



30 Jahre Schrot&Korn



Im Jahr 1985 startete das Naturkostmagazin Schrot&Korn mit der Idee Umwelt, Gesellschaft und Gesundheit durch eine stärkere Verbreitung von Bio-Lebensmitteln zu fördern und den Konsum von Naturkost-Produkten durch transparente Information zu unterstützen. War Bio zur Gründung noch eher eine Nischenbewegung, sollte es so auch breiteren Bevölkerungsschichten zugänglich werden. Heute ist Schrot&Korn gut nachgefragt und Deutschlands auflagenstärkstes Naturkostmagazin. Aus anfänglich 20.000 wurden über 850.000 Exemplare, jeden Monat. Das Magazin liegt in über 2.500 bundesweiten Bio-Verkaufsstellen kostenlos aus. „Heute sind nicht nur die Herausforderungen des Handels in der Biobranche gestiegen, auch die Leserstruktur ist vielfältiger und die Themen sind komplexer geworden“, berichtet Sabine Kauffmann, Geschäftsführerin der bio verlag gmbh.

Zum März 2015 hat der bio verlag daher seinem Flaggschiff durch einen **Relaunch** mehr Profil verliehen. Es erhielt nicht nur ein neues Layout, sondern wurde auch inhaltlich an die veränderten Leserbedürfnisse angepasst. Nach dem Motto „BIO LEBEN. BIO LIEBEN“ bildet Schrot&Korn den neuen gesellschaftlichen Querschnitt in seinen unterschiedlichen Strömungen als modernes, zeitgemäßes Kundenmagazin ab. Es teilt sich auf in zwei Wellen: Essen und Leben. Im ersten Teil „Essen“ finden sich Rezepte sowie Informationen rund um gesunde Ernährung und Bio. Der Bereich „Leben“ bietet Informationen, Analysen und Nutzwert zu einem nachhaltigen Leben, von Politik bis hin zur persönlichen Lebensführung. Das neue Schrot&Korn schafft für neue Biokunden und Stammkäufer Orientierung im großen Bio-Sortiment. Darüber hinaus will das Magazin weiter für Transparenz sorgen, Vertrauen in Bio-Produkte im Fachhandel schaffen und damit die Kundenbindung stärken.

Schrot&Korn ist klimaneutral zertifiziert

Auch beim Thema Klimaschutz will das Naturkostmagazin

Zeichen setzen. Es ist seit 2009 nach den Stop-Climate-Change-Standards klimaneutral zertifiziert, ebenso wie alle anderen Medien. Zu erkennen ist es am Siegel auf dem jeweiligen Heft. Außerdem ist der gesamte bio verlag als Unternehmen zertifiziert. Mit einem Minderungskonzept wird fortlaufend daran gearbeitet, wie sich klimaschädliches CO₂ kontinuierlich weiter vermeiden lässt. Unvermeidliche Emissionen werden mit Klimazertifikaten nach dem Gold-Standard ausgeglichen. Gemeinsam mit Bauminvest werden hier beispielsweise Ökonutzwälder in Costa Rica aufgeforstet. Im Jahr 2013 waren dies beispielsweise 2.233 Tonnen CO₂. Die Zertifizierung für das Unternehmen und seine Medien war nur konsequent. Denn schon immer hat der Verlag möglichst umweltfreundlich gearbeitet und alle Produkte werden standardmäßig auf Recycling-Papier gedruckt. Zudem erfüllt nicht nur das Verlagshaus hohe ökologische Kriterien beginnend von einer Grundwasser-Wärmepumpe bis hin zur Energieeffizienz und Müllvermeidung. Wo möglich, werden auch Fahrgemeinschaften gebildet, damit Mitarbeiter möglichst umweltschonend zur Arbeit kommen können.

Vielfältiges Engagement und Preise

Schrot & Korn nimmt gemeinsames ökologisches Handeln sehr ernst und setzt sich seit Anbeginn für Umweltschutz sowie biologische Ernährung und Wirtschaftsweise ein. 2004 hob das Magazin beispielsweise die **Genfood-Nein-Danke**-Bewegung aus der Taufe, die bis heute Bekanntheit genießt. Der bio verlag als Herausgeber von Schrot&Korn war zudem 2012 der deutsche Gewinner als „Employer of the year“ bei den European Business Awards. Mitentscheidend für die Vergabe war, dass sich der Verlag seit Ende 2011 in Mitarbeiterhand befindet und so ein „Best Practice-Beispiel“ für andere Unternehmen sein kann. Auch erhielt er 2010 die Auszeichnung "besonders familienfreundlich" der "Initiative Bayerischer Untermain" sowie den „new ethics award“. Ebenso wurde er 2011 Regionalsieger Unterfranken im Wettbewerb um den bayerischen Staatspreis "Gerechte Chancen in der Arbeitswelt". Die verlagseigene Stiftung natur mensch kultur fördert zudem Projekte, die sich für Bildung und Erziehung oder Umweltschutz stark machen.

bioverlag gmbh
Magnolienweg 23
63741 Aschaffenburg

www.bioverlag.de/presse

Schrot&Korn hat für die Region Aschaffenburg 2009 überdies die **Bio-Brot-Box**-Aktion initiiert und seitdem über 14.000 Frühstücksboxen gemeinsam mit Paten und Sponsoren an ABC-Schützen verteilt.

Schrot&Korn Essenzen

Seit Herbst 2013 erscheint im bio verlag auch erstmalig eine

Kaufzeitschrift, die Schrot&Korn Essenzen. Diese werden jeweils mit einem unterschiedlichen Themenschwerpunkt über den Bahnhofs- und Flughafenzeitschriftenhandel vertrieben. Titel sind beispielsweise „vegan&bio“, „regional&bio“, oder auch „kinder&bio“ sowie „yoga&bio“. Zu den jeweiligen Kernthemen bildet sich ein Mix aus Rezepten, Hintergrundwissen und praktischen Tipps. Damit spricht der bio verlag sowohl bio-affine Stammkäufer, als auch Neueinsteiger und Bio-Interessierte an. Das Magazin erscheint bis zu vier Mal im Jahr, wird im Pocket-Format aufgelegt und ist zum Copy-Preis von 3,50 Euro erhältlich.

Über den bio verlag

Der bio verlag wurde 1979 gegründet, damals noch als pala-verlag. Das Aschaffener Medienhaus hat sich seitdem auf die Naturkost- und Naturkosmetikbranche spezialisiert und damit ein langjähriges Branchen-Know-how erarbeitet. Neben „Schrot&Korn“ und den „Schrot&Korn Essenzen“ erscheinen weitere Publikationen im bio verlag: Dies sind die Fachzeitschrift „BioHandel“ sowie das Naturkosmetikmagazin „cosmia“. Seit Januar 2015 hat der Verlag zusätzlich seine Kräfte mit dem Branchenportal bio-markt.info gebündelt, welches er seitdem herausgibt. Mit naturkost.de bietet der Verlag zudem eines der meist frequentierten Online-Portale zum Thema Naturkost. Ebenso erscheint im bio verlag das Sauna- und Wellnessmagazin heiss+kalt sowie der Naturkostkalender.

www.schrotundkorn.de

www.bioverlag.de

Pressekontakt:

bio verlag gmbh, Magnolienweg 23, 63741 Aschaffenburg

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Imke Sturm

imke.sturm@bioverlag.de

Tel.: 0172 – 32 50 222