

INTERVIEW

„Nachhaltig investieren“

**Lebensmittel Zeitung:** Die ASI Natur Holding verwaltet insgesamt rund 40 Millionen Euro. Mit welcher Motivation investieren Ihre Kunden in das Biosegment?

**Theo Häni:** Wir bewegen uns heute in Finanzmärkten, die sehr überzogen und undurchsichtig sind. Das aktuelle Portfoliomanagement ist genauso ei-



Foto: LZ-Archiv

Schweizer Vermögensberater mit Bio-Faible: Theo Häni.

ne heiße Luftblase wie seinerzeit die New Economy. Die Investoren wollen jedoch wieder nachvollziehen können, was mit ihrem Geld eigentlich geschieht. Insbesondere die Erbengeneration verspürt ein starkes Bedürfnis mit ihrem Geld etwas Nachhaltiges zu unterstützen. Dieser Trend fängt gerade erst richtig an. Die Investition im Biosegment hat sich inzwischen gesellschaftlich als Geldanlageform etabliert.

**LZ:** Die Investition in die landwirtschaftliche Produktion hat in Europa keine große Tradition. Was versprechen sich ihre Kunden von diesem Engagement?

**Häni:** Die Landwirtschaft hat in Westeuropa leider ein negatives Image. Blickt man jedoch nach Südamerika, Australien oder Osteuropa sieht dies schon ganz anders aus. Die ASI-Gruppe investiert bereits seit 1992 in die extensive Landbewirtschaftung in Südamerika. Die rund 40 000 Hektar sollen in den nächsten Jahren ebenfalls auf Bio umgestellt werden. Der Markt für Bioprodukte wird weiter steigen und damit der Rohstoff ein interessanter Faktor werden. Gleichzeitig geht es in Zukunft darum, die Kosten in der Landwirtschaft zu reduzieren, denn die Subventionspolitik ist nicht mehr lange zu halten. Für unsere internationalen Investoren ist Landwirtschaft in nicht subventionierten Ländern die billigste Form der Immobilie. Wir sind zum richtigen Zeitpunkt in die Biolandwirtschaft eingestiegen und haben interessante Wertsteigerungen erzielt. Land ist ein optimales Vehikel, um Vermögen weiter zu geben, daher wird es als Anlageform zukünftig wieder mehr Beachtung finden.

**LZ:** Welche Rendite erzielen die Projekte? Wo soll das ASI-Natur-Projekt in fünf Jahren stehen?

**Häni:** Bio benötigt langfristige Investitionen. Dieser Aspekt der Langfristigkeit wird künftig wieder an Bedeutung gewinnen. Dabei muss man zwischen im Markt arrivierten Unternehmen und neuen Projekten unterscheiden. Die etablierten Bio-Unternehmen konnten eine deutliche Wertsteigerung erzielen. Dort streben wir eine Rendite von acht Prozent an. Die landwirtschaftlichen Projekte in Rumänien und Ungarn schreiben mittlerweile fast alle schwarze Zahlen. Allerdings steht hier nicht die Rendite im Vordergrund, sondern unsere Vision von einer kompletten Wertschöpfungskette vom Bauern bis zu Kunden. In fünf Jahren wollen wir der größte Bio-Hühnchenproduzent in Europa sein. ■



Kapital für die Expansion: Der Finanzdienstleister ASI Natur Holding ist an führenden Bio-Filialisten wie Basic und Supernatural beteiligt.

fünfzehn neue eröffnet, weitere befinden sich in Vorbereitung.

Mit dem Einstieg von Rewe in den Bio-Fachhandel wagte sich in diesem Jahr ein weiterer Player in die alternative Nische vor. Unter dem Namen „Vierlinden“ eröffnete die Biokonzept GmbH, eine gemeinsame Tochter der Rewe West und der Für Sie Handelsgenossenschaft eG, im Frühjahr den ersten Bio-Supermarkt in Düsseldorf, ein zweiter folgte kürzlich in Köln.

