

Alles schick in der Biowelt?

MESSE • Die Bio-Branche braucht Veränderung – und die Next Gen kann das am besten. Im neuen Format „Volume up for young Voices“ luden BIOwelt sowie die Branchenkenner Manuel Pick und Martin Ries zu einem Experiment ein: Bold Guys und natürlich Girls hörten auf der Biofach young Voices zu. Erste positive Nachricht: Es gab spannende Rückmeldungen – aber zu wenig Teilnehmende. Also alles schick in der Biowelt?



Geschützter Raum: Hier trafen sich Zuhörer und Erzähler auf der Biofach.

Foto: Manuel Pick 2026

Es war eine Premiere, und es lief nicht alles rund: Ex-Agrarministerin Renate Künast, Silvia Bender, ehemalige Staatssekretärin im BMLEH, Dr. Manon Haccius, ehemalige Leiterin Alnatura Qualitätsmanagement, Martin Ries aus dem Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg sowie Unternehmensberater Manuel Pick hörten als langjährige Branchen-Gewächse auf der Biofach zwei Tage lang zu. Alles ganz ohne – wie im klassischen Verhaltensmuster der alten Bios veranlagt – die Biowelt zu erklären. Neben Zuhör-Angeboten gab es einen WhatsApp-Kanal, um junge Sichtweisen per Sprachnachricht einzuspeisen. Nicht zuletzt fingen Magnus Fischer und Erik Lösch in den Messehallen Stimmen zum Leitthema der Biofach ein. Das Ziel: zu verstehen, was die Next Gen hemmt, begrenzt und in ihrer Wirksamkeit

behindert. Also: Was muss sich ändern in der Bio-Szene, damit die Innovationskraft der Jungen sich stärker entfalten kann? Die Erzähler lieferten starke Impulse – und bestätigten damit die Grundannahme des Experiments: Irgendwas ist faul im Sektor.

Identitätskrise? Doch unterm Strich nahmen wenig junge Bios teil. Was sagt das aus? Dass die Annahme der Experimentierenden grundsätzlich falsch ist und es strukturell kein Problem junger Bio-Stimmen gibt? „Die Rückmeldungen sprechen eine deutlich andere Sprache“, sagt Pick. Gleichzeitig bleibt die Frage: Warum haben so wenige Menschen das Format genutzt? Dies beschäftigt die Zuhörer weiter: „Wir haben von denen, die den angebotenen Kanal genutzt haben, ausschließlich sehr positive Rückmeldungen zum Format bekommen“, so Pick. Seine Sicht: „Die

Bio-Szene stellt sich das ein oder andere Bein selbst. In den Rückmeldungen stecken starke Teil-Lösungen für die Bio-Krise. Sie ist nicht nur eine Absatz-, sondern vor allem eine Identitätskrise.“ Zwei Rückmeldungen zeigen: Einige Junge kehren dem Thema Bio den Rücken. Der Grund: Sie sind frustriert, glauben nicht mehr an die Veränderungskraft ihrer Arbeitgeber, auch nicht an die Entwicklungsfähigkeit der Branche. Das können sich Bio-Unternehmen nicht leisten. Auch wenn die Ergebnisse nicht repräsentativ sind. Sie machen für alle, die Bio weiterbringen wollen, ein spannendes Erkenntnisfeld auf. Fazit: Experiment teilweise gelungen. Und der Patient?

Ergebnisse. Die Themen fielen so individuell aus wie die Menschen, die sie mitbrachten. Sei es als Mitarbeitende in Behörden, Ämtern und Unternehmen, als Start-Up, international agierende Importeure oder Verbands-Akteure. Im Fokus des Experiments stand die Frage: Wo stoßen Nachwuchskräfte an ihre Grenzen? „Zum Teil resultieren diese Grenzen aus der persönlichen Situation, Haltung und dem eigenen Selbstverständnis“, sagt Martin Ries. Er sieht aber im Wesentlichen Ursachen in Teams und Organisationen. Zudem zeigen die Ergebnisse, dass die Branche als langsam, in die Jahre gekommen, behäbig und zäh wahrgenommen wird. Zu viele alte Glaubenssätze, die aus Sicht der young Voices eine notwendige Modernisierung und Anpassung an die neue Wirklichkeit jenseits der Nische erschweren. Doch noch etwas spielt hier mit hinein: Im gesamtgesellschaftlichen Klima verschwanden Nachhaltigkeitsthemen rasant von den politischen Agenden. Das bremst vieles aus.

