

## 25 Jahre lang gehörte Schmidt-Sköries einer Taizé-Gruppe an und ging regelmäßig ins Kloster zum Meditieren

**Was halten Sie davon, dass Bio inzwischen Mainstream geworden ist und bei Discountern angeboten wird?**

Ich finde es gut, dass Bio-Produkte einer breiteren Masse zugänglich werden. Die Entwicklung ist gut, wenn sie ernsthaft betrieben wird. Schlimm finde ich, wenn man nur Bio-Produkte verkauft, um höhere Margen zu erzielen. Wenn man es nur aufgrund von Marktgesichtspunkten macht, und nicht aus Überzeugung. Für uns bedeutet es, dass wir unsere Marktpositionierung umstellen und genauer werden müssen. Aber insgesamt hat das Ganze keine Auswirkung auf uns, weil wir Qualität verkaufen und eine bestimmte Philosophie. Die Kunden kaufen nicht bei uns, weil ein Produkt Bio ist, sondern weil es gut schmeckt.

**Was denken Sie über die neue EU-Verordnung, die besagt, dass Aromen und Extrakte zu 95 Prozent aus natürlichen Inhaltsstoffen bestehen müssen und falls nicht, das jeweilige Produkt den Bio-Status verliert?**

Diese Frage stellen wir uns gar nicht, weil wir künstliche Aromen sowieso nicht nutzen. Für uns ist es selbstverständlich, dass wir nur natürliche Aromen verwenden und nichts Künstliches.

**Sind biologische Lebensmittel ein Luxusthema, mit dem sich nur die reichen EU-Staaten beschäftigen? Wie ist das Thema in den Niedrigschwellig-Ländern verbreitet?**

Wir müssen erst einmal unsere Hausaufgaben machen. Man muss immer schauen, wie ist der Wohlstandsfaktor in dem jeweiligen Land. Wenn die Grundbedürfnisse in einem Land nicht erfüllt sind, dann kann das Thema Nachhaltigkeit eben auch kein großes Thema sein. Das ist in Deutschland nicht unsere Lebenssituation. Wir sollten

\* BSCI bietet Unternehmen einen Verhaltenskodex an, der sie bei ihren Bemühungen eine ethische Lieferkette aufzubauen unterstützt. Dieser Kodex beruht auf internationalen Verträgen zum Schutz von Arbeitnehmerrechten. Dabei geht es um elf Schlüsselemente.

**Expansion** Trotz schwieriger Zeiten will Bio Kaiser auch dieses Jahr weitere Stadtteilfilialen ohne Gastrobereich eröffnen. Diese erhalten ebenfalls einen kunstvollen Anstrich. Um das Geschäft noch mehr zu diversifizieren und das Portfolio zu erweitern, ist eine Zusammenarbeit mit weiteren Handelsketten angedacht sowie Kooperationen mit anderen Bäckern, um gegenseitig die Produkte in den Filialen zu verkaufen. Um das Unternehmen kontinuierlich weiterzuentwickeln, veranstaltet Schmidt-Sköries sechs Mal im Jahr mit einem externen Berater eine Art innerbetriebliche "Höhle der Löwen", bei der Mitarbeiter\*innen ihre neuen Ideen präsentieren.

**Volker Schmidt-Sköries wollte nie einen Chef haben und wollte nie ein Chef sein**

zur Einhaltung der Menschenrechte. Ziel der Initiative ist die weltweite Verbesserung von Arbeitsbedingungen.

**Woher beziehen Sie Ihre Rohstoffe?**

Wir verwenden Getreide ausschließlich aus regionaler Erzeugung von der Bioland-Erzeugergemeinschaft Kornbauern aus kontrolliert ökologischem Anbau, etwa frisch gemahlene Roggen-Vollkorn- oder Auszugsmehl. In der Produktion achten wir auf eine mehrstufige Sauerteigführung und arbeiten mit Koch- oder Quellstücken. Unsere Maschinen müssen sich auf die verschiedenen Teige einstellen können – nicht umgekehrt. Jedes Brot hat bei uns seine eigene Identität. Das fängt schon bei der Herstellung an, obwohl wir 8.000 bis 12.000 Brote pro Tag backen.



**Kunstwerk** Der lokale Künstler Daniel Hartlaub wurde mit der Gestaltung der 2020 neu eröffneten Filiale in Frankfurt-Riedberg beauftragt. Das Motto: „Himmel und Erde“. Alle 18 Filialen sollen von Hartlaub und der Malerin Barbara Bux kunstvoll umgestaltet werden. Keine soll wie die andere aussehen.