**Whole Foods plant Expansion in Deutschland**

Für die Rewe als einer der größten Vermarkter von ökologischen Lebensmitteln sei dies ein logischer Schritt, teilen die Kölner mit. Der klassische LEH habe auf Verkaufsf lächen von 1 200 bis 1 500 Quadratmetern zu wenig Platz für die Präsentation eines umfangreichen Bio-Sortimentes von 6 000 bis 8 000 Artikel. Dies funktioniere nur in einer eigenen Vertriebschiene. Pro Jahr will Rewe nun zwei bis drei neue BioSupermärkten eröffnen, was aber eher nach einer moderaten Expansion aussieht.

Stoff für erhebliche Spekulationen liefert zudem der Vorstoß des amerikanischen Konzerns Whole Foods in Europa. Zunächst übernahmen die Amerikaner im vergangenen Jahr für 38 Millionen Dollar die britische Kette „Fresh'n Wild“ mit sieben Bio-Läden. Nachdem erste Erfahrungen gesammelt wurden, geht die Expansion nun unter der eigenen Marke Whole Foods weiter. Im renommierten Kaufhauses Barker in London-Kensington wird der Konzern im Jahr 2007 auf 2 500 Quadratmetern seinen ersten großflächigen Supermarkt in Europa eröffnen. Der eigene Londoner Supermarkt sei der erste Schritt zur Expansion der Marke in Großbritannien und in anderen Teilen Europas, teilt der Konzern mit.

Das 1980 gegründete Unternehmen Whole Foods Market ist nach eigenen Angaben mit derzeit 171 Filialen der weltweit größte Einzelhändler für naturnahe und ökologische Lebensmittel. Die Analysten schätzen den Jahresumsatz für 2005 auf rund 4,8 Milliarden Dollar. Für das Jahr 2010 peilt Whole Foods einen Umsatz von zehn Milliarden Dollar an. Das expansionsfreudige Unternehmen verfügt über ausreichend Finanzkraft für weiteres

Wachstum. Der Börsengang im Jahr 1992 spülte dem Konzern 23 Millionen Dollar in die Kasse. Seit dieser Zeit wird die weitere Expansion aus diesem Anfangserlös und dem Cash flow finanziert“, erläutert Ökoberater Dr. Winfried Fuchshofen, Organic Insights Inc. Fuchshofen beziffert den aktuellen Kassenstand auf rund 300 Millionen Dollar. In den USA expandierte Whole Foods in erster Linie durch die Übernahme zahlreicher kleinerer Rivalen. Die Firmen werden nicht einfach gekauft, sondern mit ihrer Firmenphilosophie, dem Know-how und den Menschen in den Konzern integriert, erläutert Whole Foods-Experte Fuchshofen. Durch diese Fusionen sicherte sich das Unternehmen gezielt Spezialkompetenzen beispielsweise bei Wein oder Fisch.

Ob das amerikanische Modell auch in Europa funktioniert, bleibt abzuwarten. Eine große Hürde stellt dabei insbesondere die Sortimentsgestaltung dar. Whole Foods agiert in den USA in erster Linie als serviceorientierter Anbieter von naturnahen Lebensmitteln und Nonfood. Lediglich 35 bis 40 Prozent des Umsatzes wird nach Unternehmensangaben mit biologischen Lebensmitteln erwirtschaftet. Ein solches Konzept lässt sich nicht so einfach auf den deutschen Markt übertragen. Doch den haben die Amerikaner sehr wohl im Visier. Die Expansion in Deutschland ist ein klares Wachstumsziel“, erklärt Fuchshofen. Spätestens in zwei Jahren werden sich die deutschen Bio-Händler nach seiner Prognose mit dem Konzept der naturnahen Supermärkte auseinander setzen müssen. ■



Verhaltene Expansion geplant: Die Rewe-Tochter Biokonzept eröffnete kürzlich die zweite Bio-Filiale „Vierlinden“ mit 6 000 bis 8 000 Artikeln.