

## „Profil jenseits des Biomittelmaßes“

*Interview mit Horst Hartmann, Projektleiter der Zukunftskonferenz 2009*

Am 3. Oktober 2009 findet zum zweiten Mal die Zukunftskonferenz für den Naturkostfachhandel statt. Diesmal in Kooperation mit der BioNord im Rudolf Steiner Haus in Hamburg.

**Die Überschrift der Konferenz lautet wie im letzten Jahr „Bio in Bewegung“. Gibt es konzeptionelle Änderungen im Vergleich zur vergangenen erfolgreichen Veranstaltung?**

Ja, konzeptionell hat sich die Veranstaltung dahingehend verändert, dass wir die Zukunftskonferenz einen Tag anstelle von drei Tagen durchführen. Dies hat damit zu tun, dass mit den wegweisenden Reden auf der 1. Zukunftskonferenz in Berlin 2008 insbesondere von Renate Künast, den Brancheninsidern Hermann Fischer von Auro sowie Rainer Plum New Ethics eine sehr gute theoretische Grundlage dafür geschaffen worden ist, in welche Richtung sich der etablierte Naturkostfachhandel entwickeln kann. (Übrigens, für alle die nicht dabei waren, ist die DVD der Vorträge nach wie vor bei der Naturkost

Akademie erhältlich.)

Der Theorie muss nun logischerweise die Praxis folgen, so dass wir die Konferenz auf einen Tag mit vielen für den Geschäftsinhaber nutzbringenden Beispielen guter Praxis füllen werden, die dann in anschließenden Workshops auf Umsetzbarkeit und Machbarkeit zu diskutieren sind. Inhaltlich kommen wir den Forderungen von Renate Künast nach, Bio um das Thema der Nachhaltigkeit zielführend zu ergänzen.

Wir sind davon überzeugt, dass der Naturkostfachhandel dem üblichen Greenwashing des konventionellen LEH mit echtem, neuen Kundennutzen begegnen kann. Die konzeptionelle Ausrichtung der Konferenz ist deshalb praxisbezogen - das große Thema Nachhaltigkeit.

**Welche Zielgruppe wird im Besonderen angesprochen?**

Wir gehen zur Zeit davon aus, dass sich der gesamte Biomarkt dreigliedert hat. Zum einen „Bio im LEH und bei der Lebensmittel-



**Horst Hartmann,**  
Dipl.-Ök., wob Hartmann – wirtschafts- und organisationsberatung  
[www.wob-hartmann.de](http://www.wob-hartmann.de)

Vorstand der Naturkost-Akademie  
[www.naturkost-akademie.de](http://www.naturkost-akademie.de)

industrie“, zum anderen „Bio bei den filialisierten Biosupermärkten und deren Handelsmarken“. Zum dritten sehen wir den klassischen Bereich „Bio im unabhängigen Fachhandel mit fachhandelsorientierten Herstellermarken“.

Die Konferenz wendet sich insbesondere an die Branchenakteure, denen es ernst ist mit dem Thema Nachhaltigkeit im Sinne sozialer und fairer Umgangsformen sowie klimaförderlicher Regionalisierung von Bio-Herstellung und -Vertrieb. Nur so

kann u. E. eine Vielfalt an Geschäften mit zukunfts-fähigen Alleinstellungsmerkmalen und einem klaren Profil jenseits des Biomittelmaßes entwickelt werden.

**Lassen sich bestimmte Trends im Fachhandel für das letzte Jahr kurz skizzieren?**

Wenngleich das zweite Quartal 2009 dem klassischen und unabhängigen Fachhandel mit fachhandelsorientierten Herstellermarken trotz der Wirtschaftskrise gute und wachsende Umsätze beschert hat, lässt sich der in 2008 rückläufige Trend dennoch nicht übersehen. Die leichten Umsatzrückgänge sollten keine Panik verursachen, aber als Aufforderung verstanden werden, sich zu spezialisieren oder die Fläche zu erweitern.

Der Verbraucher kann inzwischen zahlreiche Produkte, die er gewohnheitsmäßig in seinem Naturkostgeschäft eingekauft hat, durch Bioangebote in LEH Einkaufsstätten substituieren.

Hinzu kommt, dass zahl-

**Fortsetzung nächste Seite**

## Fortsetzung

reiche neue Biomärkte mit großen Flächen dem Verbraucher für gleiche Produkte erheblich günstigere Preise bieten um insbesondere dem Wettbewerb des konventionellen LEH standzuhalten. Dem Verbraucher fehlen dann in kleinen Fachgeschäften neue Anreize.

