

Mittelbaden / Baden-Baden

25 Jahre Pural

Bio-Boom in der Corona-Pandemie beschert Baden-Badener Unternehmen Umsatzplus

Am 13. Juni 1996 erfolgte der Eintrag ins Handelsregister. In diesem Jahr feiert die Pural Vertriebs GmbH ihren 25. Geburtstag. Das Baden-Badener Unternehmen beliefert Hof-, Bio- und Naturkostläden in ganz Deutschland und profitiert vom anhaltenden Bio-Boom in Pandemiezeiten.



Ständig auf der Suche nach innovativen Neuheiten für ihre Kunden: Pural-Geschäftsführerin Ulrike Claus blickt auf ein zwar schwieriges, aber erfolgreiches Jahr 2020 zurück. In diesem Jahr feiert ihr Unternehmen seinen 25. Geburtstag. Foto: Timon Claus

von Ralf Joachim Kraft

28. Mai 2021, 16:48 Uhr 3 Minuten

-
-
-
-

Corona hat vieles verändert – auch die Ernährungsgewohnheiten der Menschen. Bei monatelang geschlossener Gastronomie war Selbstversorgung angesagt. Dabei war es den Verbrauchern wichtig, nicht irgendwie zu kochen, sondern nachhaltig, saisonal und gesund – mit frischen, qualitativ hochwertigen Zutaten am besten aus der Region. So kam verstärkt Bio- und Naturkost auf den Tisch.

Schon ab Beginn der Krise ging es im Naturkostfachhandel aufwärts. [Die Bio-Branche boomte 2020 fast inflationär](#), machte einen Rekordumsatz von 15 Milliarden Euro und erzielte damit [ein Plus von mehr als 20 Prozent](#).

Von diesem Trend profitierte auch die Pural Vertriebs GmbH in der Baden-Badener Kiefernstraße. In diesem Jahr feiert sie ihren 25. Geburtstag.

Unternehmen startete mit sechs Beschäftigten im Naturkostbereich

Am 13. Juni 1996 erfolgte der Eintrag ins Handelsregister. Vier Jahre zuvor hatten Heinz Claus, Inhaber der Claus Reformwaren GmbH, und seine Tochter Ulrike das Potenzial einer der ältesten Marken für gesunde Nahrungsmittel erkannt und die Gesellschaft Pur Aliment mit Sitz in Paris übernommen.

„Vor 25 Jahren haben wir mit gerade mal sechs Beschäftigten im Naturkostbereich begonnen. Die sind heute fast alle noch mit an Bord“, erzählt Geschäftsführerin Ulrike Claus im Gespräch mit dieser Redaktion.



Blick ins Lager der Baden-Badener Pural Vertriebs GmbH. Das Unternehmen feiert in diesem Jahr seinen 25. Geburtstag. Foto: Timon Claus

Heute beliefert das Unternehmen mit einem vielfältigen Sortiment und seiner Eigenmarke eine wachsende Zahl an Hof-, Bio- und Naturkostläden in ganz Deutschland.

„Aktuell sind es 1.400 Kunden“, so Claus. Der aus der kleinen Pariser Bäckerei Pur Aliment entstandene Großhändler verzeichnete ihren Angaben zufolge 2020 eine enorm gestiegene Nachfrage vor allem im Bio-Bereich.

Derzeit haben wir bundesweit 1.400 Kunden.

Ulrike Claus, Pural-Geschäftsführerin

„Aktuell schwächt sie sich etwas ab, bleibt aber auf hohem Niveau. Wir hoffen natürlich, dass das möglichst lange so bleibt. Im Vorjahr konnten wir den Umsatz um fast 25 Prozent auf 42 Millionen Euro steigern. Die Claus-Gruppe legte auf 220 Millionen Euro zu.“

Aufgrund des gesteigerten Bewusstseins der Verbraucher für nachhaltige und gesunde Lebensmittel ging der Trend hin zu vegetarischer oder veganer Kost, Nahrungsergänzungsmitteln („etwa zur Stärkung des Immunsystems“) oder gesunden Fertiggerichten wie Bio-Pizza.

