusagen Alltagsgeschäft. Wir stellen jedoch fest, dass insbesondere im Gemüse-Bereich international von Jahr zu Jahr der Wert einer Kiste im Durchschnitt sinkt, d. h. im Ausland werden mehr Flächen ökologisch bewirtschaftet, so dass das Angebot größer ist, was sich wiederum auf die Preise auswirkt. Natürlich stehen auch wir als Bio-Großhändler im Wettbewerb und können nicht immer die Preise bezahlen, die wir gerne bezahlen wollen, da auch wir wirtschaftlich rentabel arbeiten müssen.

Fortsetzung auf der nächsten Seite >>>

Fortsetzung: Rinklin Kundentag 2019 – die Podiumsdiskussion

Anmerkungen und Fragen aus dem Publikum

Wir erkläre ich den Kunden die Preise von Bioland-Erzeugnissen in meinem Laden versus Bioland bei Lidl?

In der Pforzheimer Gegend waren Anfang Januar großflächig Lidl-Plakate mit Bioland-Werbung platziert, auf denen die H-Milch zu 0,95 €, die Vollmilch zu 1,05 € und die Äpfel zu 1,89 €/kg angeboten wurden. Zu jener Zeit haben wir die Milch und Äpfel netto teurer eingekauft.

Jan Plagge:

Der Apfel-Preis lag drei Wochen lang bei 3,15 €/kg, also 1,89 € für 600 g. Auch heute liegt der Preis für Äpfel mit 3 € bei Lidl deutlich über dem Fachhandelspreis. Anzumerken ist in diesen Zusammenhang aber auch, dass wir von Bioland-Obstbauern gebeten werden, auf Lidl einzuwirken, den Preis zu senken, damit mehr verkauft werden kann, weil 2018 ein sehr gutes Apfeljahr war. Auch das gehört zur Wahrheit dazu.

Was den Milchpreis anbelangt, so hat Lidl vertraglich zugesichert, den Bioland-Milchbauern einen auskömmlichen Preis zu zahlen, der die Erzeugnisse in Wert setzt. Hält sich Lidl nicht an diese Vereinbarung der Fair-Play-Regeln, kommt die bereits erwähnte Ombudsstelle ins Spiel. Daher sind wir dankbar für Hinweise, damit der Druck bestehen bleibt und dafür sorgt, dass Lidl keine Fehler macht.

Sybille Albrecht:

Die Preispolitik von Lidl wird aus meiner Sicht starke Auswirkungen auf den Fachhandel haben, auch wenn Lidl sich an faire Preise an die Erzeuger halten wird. Lidl hat einfach eine ganz andere Kostenstruktur und kann als großes System anders agieren. Ein Aspekt und auch ein Appell an die Fachhandelskollegen wäre, sich nicht nur wertebezogen, sondern sich auch auf unternehmerischer Ebene besser zu vernetzen, um beispielsweise gegenseitig auf bestehende Erfahrungen zurück zu greifen oder Arbeiten effizienter zu gestalten.

Sylvia Achilles:

Hieber hat in 2003 Bio ins Angebot aufgenommen, weil wir mit einem breiteren Sortiment zusätzliche Verbrauchergruppen ansprechen wollten. Begonnen haben wir mit einem Bio-Umsatzanteil von 1,3 %, Ende 2018 lag er bei 6, 8 % und 2019 wird er voraussichtlich bei 7,5 % liegen. Wir bei Hieber haben jedoch festgestellt, dass den Kunden oft die Regionalität viel wichtiger ist als Bio. Und da liegt meines Erachtens eine Chance für viele Landwirte und den Bio-Fachhandel: Vernetzen Sie sich untereinander, finden Sie Partner in Ihrer Region und bespielen Sie stärker das Thema Regionalität, durchaus auch als Argument zu Bio bei Lidl. Der Vorteil: Der Kunde weiß, wo es herkommt, er erkennt die Nachhaltigkeit und schätzt die kurzen Logistikwege.

