



Boris Voelkel, Jurek Voelkel und Jacob Voelkel (v.l.n.r.) leiten die gemeinwohlorientierte Bio-Kelterei seit Januar 2026 – und verfolgen eine neue Preisstrategie.

Neue Flaschen, neue Preise: Öko-Wirtschaft neu gedacht

Gemeinwohlorientiert in die Zukunft: Nachdem die Söhne des Bio-Pioniers Josef Voelkel die Safterei übernommen haben, wird die Kommunikation klarer. Und die heißt: Jede Kaufentscheidung ist eine Entscheidung über das Morgen des Planeten. Auch dank der Margen reagieren die wichtigsten Händler begeistert, berichten die Brüder im RUNDSCHAU-Interview.



Das komplette Interview...

mit den drei Brüdern Voelkel lesen Sie online. Darin geht es um die technischen Investitionen des Unternehmens und um Nachhaltigkeitsziele.



Wir haben alles in einer Hand: Wir sind dicht am Landwirt und verarbeiten selbst. Das macht uns stabiler, wir sind von Grundstofflieferanten unabhängig.

Jurek Voelkel

Seit Januar füllt Voelkel einige Direktsäfte in neue 0,5-Liter-Flaschen ab – und die kosten rund 30 Prozent mehr. Warum?

Jurek Voelkel: Wir haben viele unserer Fruchtsäfte nicht kostendeckend verkauft. Jetzt kommunizieren wir deutlich: Die Wahl eines Lebensmittels ist eine wirtschaftspolitische Entscheidung darüber, wie die Welt aussieht: Unsere Landwirte werden so bezahlt, dass ihre Betriebe eine Langfristperspektive haben. Voelkel-Produkte sind nicht teuer, sie sind den Preis wert.

Preiserhöhungen sind schwierig zu kommunizieren ...

Jurek Voelkel: Deswegen differenzieren wir uns vom Wettbewerb und erreichen eine Premium-Positionierung. Der Premium-Anspruch muss für Kunden sichtbar sein. Unser Wettbewerber ist der konventionelle Getränkekonsum – wir ermutigen, Bio zu kaufen. Und: Wir haben die Kalkulation so überarbeitet, dass in allen Handelsstufen und auch für die Lebensmittelhändler mehr Wertschöpfung möglich ist.

Sichtbarkeit zeigt sich in der neuen Flasche – welche Vorteile hat sie?

Jurek Voelkel: Sie hat einen großen Verschluss, der beim Aufmachen viel Aroma transportiert, eine weichmacherfreie Deckeldichtung und eine hohe Wiedererkennbarkeit.

Die Preiserhöhung hat ihre Gründe auch in der Rohstoffsituation?

Boris Voelkel: Ja. Für alle Einkäufer ist der Job aktuell besonders herausfordernd. Im Ökolandbau funktionieren die üblichen Marktmechanismen nicht. Wenn die Ernte

gut ist, gehen die Preise runter. Dazu kommen die Auswirkungen des Klimawandels mit Wetterextremen, Superernten und totalen Missernten. Wir kommen aus Zeiten, in denen die Volatilität deutlich geringer war. Preisschwankungen von 20 Prozent waren bei Rohware die Regel, 60 Prozent war die Ausnahme. Heute gibt es häufig 500 Prozent Auf- und Abschläge. 2024 stieg der Preis für Sauerkirschen von 1,30 Euro auf 5,70 Euro pro Kilogramm.

Wie gehen Sie damit um?

Jurek Voelkel: Wir haben alles in einer Hand: Wir sind dicht am Landwirt und verarbeiten selbst. Das macht uns stabiler, wir sind von Grundstofflieferanten unabhängig. Man schleppt im Unternehmen zwar einen Kostenblock mit sich herum, aber wir sind agil. Auch wenn sich beispielsweise die Nachfrage plötzlich aufgrund eines TikTok-Posts von irgendeinem sportiven Influencer verdreifacht oder Zikaden die Hälfte der Rote-Bete-Ernte vernichten – wir können jeden Trend parieren, unser Lieferanten-Netzwerk hält.

Das Netzwerk der Produzenten ist also ein Schlüssel zum Erfolg?

Boris Voelkel: Unbedingt. Beziehungsfähigkeit ist in Zukunft die Kernkompetenz, um überhaupt noch wirtschaften zu können. Wir bieten den Landwirten und den Kunden viel Stabilität. Das müssen wir machen, sonst verlieren wir bei schlechten Rahmenbedingungen die Familienbetriebe unter den Produzenten. Und wenn das so weitergeht, haben wir in fünf Jahren ein niederländisch-chinesisches Konsortium, dessen KI mit einem großen Lebensmittelkonzern die Preise verhandelt, die



INFO

Voelkel und das Gemeinwohl

In der **vierten Generation familiengeführt**, produziert die **Kelterei Voelkel** mit rund 450 Mitarbeitenden ausschließlich **Bio-Säfte** mit einem Sortiment von über 250 Produkten. **Umsatz 2024: 140 Millionen Euro.**

Seit Januar 2026 sind nach Ausscheiden des Vaters **Stefan Voelkel** die Brüder **Jacob Voelkel, Boris Voelkel und Jurek Voelkel** Geschäftsführer.

19 Direktsäfte und Nektare in Premium-Bio- und Demeter-Qualität werden **seit Januar 2026 in 0,5-Liter Mehrwegflaschen mit neuem Design** abgefüllt.

2011 wurde das Unternehmen in eine **Stiftung** überführt; Ziel ist die Förderung der **ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit.**

Voelkel lässt sich nach Richtlinien der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) bilanzieren.

wir für Lebensmittel zahlen müssen. Zynisch – man nennt das Krieg, da ist systematische Gewalt im Spiel, man macht Strukturen kaputt.

Welche Herausforderungen an die Technik bringt die aktuelle Rohstoffsituation?

Jacob Voelkel: Die zunehmenden Extremwetterereignisse bedeuten vor allem große Herausforderungen in der Planbarkeit der Verfügbarkeit von Rohwaren. Mal ist besonders viel verfügbar, mal besonders wenig – mal gar nichts. Um diese Extreme auszugleichen, müssen wir Puffer im Tanklager bereitstellen. Konkret bedeutet dies hohe Investitionen in Lagerkapazitäten und Energie für die Lagerung sowie die digitale Verfahrenssteuerung.

Wie ist die Reaktion Ihrer LEH-Kunden?

Jurek Voelkel: Wir sind begeistert von der Offenheit des Handels, wir haben viel Vertrauensvorschuss bekommen und wachsen deutlich. □