

Studenten der Hochschule entwickelten Konzepte für kränkelnden Bioladen des Gladbacher Rehavereins

Marketing für Öko-Obst und Bio-Butter

Von JUTTA PROFIJT

Bioläden haben es schwer in wirtschaftlich schlechten Zeiten. Wenn gespart werden muss, fangen viele Verbraucher bei den Lebensmitteln an. Und da Öko-Obst und Bio-Butter oft teurer ist, schrumpfte der Umsatz auch bei der gemeinnützigen GmbH IDA Naturwaren an der Brucknerallee. In einer solchen Situation ist unternehmerisches Denken, kaufmännisches Rechnen und knallhartes Kalkulieren gefragt. Doch das haben die Bio-Unternehmer nicht zu bieten.

Alleiniger Gesellschafter und damit Inhaber dieses besonderen Geschäfts ist der Verein für die Rehabilitation psychisch Kranker, besser bekannt als Rehaverein MG. Der Laden selbst ist ein Projekt, in dem Menschen mit psychischen Vorerkrankungen einen Arbeitsplatz erhalten, an dem sie betreut werden und so ihren Weg zurück in die Erwerbstätigkeit finden. Die Fachkenntnisse bei den Verantwortlichen liegen also vorwiegend im sozialpädagogischen Bereich. Die kaufmännische Sicht



Studenten der Hochschule Niederrhein griffen dem gemeinnützigen Bioladen an der Brucknerallee unter die Arme.

kommt, speziell in einer angespannten wirtschaftlichen Lage, zu kurz. „Wir brauchen Hilfe“, erkannte Dieter Schax, Projektleiter beim Rehaverein. Die fand er bei Professor Harald Vergossen, zuständig für das

Fach Marketing im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein. Er setzte neun Studenten auf die Sache an. Produktanalysen, Kundenzufriedenheitsumfragen, Überprüfung des Gesamtkon-

zeptes hielten die angehenden Kaufleute fünf Wochen lang in Atem. „Erst war ich entsetzt. Ein Bioladen, noch dazu ohne Werbebudget. Wie sollten wir denen helfen?“ Jennifer Lawrenz, Studentin im Vorstudium, erinnert sich lebhaft an ihren ersten Eindruck. „Aber dann ist mir das Projekt so ans Herz gewachsen, dass ich sogar in meiner Freizeit gegrübelt habe, wie wir die IDA für die Zukunft fit machen können.“ Dominic Mevisen, der sein Studium fast abgeschlossen hat, nickt. „Wir haben selbst viel dazugelernt. Teamarbeit zum Beispiel. Und die Abschlusspräsentation vor Publikum ist auch eine tolle Übung.“

Besonders gefällt den Studierenden, dass viele ihrer Vorschläge von den Mitarbeitern des Bioladens sofort umgesetzt wurden. So wurde das Schaufenster umgestaltet, der Laden aufgeräumt und die Regale sortiert. Schwieriger wird die Entwicklung eines neuen Konzeptes, das vom alleinigen Bio-Image weggeht. „Daran arbeiten wir noch“, bestätigt Schax. Die Motivation, sich dieser Herausforderung zu stellen, ist jedenfalls da.