



Ein Chef will die Welt retten

Götz Rehn sagt, seiner Bio-Kette Alnatura gehe es darum, den Sinn und nicht den Gewinn zu maximieren. Seine Mission: Die Gesellschaft transformieren

Ueli Kneubühler

Dieser Mann ist anders. Anders als viele Konzernchefs. Götz Rehn ist Gründer der deutschen Biokette Alnatura. 68 Jahre alt, baumlang, kantiges Gesicht, zuvorkommend. Seine Art ist erfrischend. Rehn führt seine Firma ungewohnt, nach anthroposophischen Grundsätzen. Die Wirtschaft soll dem Menschen dienen, nicht umgekehrt.

Bei Alnatura gehe es um Sinn statt Gewinnmaximierung, sagt er im Gespräch. Die Bilanz nennt er Wertbildungsrechnung, sein Unternehmen eine Arbeitsgemeinschaft. Er will mehr Bio verkaufen, ja, aber nicht um des Umsatzes willen. Ab nächster Woche kommt er seinem Ziel, mehr Bio, wieder ein Schrittchen näher. Im Zürcher Glattzentrum eröffnet Alnatura am Donnerstag ihre zehnte Schweizer Filiale.

Gebremstes Wachstum

Vor rund fünf Jahren startete der erste Alnatura-Bio-Supermarkt in der Schweiz, in Zürich Höngg - in Kooperation mit der Migros. Jörg Blunski, Chef der Genossenschaft Migros Zürich, hat die Biokette in die Schweiz geholt. Anfangs belächelt, stehen die Alnatura-Produkte mittlerweile nicht nur in den eigenen Shops, sondern schweizweit in den Regalen der Migros. Die jährlichen Wachstumsraten liegen im tiefen zwei-

stelligen Prozentbereich, das ist viel im Detailhandel. Der Marschplan sah ein noch forscheres Tempo vor. 30 bis 35 Shops hätten bereits bis 2017 in der Schweiz stehen sollen. Doch der Plan zur Rettung der Welt stockt. «Wollen wir diesen Planeten nicht vollends ruinieren, dann müssen wir uns zügiger bewegen. Das gilt auch für unsere Ernährung», sagt Rehn. Bisweilen kommt der hehren Idee aber die betriebswirtschaftliche Realität in die Quere. Es gebe leider nicht so viele passende Ladenflächen in entsprechenden Lagen zu einem entsprechenden Preis, so Rehn. Die Ziele wurden revidiert. Man rechne in den nächsten Jahren mit rund 20 Standorten, sagt ein Migros-Zürich-Sprecher.

Rehn erzählt gerne und viel, doch bei den Schweizer Umsatzzahlen wird er kleinlaut. Die Migros hat im vergangenen Jahr schweizweit für 889 Mio. Fr. Bio-Lebensmittel verkauft - Alnatura eingerechnet. Experten schätzen den Alnatura-Anteil auf etwa 120 bis 140 Mio. Fr. Die Bio-Kette selbst hat im letzten Geschäftsjahr Waren für total 770 Mio. € verkauft.

Die beliebtesten Alnatura-Produkte in der Schweiz, Coco Drink Natur, Mandeldrink oder Mais-Waffeln, wird es bald in weiteren Shops geben. Im September

kommt am Hauptbahnhof Zürich ein Standort dazu, 2019 folgt je einer in Winterthur und am Kreuzplatz in Zürich, wie die Migros bestätigt.

Rehn ist ein Mann mit einer Mission. Nichts Geringeres als die Transformation der Gesellschaft hat er sich auf die Fahne geschrieben.

«Wollen wir diesen Planeten nicht ruinieren, dann müssen wir uns zügiger bewegen.»

ben. «Die Kunden sollten aus Einsicht Bio kaufen wollen, die Bauern Bio anbauen, die Hersteller Bio produzieren wollen», meint der Arztsohn überzeugt. In der Schweiz stellen elf Mittelständler rund 30 Produkte für Alnatura her. Noch liegt der Bio-Anteil bei den verkauften Lebensmitteln in der Schweiz bei erstaunlich tiefen 9%, in Deutschland bei rund 6%. Viel zu wenig, findet Rehn. «Wir benötigen mindestens 50%, um unseren Nachkommen keine zerstörte Erde zu hinterlassen.»