Was nervt? Wie fällt der Anteil älterer Akteure daran aus, dass young Voices nicht durchdringen mit ihren Projekten, Ideen und Ansätzen? „Wir haben beim Zuhören zwar klare Kritik am Führungs-Verhalten der ersten Bio-Generation gehört, aber gleichzeitig eine Menge Selbstreflexion“, betont Pick. Bashing oder ein Gegeneinander blieb gänzlich aus. Erlebbar war der klare Wunsch nach Miteinander – eben nur auf echter Augenhöhe. „Die Haltung, in der sich die Generationen begegnen, braucht eine Veränderung. Keine Besserwisserei. Wissensvermittlung sehr wohl“, so Ries. Es gehe nicht darum, dass Bio-Erfinder dem Nachwuchs erklären, wie es richtig laufe. Viel wichtiger: das eigene wertvolle alte Wissen neben das der young Voices zu stellen, um mit beidem eine Synthese zu ersinnen, die besser ausfällt als das eine oder das andere. „Aktuell stellt sich das für viele Neueinsteiger anders dar. Sie sehen sich in eine untergeordnete Rolle gedrängt und erleben wenig echte Neugierde und Entwicklungsbereitschaft“, sagt Ries und beschreibt damit die Sicht der jungen Bios auf ein starres Ideen- und Wertekorsett.

Was nervt in Unternehmen? Diese Frage beantwortet sich auf zwei Ebenen. Zum einen hapert es bei internen Strukturen, was sich vergleichsweise leicht verändern lässt. „Es fehlen Wege, Institutionen und Ressourcen für die Innovationen der Next Gen“, fasst Pick die Resultate zusammen. „Wer die Energien der Jungen nutzen will, sollte Wege öffnen und Kanäle organisieren, in denen diese Energie möglichst ungehindert fließen kann.“ Es brauche im Unternehmenseigenen, mit Gestaltungsmacht ausgestattete Strukturen mit entsprechenden Ressourcen und Gremien samt gut organisierter Schnittstellen. „Es geht darum, junge Menschen gleichberechtigt an den Tisch zu bitten, an dem die wesentlichen strategischen Entscheidungen getroffen werden“, sagt Pick. So berichtete Johanna Zierl, Mitglied im Jungen Bioland über ein positives Beispiel aus dem eigenen Verband: Bioland konstituierte seine Jugendorganisation von Anfang an als eigenständige Institution: mit Mitarbeitenden im Hauptamt und jungen Menschen im verantwortlichen Ehrenamt. „Es braucht mehr als das Angebot eines internen Stuhlkreises“, so Pick. „Es braucht Plätze mit gleichwertiger Stimme.“

Frage der Haltung. Noch etwas brachte das Experiment zutage: Die alten Bios hängen fest in einer 100-Prozent-Denke, die nach Absicherung strebt. Sie lehnen sich nur vorsichtig aus dem Fenster. Nach dem Gehörten fehlen der Mut und der klare Wille zur Wirkung, mit einem guten Argument, laut nach außen zu gehen. „Das drückt sich vor allem in der häufig sehr konventionellen und braven Markenkommunikation aus“, so Ries. „Und ganz ehrlich: Das langweilt ja auch.“ Da seien junge Bios sowohl in der Wahl ihrer Kanäle als auch in Inhalten und Wording näher am modernen Leben. Fazit des Experiments: Kommunikation übergeben, Platz machen und aushalten, dass sich Kommunikation auch in Richtungen verändert, die ältere Bios schwer aushaltbar finden. Zwei Antworten, die bei Volume up for young Voices kamen, sind sicherlich nicht repräsentativ, aber keinesfalls untypisch. Sie zeigen einen Teil des Problems: „Ich habe den Glauben an die Entwicklungsfähigkeit meines Unternehmens und der Bio-Branche aufgegeben und glaube, das ist nicht mehr das richtige Format für mich.“ Die andere Antwort: „Ich suche mir ein Betätigungsfeld, in dem ich etwas beitragen kann und in dem nicht Selbstausschöpfung auf der Tagesordnung steht.“