Mehr zum Thema



Regionales Lammfleisch ist gefragt

Schäferei Golderer in Pforzheim: Hier hält man Schafe und Hühner nach Bioland-Vorgaben

von Jürgen Peche

„Auch in schwierigen Zeiten können wir uns am Markt behaupten und sind als gesundes Unternehmen für die Zukunft gewappnet“, betont Claus.



Lecker und gesund: Mit Produkten der Eigenmarke Pural beliefert der Baden-Badener Großhändler Hof-, Naturkost- und Bioläden in ganz Deutschland. Foto: Timon Claus

„Corona war für uns allerdings nicht einfach. Wir haben einen hohen Anteil an Mitarbeitern aus Frankreich. Auf sie mussten wir teilweise verzichten, als im Frühjahr 2020 die Grenzen dicht waren. Wir haben den Geschäftsbetrieb an die Pandemie anpassen müssen. Und bis heute sind etwa 80 Prozent unserer Verwaltungsmitarbeiter noch immer im Homeoffice.“

Nicht verschont geblieben sei das Unternehmen von Lieferengpässen, dem Mangel an Rohware und Preissteigerungen.

Pural steigerte 2020 Umsatz um fast 25 Prozent auf 42 Millionen Euro

Von Beginn an gibt es für Ulrike Claus eine Prämisse, mit der sich das 1996 gegründete Unternehmen bis heute identifiziert: „Wir möchten mit unserem ganzheitlichen, ökologisch-nachhaltigen Ansatz möglichst vielen Menschen Lebensmittel in Bio-Qualität zugänglich zu machen.“

Schon 1998 sei Pural als Vertriebsgesellschaft innerhalb der Claus-Gruppe dem Demeter-Verband beigetreten.

„Von da an listeten wir viele Wegbereiter der biodynamischen Bewegung. Ständig sind wir auf der Suche nach innovativen Neuheiten für unsere Kunden“, berichtet die Geschäftsführerin, die den Pioniergeist von ihren Eltern Heinz und Sonja Claus geerbt hat.

Wir möchten möglichst vielen Menschen Lebensmittel in Bio-Qualität zugänglich zu machen.
Ulrike Claus, Pural-Geschäftsführerin

Schon lange vor den Trends habe es bei Pural eine große Auswahl an vegetarischen, veganen und glutenfreien Produkten gegeben.

„Sie sind das Rückgrat unseres Sortiments. Auch durch unsere Firmen im Unternehmensverbund in Frankreich und der Schweiz können wir mit länderspezifischen Artikeln, Exklusiv-Marken und unserer eigenen Marke Pural das Angebot attraktiver gestalten“, unterstreicht die Geschäftsführerin.

Über das Unternehmen Claus Reformwaren

Wurden zu Beginn der Firmengeschichte 20 Kunden mit 600 Artikeln 18 verschiedener Marken bedient, so seien es heute 1.400 Kunden, denen Produkte von mehr als 400 Marken zur Verfügung stehen, berichtet Ulrike Claus. Im Hintergrund sorgte die Muttergesellschaft Claus Reformwaren Service Team zwischen 2009 und 2019 für den Ausbau eines flächendeckenden Vertriebsnetzes und für neue Lagerstandorte in Fürstfeldbruck, Dortmund und Stockstadt. Hinzu kam im Jahr 2018 der Neubau einer Lagerhalle am Stammsitz in Baden-Baden „und auch ein neues Lagerverwaltungssystem“. 230 Mitarbeiter arbeiten in vier Lagern im Zwei-Schicht-Betrieb für die Unternehmensgruppe. Diese hat in der eigenen Flotte 50 Fahrer und 40 Lkw im Einsatz. Laut Ulrike Claus wird das Unternehmen, das unter anderem über einen Webshop mit mehr

als 400 Marken und teils exklusiven Produkten aus der Naturkostwelt verfügt, den Weg der konsequenten Kundenorientierung fortsetzen. Als Dankeschön soll es ab Juni viele Sonderaktionen und Jubiläumsrabatte für die treuen Kunden geben. „Sobald die Pandemie-Lage es erlaubt, werden wir unsere Geburtstags-Party nachholen“, verspricht die Geschäftsführerin.