**Welchen Beitrag kann die Zukunftskonferenz leisten, dem Fachhandel Impulse für die Bewältigung der anstehenden Aufgaben zu geben? Patentrezepte gibt es ja bekanntlich nicht.**

Eine Richtung, die sich an Beispielen guter Praxis festmachen lässt, ist die Weiterentwicklung gastronomischer Angebote oder die Konzentration auf den Verkauf regionaler Produkte. Konzeptionell gilt: Je kleiner das Geschäft, desto höher die Sortiments-tiefe in ausgewählten Frischebe-reichen oder spezifischen fachhan-delstreuen Markenprodukten.

Diese Zukunftsfähigkeit sichernde Botschaft ist laut Zusatzzumfrage des wob-fachhandelsbarometer-naturkost erst bei circa 50% der Geschäfte angekommen.

Die Zukunftskonferenz will daher auch einen Beitrag leisten zu vertikalen Kooperationen von Fachhändlern mit Herstellern (z.B. Bonagera oder die Einkaufsgemeinschaft -ENAT- des BNN Einzelhandel).

Praxisbeispiele, in denen „runde Tische“ seit vielen Jahren gepflegt werden, können dazu dienen, neue Wege assoziativer Zusammenarbeit zwischen Herstellern, Logistikern und Fachhändlern zu finden. Weitere Praxisbeispiele werden sich mit der Entwicklung regiona-

ler Herstellungs- und Verteilstrukturen beschäftigen. In den Workshops werden konkrete, in die Praxis umsetzbare Handlungspläne entwickelt. Die Teilnehmer-Motivation entscheidet, ob die Möglichkeit der Schaffung regionaler Bio Verbände genutzt wird, wie dies die „Bio Innung Nürnberg“ beispielhaft vorge-macht hat.

**Aktuell hat die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) aus Ergebnissen von Haushaltsbefragungen den Schluss gezogen, der Biomarkt sei nach Jahren des starken Wachstums rückläufig. Die Einschätzung des Bundes ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) ist eine andere, auch das aktuelle wob Fachhandelsbarometer geht von einem Wachstum von 2,5 % aus. Lässt das den Schluss zu, dass gerade der Fachhandel vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise relativ gut aufgestellt ist?**

Ich würde hier - wie gesagt - noch keine Entwarnung geben. Es ist zu vermuten, dass Bio im LEH eine gewisse Sättigungsgrenze erreicht hat. Der Boom im LEH ist in erster Linie durch die Neueinlistung zahlreicher Bio-Handelsmarken und Bio-zertifizierter Produkte entstanden. Diese Sortimente kommen jetzt in eine neue Bewährungsphase und der Verbraucher kann feststellen, dass Bio Qualität nicht gleich Bio Qualität ist.

Wenn das Neue verbbt, setzen gern wieder alte Einkaufsgewohnheiten im Fachgeschäft ein. Im Fachhandel kaufen z.T. Verbraucher, die sich auch in der

Wirtschaftskrise nicht einschränken müssen. Sie haben sogar laut Meldung des BioHandel mehr Bio als vor einem Jahr eingekauft und dafür auch noch mehr Geld ausgegeben. Viele Bio-Intensivkäufer und fachhandelstreue Kunden kommen aus diesem Segment.

**Die Branche ist nicht nur auf der Einzelhandelsstufe in Bewegung. Auch der Großhandel und die Hersteller sind derzeit sehr stark gefordert. Bietet die Konferenz eine Plattform gemeinsam Strategien zu entwickeln?**

Viele Hersteller müssen sich im Marktgeschehen positionieren und unsere Gespräche machen deutlich, dass ihnen der unabhängige Fachhandel sehr wichtig ist. Zahlreiche Hersteller sponsern daher einen großen Teil der Kosten für die Durchführung der Zukunftskonferenz und sind persönlich willkommen und eingeladen, insbesondere bei den Workshops mitzumachen. Sie sind aufgefordert, gute Praxisbeispiele z.B. im Bereich der Regionalentwicklung vorzustellen.

In Workshops kann die Möglichkeit genutzt werden, Regionalverbände zu gründen und praktische Schritte für ein Bio mit Nachhaltigkeitswert zu initiieren. Über die Durchsetzbarkeit von Qualitäts- und Regionalkonzepten wird der Kunde am POS entscheiden.

Diese Initiativen liegen jedoch unstrittig in einem zukunftsfähigen Trend!

**Anmeldung und Informationen zur Zukunftskonferenz 2009:**

telefonisch unter 0212-590505 oder im Internet [www.naturkost-akademie.de](http://www.naturkost-akademie.de)

---

Bundesverband Naturkost Naturwaren Einzelhandel e.V.

Am Römerturm 21 • 50667 Köln • Tel. 0221/139 756-22 • Fax. 0221/139 756-20

E-Mail: [info@bnn-einzelhandel.de](mailto:info@bnn-einzelhandel.de) • [www.bnn-einzelhandel.de](http://www.bnn-einzelhandel.de)

ViSdP: BNN-Einzelhandel. Vervielfältigung insgesamt oder in Teilen nur mit schriftlicher Genehmigung des Verbandes