Was nervt an der Branche? Hier taucht – wenig verwunderlich – der Bürokratiewust auf, der an vielen Stellen hemmt. Zum Beispiel beim Import von Kaffee aus Äthiopien, wie Feix Matschies ausführte. Eine Behördenmitarbeiterin ging darauf ein, welche Kulturen in Organisationen hemmen, wenn es um die Zusammenarbeit mit kleineren bäuerlichen Betrieben geht. Sie möchte namentlich nicht genannt werden – und auch das sagt etwas aus. Entschlackung heißt das Zauberwort – weg mit Regularien und Richtlinien innerhalb von Organisationen. Nicht nur auf die Politik schimpfen. Viel Bürokratie entsteht in den Organisationen selbst. Und die kann weggeräumt werden. „Freiheit für junge Ideen, hausinterne Labors, aufrichtig flache Hierarchien, Wissensaustausch und vor allem: offene Ohren und offene Herzen: Das ist hier gefragt“, fasst Pick zusammen. Ein Thema, das den Zuhörern in fast allen Redebeiträgen begegnete: fehlende echte Kooperation über die gesamte Wertschöpfungskette. So fragte sich eine

Offene
Ohren
und
offene
Herzen.

Teilnehmerin, warum der Sektor nicht von anderen Branchen – wie Autoindustrie – lernt und Interbranchen-Organisationen gründet. So könnten Gemeinschaftsaufgaben synergetisch in Joint Ventures erledigt werden. „Schließlich muss nicht jeder Mittelständler oder jedes Start-up das Rad neu erfinden“, sagt Ries. Kulturell scheint der Kooperationsgedanke gut in Bio verankert – das bestätigten alle Erzähler. Demnach ist die Stimmung offen, und es gibt Austausch. Gleichzeitig schilderten sie die Branche als sehr alt mit einem deutlichen Übergewicht an Menschen Ü50 – vor allem in Leitungspositionen. Der Anteil der Ü70-Jährigen auf Führungsebene ist überdurchschnittlich. Was über den netten Austausch hinweg schwer zu fallen scheint: wirksame Zusammenarbeit. Marten Schulze brachte es auf den Punkt: „Die Grundvibes für Kooperation sind da. Das macht die Sache persönlich rund.“ Schlüsselthema und unisono Entwicklungswürdig: die Kommunikation. Hier zeichnen sich Generationsunterschiede deutlich ab. Trends aufgreifen und entlang der Trends die eigenen Themen platzieren, könnte laut einer Erzählerin ein Weg aus diesem Dilemma sein. Andere sprachen sich dafür aus: „Die Alten sollen selbst die Verantwortung für ihren Teil der Kommunikation übernehmen und nicht den Krawallmacherteil den Jungen zuschustern.“ Beim Thema interne Kommunikation fielen deutliche Schlagworte: Da gebe es zu viel Kasernenhof und zu viel Macht – aber zu wenig angstfreier und offener Diskurs. „Wie Meetings gestaltet und Besprechungen moderiert werden, ist sehr traditionell, altbacken und langweilig“, so der Tenor mit deutlichem Hinweis auf neue Besprechungsformate und rotierende Moderationen. Klar fielen auch die Aussagen zur Marktkommunikation aus: Sie muss lauter, zeitgemäßer, selbstbewusster und vor allem frecher und witziger werden. Noch etwas stellten die young Voices klar: Sie wünschen sich politischere Aussagen. Wege in die Veränderung und praktische Lösungsansätze gibt es in der nächsten Ausgabe von BIOwelt. | Heike van Braak



Was nervt junge Bios?
Hier gehts zu Antworten
und Impressionen!

<https://kurzlinks.de/ldor>