Umzug ins Ruhrgebiet

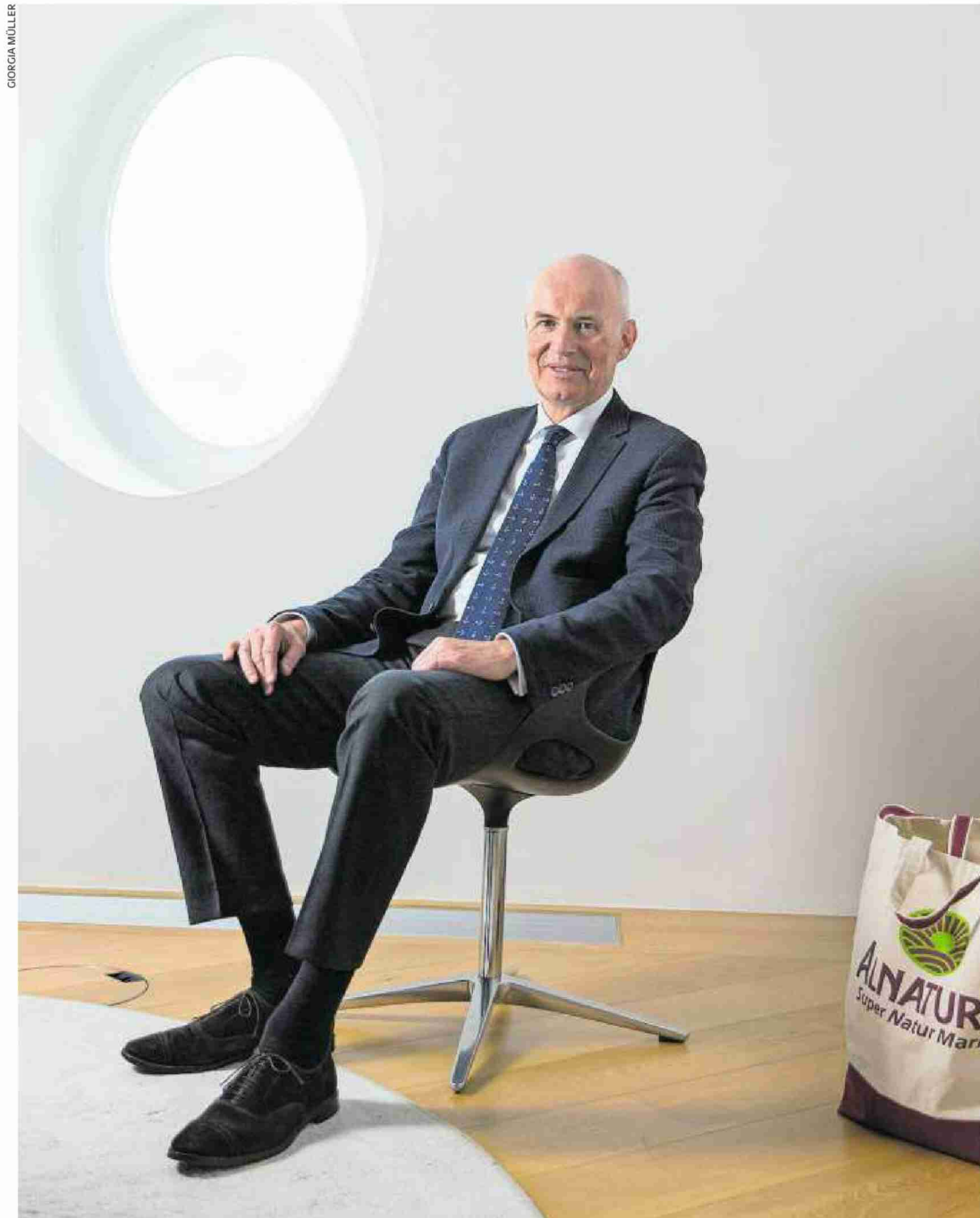
Er sei ein schlechter Schüler gewesen, sagte er einmal in einem Interview. Deshalb sei er auf die Waldorfschule gekommen. Lieber



habe er Forellen gefangen und Hütten gebaut. Als er 12 Jahre alt war, zog seine Familie aus der heilen Welt des süddeutschen Freiburg ins Ruhrgebiet. Geschlossene Stahlwerke und Zechen, die Luft kohlrabenschwarz. Das habe ihn geprägt. Mit 21 Jahren habe er deshalb entschieden, etwas Sinnvolles zu machen, etwas in der Wirtschaft, das die Erde nicht zerstören und den Menschen Beachtung schenken sollte. Er studierte Volkswirtschaft und dissertierte mit einer Arbeit über «Modelle der Organisationsentwicklung», in der er Psychologie, Betriebswirtschaftslehre und Anthroposophie vermengt. Sein Rüstzeug holt er sich danach ausgerechnet beim Lebensmittelgiganten Nestlé, bevor er 1984 Alnatura gründete.

Für Rehn ist Alnatura mehr als ein Produkt. Getreu dem Unternehmensmotto «sinnvoll für Mensch und Erde» soll alles nachhaltig sein, die Fertigung anstelle des Produkts steht im Mittelpunkt. In der Schweiz bläst seiner Initiative bisweilen aber eine steife Brise ins Gesicht. Auf den Alnatura-Produkten prangt das EU-Bio-Label, dessen Richtlinien

bloss die Mindestanforderungen für Bio-Produkte erfüllen, im Gegensatz zu den Knospe-Vorschriften von Bio Suisse. Kritiker warfen der Migros in der Vergangenheit Verwässerung bei Bio vor. Rehn widerspricht. Alnatura setzt laut eigenen Angaben nur maximal 30 Zusatzstoffe ein, beim EU-Label wären 53 zugelassen. Öffentlich testiert wurde diese Zahl jedoch nicht. Rehn könnte den Kritikern den Wind aus den Segeln nehmen und ein eigenes Label lancieren. Es sei nicht sinnvoll, entgegnet er, «wenn wir für jedes der 15 Länder, in denen die Alnatura-Produkte erhältlich sind, ein eigenes Label drucken». Wichtiger für ihn ist, dass Alnatura 100% nachhaltig sei, vom Lager bis zum Bürogebäude. Er greift sich einen Stift und skizziert am Flipchart, was er damit meint. Die Bio-Kette baut derzeit Europas grösstes Bürogebäude aus Lehm, der zu grossen Teilen aus der Baugrube von Stuttgart 21 stammt. Auf Klimatisierung und Heizung am neuen Hauptsitz verzichtet Alnatura. Mutter Erde regelt das Büro-klima. Das Projekt steht für Rehn, es ist nachhaltig von A bis Z.



GIORGIA MÜLLER

Wirtschaft soll dem Menschen dienen: Alnatura-Chef Götz Rehn führt anders. (Zürich, 29. März 2018)