Christoph Höfflin, Südhof, Denzlingen:

Die Kooperation zwischen Bioland und Lidl hat auch mir große Bauchschmerzen bereitet. Grundsätzlich aber stimme ich dem Ansatz zu, über diesen Weg mehr Käuferschichten anzusprechen. In diesem Zusammenhang fand ich die Großflächenwerbung von Lidl klasse.

Das Publikum diskutierte engagiert mit

Mit ihr wurde aus meiner Sicht die Wertigkeit für Bio-Produkte in der Gesellschaft gestärkt, und das wiederum hilft uns sowie der ganzen Bio-Bewegung. Und so viel Geld für Werbung für Bio hatten wir nie.

Ängste habe auch ich, denn keiner von uns weiß, was bei Lidl in fünf Jahren daraus entsteht. Ab und an gehe ich in den Lidl in meiner Nähe, sehe dort auch andere Bio-Ware und finde, mit Bioland haben wir auch dort mehr Gestaltungsmöglichkeit. Und zu unseren Umsätzen ist zu sagen: Auch nach der Einführung von Bioland bei Lidl boomt unser Hofladen.

Stephan Just, Naturkost Ursprung, Kusel:

Eine Anmerkung zu Sybille Albrecht: Ich verkaufe den Sellerie zu 3,90 € und verkaufe mehr Sellerie als in den vergangenen Jahren. Aus meiner Sicht zahlt sich Hochpreispolitik aus und rechtfertigt unsere Arbeit. Bereits als erstmals Bio bei Aldi vor einigen Jahren angeboten wurde, hat das aus meiner Sicht Bio „salonfähig" gemacht. Ich kann aus eigener Erfahrung nur sagen, dass Bio bei Lidl den Fachhandel sogar stärkt.

Fazit

Der Naturkost-Fachhandel hat gegenüber Lidl und anderen Discountern zahlreiche Vorteile: Er steht in direkten Beziehungen zu regionalen Erzeugern und Händlern. Er verfügt über ein großes Bio-Sortiment und bietet damit weitaus mehr Bio-Diversität. Das Einkaufsambiente ist im Fachhandel erheblich angenehmer und verkaufsfördernder. Er bietet kompetente, kundenorientierte Fachberatung und steht für Bio-Authentizität. Und all das kann Lidl nicht! Nichtsdestotrotz bleiben die Befürchtungen von Umsatzeinbußen aufgrund des immer stärker werdenden Wettbewerbs durch Bio in LEH und Discounter bestehen.

Die kontroverse Diskussion lieferte wertvolle Impulse und zeigte, dass wir als Naturkost-Großhandel noch stärker mit dem Einzelhandel zusammenrücken müssen, um gemeinsam moderne, zukunftsorientierte und wirtschaftlich tragfähige Konzepte zu entwickeln. Machen wir uns also ans Werk! <<<

Regionale Erzeuger kennenlernen

Wir stellen vor: Das Naturgut Hörnle in Schallstadt

Hier geht es zum Naturgut Hörnle

Das in 2009 von Obstbautechniker Joel Siegel gegründete Einzelunternehmen wurde 2011 in das Obstgut Siegel KG überführt. Nach Zusammenlegung der Flächen des Obstgutes Siegel mit den der ehemaligen Gärtnerei Schmelzer verfügt der Betrieb nun über

Sonja Mathis-Stich und Joel Siegel begrüßen die Gäste

eine Gesamtfläche von ca. 70 ha, die nach biodynamischer Anbauweise bewirtschaftet wird. Im März dieses Jahres wurde der Betriebe in „Naturgut Hörnle KG" umbenannt. Geschäftsführer ist Joel Siegel, Sonja Mathis-Stich und Irene Kilian die Gesellschafter.

