

## Rewe-Beteiligung bei spanischem Bio-Vermarkter

### Ein Kommentar von Harald Wurm

#### Einstieg bei spanischem Bio-Vermarkter - 25% Beteiligung bei Campina Verde

Rewe hat beim namhaften spanischen Bio-Vermarkter Campina Verde mit Sitz in Cordoba in Andalusien, eine Minderheitsbeteiligung von 25 % übernommen. Damit solle „die jahrelange partnerschaftliche Zusammenarbeit nur formalisiert werden“, so die Aussage der beiden Campina Verde-Gründer Federico Huber und Alwin Gfrörer. Die Vermarktung der Ware in Deutschland und anderen europäischen Ländern erfolgt über den Fachgroßhandel, überwiegend jedoch über Rewe. In Andalusien liegen die Hauptanbauggebiete für biologisches Obst und Gemüse, das vor allem für den Export nach Großbritannien, Frankreich und Deutschland produziert wird.

*"Qualitätssicherung in einem sehr weiten Sinn war und ist nach wie vor eines unserer hervorstechenden Aufgabengebiete", so Federico Huber. In Malaga und Almeria sind Agrartechniker stationiert, die die Felder und Ge-*

*wächshäuser der Produzenten regelmäßig besuchen, um die notwendige Vor-Ort-Beratung, die Begleitung der Abläufe und eine Beratung hinsichtlich der Qualitätssicherung vorzunehmen. Die Qualitätssicherung, Transparenz und eine kontinuierliche Belieferung sind für unsere deutschen Abnehmer die wichtigsten Punkte beim Kauf von Bio-Ware aus Spanien“, so Huber.... Eine langfristige Anbauplanung gibt den Erzeugern Planungssicherheit zu weitgehend stabilen Preisen.*

*...Rewe habe sich zum Ziel gesetzt, so Huber, zum nachhaltigsten Lebensmittelkonzern in Europa zu werden. Dazu seien eigene Kriterien entwickelt worden, die auch das soziale Umfeld der Produzenten sowie die Umweltsituation vor Ort berücksichtigen. Konkret geht es z.B. in Andalusien - um Ressourcen schonende Verwendung von Wasser (Pilotprojekt mit WWF in Huelva beim Erdbeeranbau) - um die Frage der Entsorgung von Massen an Plastikfolien für Gewächshäuser*

*häuser -sowie um die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen von illegalen afrikanischen Einwanderern im Produktionsgebiet um Almeria.*

*Durch die Minderheitsbeteiligung an Campina Verde wollte sich Rewe zudem das Beschaffungs-Know-how von Campina Verde exklusiv innerhalb des deutschen LEH sichern. (Bio-Markt Info 27.03.09)*

Die Nachricht ist bemerkenswert, überrascht aber eigentlich nicht. Wenn Unternehmen wie Rewe in Erfolg versprechende Bereiche einsteigen und dafür kräftige Investitionen tätigen, kümmern sie sich zunächst einmal um eine kontinuierliche Warenversorgung. Die direkte Beteiligung an einem Unternehmen wie Campina Verde ist daraus die logische Konsequenz und eine unternehmerisch richtige Entscheidung. Nicht nur Rewe hat erkannt, dass sich Bio nur dann erfolgreich vermarkten lässt, wenn das Thema Nachhaltigkeit auch im Handel Bedeutung erlangt. Rewe – Konzernchef Alain Ca-



Harald Wurm, Vorstand  
BNN Einzelhandel

parros: „Der Lebensmittelhandel steht vor einer Zeitenwende. Ging es den Kunden in den vergangenen Jahren ausschließlich um den Preis, rückt die Qualität immer mehr in den Vordergrund.“

„Nachhaltigkeit darf kein Marketing-Gag sein, sie muss Bestandteil unseres Alltags, auch in unserem Unternehmen sein“, hat Alain Caparros schon vor gut einem Jahr gesagt. Das o.g. Projekt lässt den Schluss zu, dass dies durchaus ernst gemeint ist. Das bedeutet, dass Unternehmen wie Rewe sich zunehmend bemühen werden, ihr Profil an die Maßstäbe eines klassischen Fachhandels anzugleichen. Inwieweit künftige

Fortsetzung nächste Seite

## Fortsetzung

wirtschaftliche Zwänge den LEH dazu veranlassen, die Konzepte „marktgerecht“ zu gestalten, d.h., Preis über Qualität zu stellen, wird die Zukunft zeigen.

Immer noch genießt der Fachhandel in der Kundenwahrnehmung einen Vertrauensvorsprung weil die Kundschaft sich „Ihrem“ Fachhändler verbunden fühlt und verantwortungsvolles Händlerverhalten voraussetzt. Wirtschaftliche Verbindungen wie zwischen Rewe und Campina Verde sorgen nun allerdings auch im LEH für deutlich mehr Transparenz. Den Vertrauensvorsprung zu halten ist eine Herausforderung, der sich der Fachhandel tagtäglich stellen muss. Tatsache ist jedoch auch, dass beispielsweise eine kontinuierliche Versorgung mit konstant guter Qualität im Obst und Gemüsebereich für den einzelnen Laden nicht immer einfach ist.

Spätestens seit der LOHAS-Studie ist bekannt, dass für Bio-Kunden neben dem Geschmack auch Werte wie fairer Handel und Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft von großer Wichtigkeit sind. Der LEH wird darauf im Tagesgeschäft die richtigen Antworten geben müssen. Wenn er es denn tut, wird er sie mit der entsprechend lauten Begleitmusik - sprich mit schlagkräftigen Werbekonzepten - geben und dabei diese Werte für sich in Anspruch nehmen.

Für den Fachhandel ergeben sich daraus im Wesentlichen zwei Herausforderungen:

1. Die Themen Qualität, Nachhal-

tigkeit und Fairer Handel als Qualitätsführer erstrangig zu besetzen.

2. Die kontinuierliche Versorgung in allen Warengruppen zu sichern.

Beides kann nur gelingen, wenn alle Kräfte auf politischer und wirtschaftlicher Ebene gebündelt werden.

Im Bereich der Wachstumsraten hat der LEH den Fachhandel bereits überholt. