



KoMo GmbH

Gemeinsam klappern für Mühlen und Vollwert

Zwei Wettbewerber haben sich vor drei Jahren zusammen getan, um Mühlen gemeinsam zu entwickeln und zu vermarkten. Eines ihrer Ziele: Vollwertige Ernährung fördern.

/ Text: Manfred Loosen, Fotos: Andreas Goinar

Brief eines Getreidekorns: „Lieber Mensch, komplett bin ich die natürlichste und erfolgreichste Pille aller Zeiten, ein Geschenk der Natur für dich und alle deine Mitmenschen.“ Die Zeilen stammen aus dem Flyer, der das Mühlenprogramm der *KoMo GmbH* vorstellt. Die Idee ist witzig, aber aus diesen Worten spricht auch die Überzeugung der Mühlenbauer Peter Koidl und Wolfgang Mock, dass gesundes Essen mit vollwertiger Ernährung anfängt. „Natürlich ist biologischer Anbau wichtig, aber uns ist das Vollwertige noch wichtiger!“ sagt Wolfgang Mock.

Um Erfahrung, technisches Know-how und Marketingkräfte zu bündeln, gründete er 2001 mit Peter Koidl die *KoMo GmbH*. Als gleichberechtigte Geschäftsführer vermarkten sie die Mühlen der *Wolfgang Mock GmbH* aus Hessen und der *Penningberger Kornmühlen (PK)* aus Tirol. Außerdem entwickeln sie zusammen neue Modelle. Beide Betriebe werden als reine Produktionsfirmen weitergeführt. Eine ganz eigene Art der „Fusion“ mit langem Anlauf.

Fast drei Jahrzehnte Branchenerfahrung

Wolfgang Mock gehört seit fast 30 Jahren zur Branche. Er hat die erste Bio-Messe, die „Müsl“, mit organisiert, war von Anfang an in Bio-Verbänden

aktiv und bis vor wenigen Jahren in der *BNN*-Verbandsarbeit tätig. Peter Koidl kam etwa acht Jahre später zum Mühlenbau. Ein Freund hatte ihm den Tipp gegeben, dass sich hier eine Marktlücke in Österreich auftue. „Am Anfang fand ich die Bio-Szene ein bisschen eigenartig“, erzählt Peter Koidl. Aber er habe sich an die Menschen und ihren lockeren Umgang miteinander gewöhnt. Und recht schnell ist er selbst ein wichtiger Teil dieser Szene geworden. Zunächst vermarktete Koidl *Hawo's-Mühlen*, die er in Lizenz selbst herstellte, erfolgreich in Österreich (Siehe Kasten Geschichte).

Ab 1991 begann Peter Koidl eigene Mühlen zu konzipieren: „Wir haben gemerkt, dass die Menschen in Österreich, Norditalien und der Schweiz nicht nur gute Mühlen haben wollen, sondern auch besonders schöne!“ Deshalb sahen die *Penningberger Kornmühlen* immer ein bisschen verspielter, etwas runder aus als die deutschen Modelle. Noch heute, obwohl Koidl und Mock die Mühlen gemeinsam planen, ist die äußere Form oft unterschiedlich. Das Herz der Mühlen, das Mahlwerk, ist jedoch gleich.

Die *Penningberger Kornmühlen (PK)* werden in einem ehemaligen Bauernhof in Hopfgarten/Tirol montiert, wo Koidl mit seiner Familie auch wohnt.>

>Vier Mitarbeiter sind dafür verantwortlich, dass nur Top-Qualität die Mini-„Fabrik“ verlässt. Wolfgang Mock lebt mit Familie im hessischen Lengfeld in einem alten Gutshof. Sieben Mitarbeiter bauen hier in familiärer Atmosphäre weit über 10.000 Getreidemöhlen im Jahr zusammen.

Zwei Perfektionisten arbeiten ständig an der Optimierung

Den perfekten Mahlstein haben Peter Koidl und Wolfgang Mock gemeinsam entwickelt. Er besteht aus tausenden winziger Korund-Kügelchen (1,5 -2 mm groß) Dieses sehr harte Mineral hat die gleiche chemische Zusammensetzung wie Tonerde. Die Korundteilchen werden mit Wasser, Keramikmasse und Wachs vermengt und mit hohem Druck in die gewünschte Form gebracht. Im 1300 Grad heißen Ofen verbrennt das Wachs rückstandsfrei. Der entstandene Kunststein ist äußerst hart und lange haltbar. Hergestellt wird der *KoMo*-Mahlstein in Engelskirchen im Bergischen Land.

Auch der Aufgabe, ihre Produkte weiter zu optimieren, stellen sich die Kompagnons gemeinsam. „Aktuell überarbeiten wir den Mahlstein so, dass er nicht nur Getreide, sondern auch Ölsaaten perfekt zerkleinert“, erzählt Peter Koidl stolz. „Die ersten Ergebnisse zeigen, dass die Richtung stimmt.“ Ebenfalls neu ist eine elektrische Gewürzmühle aus der gemeinsamen Ideenschmiede der beiden Geschäftsführer.

Wer denkt, an einer Getreidemühle sei nicht viel zu verbessern, der irrt gewaltig. Seit zwei Jahren werden zum Beispiel die Füßchen für die Fidibus 21 weder geklebt noch geschraubt und dennoch können sie nicht verloren gehen. Im Hause *KoMo* gilt der Satz von St. Exupery, der sinngemäß sagte: Perfekt ist eine Sache nicht dann, wenn man nichts mehr hinzufügen kann. Perfekt ist sie, wenn man nichts mehr weglassen kann.

Zusammenarbeit von der Idee bis zur Vermarktung

Zehn verschiedene Mühlen bietet die *KoMo GmbH* zurzeit an. Drei davon sind seit dem Zusammenschluss der beiden Firmen entstanden. „Drei Mühlen in drei Jahren, das ist eine ziemlich gute Leistung“. Peter Koidl ist zufrieden. Die beiden Mühlenbauer stehen natürlich regelmäßig telefonisch und per E-Mail in Kontakt. „Einmal pro Monat aber treffen wir uns persönlich, das ist wichtig“, sagt Koidl. Nürnberg haben sie als „Mitte“ zwischen Tirol und Hessen ausgemacht. Die Wohnung eines Freundes dient als



Leute vom Fach: Eine Weiterentwicklung der Mühlentechnik ist durch die hauseigene Werkstatt möglich.

Austauschort. Bei diesen Arbeitstreffen werden neue Ideen diskutiert und Pläne geschmiedet.

Immer wieder Thema: Die Vermarktung. „In den 80er Jahren war das Verkaufen von Mühlen einfach“, sagt Wolfgang Mock. Die Bioläden hätten damals noch alle „ideologisches Gedankengut“ gehabt, wie er es nennt. Heißt: die Ladenbesitzer hatten den alternativen Lebensentwurf „anders leben, anders handeln“, der auch die Ernährung betraf. Mock: „Die Ladner waren durch und durch Ökos, wollten ganzheitliche, vollwertige Nahrungsmittel verkaufen.“ Auch heute noch gebe es diesen Anspruch, aber das Betriebswirtschaftliche zähle immer mehr. (siehe auch das Interview auf Seite 34).

Engagement für Vollwert-Ernährung

Die Überzeugung, dass Vollkorn wichtig ist, teilten nicht nur die Läden, so Mock. Selbst das Frauenmagazin *Brigitte* brachte im September eine ausklappbare Ernährungspyramide, in der Vollkorn als Basis vollwertiger Ernährung dargestellt wird. Doch fehlende Unterstützung von Seiten der Mühlenhersteller sowie die Internetkonkurrenz motivierten die Läden nicht wie früher, als Multiplikatoren zu handeln. Zudem sei mittlerweile das Angebot aus Weißmehl-Produkten im Biohandel stark gestiegen und werde vom Verbraucher gerne angenommen (bei Spaghetti z.B. bis zu 70 %). Aber Peter Koidl und Wolfgang Mock sind Kämpfertypen. Sie engagieren sich für vollwertige Ernährung. Und das nicht nur, weil es als Mühlenbauer ihr Job ist.

Über Europa hinaus bekannt

Die *KoMo GmbH* verkauft mittlerweile fast in die ganze Welt. Natürlich sind neben Österreich und Deutschland vor allem die Nachbarländer Haupt->

Geschichte im Überblick

1976-1996 Wolfgang Mock entwickelt und vermarktet zusammen mit Harald Kugler *Hawo's*-Möhlen

ab 1986 Peter Koidl baut *Hawo's* in Lizenz für Österreich

Peter Koidl gründet eine eigene Mühlenproduktion unter dem Namen *Penningberger Kornmöhlen (PK)*

1997 Wolfgang Mock trennt sich von *Hawo's* und gründet die *Wolfgang Mock GmbH* mit der Marke Fidibus, erste Gespräche zwischen Mock und Koidl wegen einer Zusammenarbeit

1998 Flocker als gemeinsames Projekt

2001 Gründung der *KoMo GmbH* mit Peter Koidl und Wolfgang Mock als gleichberechtigte Gesellschafter, gemeinsame Entwicklung von drei Mühlen, neues Mahlwerk für alle *PK* und *WM* Mühlen.

> abnehmer: Schweiz, Italien und Frankreich. Aber auch nach Finnland wird exportiert. Eine Sendung Klassik- und Duett-Mühlen steht fertig gepackt zum Versand bereit und das schon seit einiger Zeit, wie Wolfgang Mock berichtet. „Die sind für Kuwait bestimmt, da gibt es Komplikationen mit dem Zoll“.

Handelsprobleme mit Japan haben Koidl und Mock nach jahrelangem Hin und Her gelöst: „Wer nach

Japan exportieren will, muss ordnerweise Unterlagen vorlegen, Skizzen, Zeichnungen, Baupläne, Unbedenklichkeitszertifikate.“ Wolfgang Mock stöhnt noch heute. Schließlich war der Importeur zufrieden mit den vorgelegten Papieren und die ersten 600 Mühlen für diesen, in Japan gut bekannten Anbieter von ausländischen Qualitätsprodukten konnten auf große Fahrt gehen. ■

Interview

„Wir erhoffen uns wieder mehr Engagement für das frische volle Korn“

BioHandel: Welche Bedeutung hat der Naturkosthandel für die KoMo GmbH?



Wolfgang Mock: Wir haben die komplette Entwicklung unserer Branche miterlebt und durch Mitarbeit in den Verbandsgremien jahrelang mitgestaltet. Wir sind mit dem Fachhandel groß geworden. Es gibt viele persönliche Beziehungen.

Peter Koidl: Der Fachhandel ist unser Vertriebsweg Nummer 1: Rund 80 Prozent der Mühlen verkaufen wir dort. Deshalb mochten wir nicht mehr länger hinnehmen, dass unsere Mühlen im Internet zu Lasten des Fachhandels verramscht wurden. Anfang 2004 haben wir darauf reagiert. Heute gibt es nur noch eine Hand voll Internet-Händler, mit denen wir eindeutige Lie-

ferverträge geschlossen haben. Dadurch verhindern wir Preisdumping, wie wir ihn jedoch beim Wettbewerb noch immer beobachten.

BioHandel: Wäre es nicht viel günstiger, im Ausland produzieren zu lassen?

Peter Koidl: Die Möglichkeit gäbe es. Wir lehnen das ab. Das hat unterschiedliche Gründe. Einer ist die technische Weiterentwicklung der Mühlen. Vieles wäre nicht möglich, kämen die Geräte fertig in Lengfeld oder in Hopfgarten an.

Wolfgang Mock: Details wie eine Mahlwerkskonstruktion, die Energie spart, wäre nicht möglich gewesen. Bei Haushaltsgetreidemühlen war das lange kein Thema, obwohl die Entwicklung von energieschonenden Geräten eine immer größere Rolle spielt. Auf solche Details wie die Optimierung der Steingeometrie oder die optimale Oberflächenrauigkeit richten sich bei uns viele Anstrengungen.

Peter Koidl: Solche Weiterentwicklungen sind unserer Meinung nach nur möglich mit eigener Produktion und geschulten Mitarbeitern.

BioHandel: Und trotzdem sind die Endpreise den Konkurrenzprodukten ähnlich, die ja teilweise

im billigeren Ausland produziert werden. Wie ist das möglich?

Wolfgang Mock: Weil wir selbst produzieren, sind wir immer nahe am Produktionsgeschehen dran. Das führt zu intelligenten, kreativen Lösungen, mit denen wir Produktionszeit und Kosten sparen.

Peter Koidl: Wir befinden uns in einer Art permanenter Entwicklung, weil wir immer wieder neue Ideen diskutieren. Es geht dabei nicht nur um große Würfe, eher um viele kleine Optimierungen, die wir gerne an unsere Kunden weitergeben wollen.

BioHandel: Wie schätzt ihr die Marktentwicklung ein?

Peter Koidl: Wir verfolgen die Entwicklung sehr aufmerksam. Es gibt Anzeichen dafür, dass die Talsohle der letzten Jahre durchschritten ist und neuer Schwung in den Mühlenhandel kommt.

BioHandel: Kann der Naturkosthandel etwas dafür tun?

Wolfgang Mock: Wir erhoffen uns wieder mehr Engagement für das frische volle Korn. Klar, dass das nicht mehr in dem Ausmaß der Anfangsjahre sein kann. Damals wurde die Aufklärung des Verbrauchers vielleicht zu verbissen betrieben, die kaufmännische Seite blieb zu klein. Ich sehe jedoch die

große Gefahr, dass Wachstum und Gewinnmaximierung das Handeln immer stärker bestimmen werden. Damit wird Naturkost zur Ware wie jede andere auch. Es könnte häufiger geschehen, dass ein großer Filialist direkt neben einem alteingesessenen Laden eröffnet und diesen ruiniert. Ein solches Denken und Handeln passt nicht so gut mit aufwändiger Mühlenberatung zusammen.



Peter Koidl: Uns unterstützen Läden, die z.B. Vorführmühlen im Laden stehen haben. Jede Mühlenberatung ist ein Bausteinchen in Richtung vollwertiger Ernährung und Lebensweise. Und das ist heute wie gestern nötig. Wir werden diesen Läden im neuen Jahr allerhand neue Aktivitäten bieten.