In Zusammenarbeit mit Rinklin Naturkost hat das Naturgut Hörnle zum Austausch zwischen Erzeugern und Handel eingeladen. Zahlreiche Naturkostfachhändler*innen nutzten die Gelegenheit, am 18. Mai 2019 den Betrieb ca. 10 km südlich von Freiburg zu besichtigen und sich von Qualität und Geschmack verschiedener Obst- und Gemüse-Sorten zu überzeugen.

Empfangen wurden die Gäste im neuen liebevoll gestalteten Gewächshaus, ausgestattet mit einladenden Sitzecken und einer Bar. In entspannter, lockerer Atmosphäre gab es nach einer kleinen Einführung ein Buffet mit saisonalen Köstlichkeiten, Spargel- und Erdbeervariationen. Darüber hinaus bot der Verkostungsstand des Projekts „Vielfalt schmeckt" einige traditionelle, bedrohte Gemüsesorten zum Probieren.

Auf dem daran anschließenden Rundgang bei warmem, leicht bewölktem Wetter erfuhren die Besucher, dass der Betrieb vor allem auf den Anbau von Obst- und Kleinfrüchten, einigen Gemüsesorten und Kräutern spezialisiert ist. Darüber hinaus bietet der Hof frische Eier aus dem Freilandmobil von Tieren, die streng nach Demeter-Richtlinien im Freiland gehalten werden.

Der Hofladen bietet neben eigenem Obst, Gemüse und Eiern auch zahlreiche eigene verarbeitete Produkte wie z. B. Fruchtaufstriche, Liköre, Säfte, getrocknete Tees, Kräuter u.v.m. Neben dem Anbau von gesunden Lebensmitteln geht es dem Betrieb vor allem darum, Boden und Umwelt für kommende Generationen zu erhalten und zu verbessern.

Unterwegs zu den „Vielfalt schmeckt"-Kulturen

Lust auf einen Besuch? Dann kommen Sie am Sonntag, 14. Juli 2019 mit Familie, Freunden und Bekannten auf einen Sprung vorbei! Denn dann findet auf dem Gelände des Naturguts Hörnle der große „Vielfalt schmeckt"-Tag im Rahmen der Freiburger Agrikultur-Wochen

Hier wachsen „Vielfalt schmeckt"-Gemüse

statt. Zwischen 14.00 und 18.00 Uhr gibt es verschiedene Workshops, Kinderprogramm, eine Schnitzeljagd, einen Verkostungsstand und natürlich nochmals die Möglichkeit, das Naturgut Hörnle kennenzulernen. Mehr Infos zu dieser Veranstaltung finden Sie unter www.vielfaltschmeckt.de <<<

Zur Bildergalerie >>>

Der Hofladen bietet ein reichhaltiges Sortiment...

... an Obst- und Gemüse, Trockenwaren...

... und wartet auch mit unverpackten Produkten auf!

Fortsetzung: Das Naturgut Hörnle in Schallstadt

Die „Vielfalt schmeckt"-Sorten in der Theorie...

... und hier in der Praxis – guten Appetit!

Der Verkostungs- und Infostand von „Vielfalt schmeckt"

Blick in das neu gestaltete Gewächshaus mit den gemütlichen Sitzecken

Ein Anziehungspunkt für die kleinen Besucher: der Mobilstall der hofeigenen Hühner

Naschen war erlaubt in den Erdbeer-Kulturen

Lecker, was aus den Erdbeeren gezaubert wurde

Am Buffet wurden saisonale Köstlichkeiten angeboten

Impressum

Rinklin Naturkost GmbH
Bruckmatten 14–18, 79356 Eichstetten a. K.
Tel.: +49 7663 9394-0, Fax: +49 7663 9394-810
info@rinklin-naturkost.de, www.rinklin-naturkost.de

Die Rinklin Naturkost PartnerPost erscheint bis zu vier mal pro Jahr.
Ausgabe 01-2019, © bei Rinklin Naturkost GmbH, Eichstetten a. K.
Druck: Habé Offset GmbH, Emmendingen, gedruckt auf 100% recyceltem Papier.

