

## Das Patent auf Bio ist abgelaufen

**„Die Qualität unserer Ziele bestimmt die Qualität unserer Zukunft“**

Fünfzig Personen haben sich am Donnerstag, dem 10. April, voller Erwartung im Ökohaus in Frankfurt getroffen um zu sehen, ob der BNN Einzelhandel einen Vorschlag macht, der zukunftstauglich sein wird.

Die Facheinzelhändler/innen kamen aus der ganzen Republik von Hannover bis Unterhachingen, von Leipzig bis Dortmund.

Die Situation, aus der das große Interesse der Händler und Händlerinnen an einer neuen Diskussion über eine strukturelle Weiterentwicklung im Facheinzelhandel entstanden ist, ist allen bekannt und löst im Fachhandel eine große Verunsicherung aus.

Wie Horst Hartmann in seinem die Situation analysierenden Vortrag am Anfang der Veranstaltung aufzeigte, hat der Naturkostmarkt z. Zt. einen Gesamtumsatz von 5,4 Milliarden Euro (seriös geschätzt). Davon gehen 1,6 Milliarden Euro als Umsatz an den inhaber/innengeführten Fachhandel mit einem derzeitigen Wachstum von 4 % - 10 %.

Wenn es so bleibt, könnte



Foto BNN-EH

Dr. Andreas Kaapke, IFH, bei seinem mitreißenden Vortrag

man doch eigentlich damit zufrieden sein. Horst Hartmann konnte sehr eindringlich aufzeigen, dass nicht der Umsatz, sondern die Spanne das wirtschaftliche Problem des Facheinzelhandels ist.

Filialisten können durch das Bonussystem des Großhandels und der Hersteller bessere Preise erzielen und damit zu einer besseren Kosten-Spannen Relation kommen.

Diese Situation verlangt eine Entwicklung auf der Seite des Bio Premiumhandels.

Warenströme müssen optimiert werden, Einkaufskonditionen müssen sich ändern, damit die Arten-

vielfalt des Fachhandels bestehen bleiben kann.

Jürgen Blaas hatte die Veranstaltung als Vorstand des BNN Einzelhandels initiiert und organisiert, betonte jedoch in seinem Eröffnungsvortrag, das der BNN-EH sich nur als Initiator einer möglichen Entwicklung versteht und nicht als Träger eines eventuell entstehenden Verbunds für den Facheinzelhandel.

Die Botschaft von Jürgen Blaas war eindeutig: Wir sind nach dreißigjähriger Entwicklung als Fachhandel vom Fach. Wir haben die Kompetenz und die Kraft, diesen Fachhandel ökonomisch weiterzuent-

wickeln und damit die Vielfältigkeit des BioHandels zu sichern.

Zurzeit gilt es organisatorische Maßnahmen einzuleiten. Zum Beispiel wird in einem verbindlichen Zusammenschluss von Unternehmen eine Verhandlungsposition gegenüber Herstellern und Großhändlern aufgebaut. Ein starker gebündelter Einkauf wird unseren klassischen Herstellern einen ausreichenden Ertrag für das von uns geforderte Qualitätsniveau bieten. Rohstoffmärkte können gesichert werden.

Die Zusammenarbeit in-

**Fortsetzung nächste Seite**

## Fortsetzung

nerhalb einer Verbundgruppe wird verbindlich sein und in der Beschaffung, im Absatz, im Investitions- und Finanzbereich und in der Verwaltung erfolgen.

Als Berater und Hauptredner für den Prozess der Verbundgründung und für diesen Tag war Dr. Andreas Kaapke vom Institut für Handelsforschung, Köln, eingeladen worden.

Welch eine Lust ihm zuzuhören, sowohl bei der Analyse der derzeitigen Situation im Naturkostmarkt in Deutschland, als auch bei den Ausblicken in andere Einzelhandelsbranchen, zu allgemeinen Wachstumsprognosen im Handel und zu den Konsumgewohnheiten der Bevölkerung der nahen Zukunft.

Die von ihm vorgetragenen Konsequenzen seiner Ausführungen sind nachvollziehbar, klar, hart und rufen nach Weiterentwicklungen in der Struktur des Einzelhandels:

Der nichtorganisierte Fachhandel hat als „Einzelkämpfer“ kaum noch Chancen. Der Wettbewerb nimmt zu, das Patent auf Bio ist abgelaufen.

Insgesamt muss sich der Fachhandel stärker professionalisieren und profilieren.

Die Kundenerwartungen werden weiter steigen, insbesondere gegenüber dem Fachhandel.

Das Thema Preis können z.B. andere besser!

Wellness, Gesundheit, Bio sind ein großer Trend, der weiter anhalten wird (demographische Entwicklung, gestiegenes Gesundheitsbewusstsein sorgen dafür).

Daraus erwächst eine Chance,

aber auch ein immenses Risiko. Die Wachstumspotentiale im Handel sind gering, so dass sich alle auf jene Bereiche stürzen, die noch Wachstum versprechen. Bio, Natur usw. gehören dazu. Um gegenüber den professionellen Auftritten von größeren LEH-Anbietern oder Filialisten antreten zu können, muss über



Formen der Kooperation nachgedacht werden.

Die daraus resultierenden Botschaften kamen klar und kraftvoll beim Publikum an.

Um einen Verbund zu gründen braucht es mindestens 30 Unternehmer/innen mit mindestens 12 Millionen Netto Umsatz.

Es braucht ein kontrolliertes Wachstum, die Mitglieder sollten gleich stark sein. Es sollte eine Homogenität der Bedürfnisse vorhanden sein.

Es darf nicht zu viele schwache Mitglieder geben. Die, die sich entschließen, einen Verbund zu gründen, sollten unbedingt die Vision teilen und wissen: gib etwas ab, um Deine Existenz zu sichern und setze Deine erwirtschafteten Rabatte ein, um Dich im Gesamtmarkt durch Professionalität abzugrenzen.

Im letzten Teil konnte Dr. Kaapke ein für alle Teilnehmer/innen

anschauliches Bild der Arbeit eines Verbundes und einer funktionierenden Verbundzentrale entwerfen.

Typische Leistungen der Verbundgruppenzentralen an ihre Mitglieder liegen in der Warenbeschaffung, Handelsmarken, Sonderpreisaktionen, Musterungen, Übernahme von Delkredere und Zentralregulierung. Darüber hinaus werden Betriebsfor-

menkonzepte entwickelt, Betriebsvergleiche oder auch Beratungen und Schulungen angeboten.

Am Ende wollten 25 Teilnehmer/innen an einer Vorbereitungsgruppe zur Gründung einer Verbundgruppe im Naturkostfach Einzelhandel teilnehmen.

(Elisabeth Avakian-Reuter)

**Wenn Sie weitere Informationen wünschen, kontaktieren Sie bitte die BNN-EH Geschäftsstelle:**

[info@bnn-einzelhandel.de](mailto:info@bnn-einzelhandel.de)

oder

**Tel.: 0221-139 756 22.**