Zuwachs im Vertrieb:

Andreas Nitsch verstärkt das Vertriebsteam

Die meisten von Ihnen kennen ihn seit langem als zuverlässigen Mitarbeiter im Verkauf und haben ihn in dieser Position schätzen gelernt. Sehr zu unserer Freude hat er sich entschlossen, sein Tätigkeitsfeld bei Rinklin Naturkost erneut zu erweitern.

Andreas Nitsch, seit Mai 2019 im Rinklin Vertriebsteam

Gestartet ist der ausgebildete Verlagskaufmann, ehemaliger Fachjournalist und Öffentlichkeitsarbeiter, bei Rinklin Naturkost im Jahr 2011, zunächst als Kommissionierer. Wenige Jahre später wechselte er in die Abteilung Verkauf, wo er über einen Zeitraum von fast fünf Jahren sowohl unsere deutschen als auch einen Teil unserer französischen Kunden freundlich, zuvorkommend und fachkundig betreute.

Seit Anfang Mai dieses Jahres bereichert Andreas Nitsch nun unser Vertriebsteam rund um Vertriebsleiter Dominique Danieau, die Außendienstprofis Jost-Otto Ludwig und Patrick Teuber sowie Käse- und Feinkostberater Hubert Wall. Viele von Ihnen werden in absehbarer Zeit das Vergnügen haben, ihn persönlich kennenzulernen (sofern nicht bereits geschehen) und sich von seiner Fachkompetenz überzeugen zu lassen. <<<

Termine

Seminare und Messen

Seminare

10.07.2019
Körpersprache: Nonverbale Kommunikation im Beruf
mit Bruno Fürst-Sammel

17.07.2019
Obst und Gemüse: Pflege, Präsentation und Verkauf
mit Johannes Günther

26. – 29.09.2019
Einführung in Bio-Basiswissen für Auszubildende und Neueinsteiger*innen inkl. BioSüd-Wochenende in Augsburg

13.11.2019
Finden Sie noch den Knopf zum Abschalten? mit Claudia Colantoni

26.11.2019
Käse-Wissen für Fortgeschrittene mit Mathias Skowradzius

29.01.2020
Mein Laden als Marke mit Bernd Schüßler

Messe BioSüd

28. – 29.09.2019
Kundenreise nach Augsburg zum Besuch der Fachmesse BioSüd 2019

bildungsnetzwerk naturkost:

Neuer Geschäftsführer Sven Weber

Bereits seit September 2018 ist Sven Weber neuer Geschäftsführer der bildungsnetzwerk naturkost GmbH. Er tritt die Nachfolge von Pia Müller an, die Ende August 2018 aus dem Unternehmen ausschied, um sich anderen Aufgaben zu widmen.

Weber war in der Vergangenheit in unterschiedlichen Unternehmen und Branchen tätig. Seine Schwerpunkte lagen dort in den Bereichen Marketing und Kommunikation. Als Geschäftsführer einer international tätigen Hilfsorganisation stärkte er seine Führungserfahrung, die er insbesondere für die Weiterentwicklung und Neuausrichtung von bildungsnetzwerk naturkost einbringen kann. Dort liegt sein Fokus vor allem auf der Gestaltung des Seminarangebotes, um noch besser den Bedürfnissen der Einzelhändler, Hersteller, aber auch der Endverbraucher zu entsprechen. Ein weiteres Ziel ist es, die Online-Angebote zu erweitern und auf diese Weise den Wissenstransfer zeitlich flexibel, kostengünstig, lokal unabhängig, ohne großen Planungsaufwand für alle Interessensgruppen zu ermöglichen.

Sven Weber, neuer Geschäftsführer bildungsnetzwerk naturkost

Das komplette Angebot an attraktiven Seminaren, Webinaren und anderen Online-Schulungen finden Sie auf der Internetseite von bildungsnetzwerk naturkost unter www.binako.de.

Schauen Sie ab und an einfach mal vorbei – es lohnt sich! <<<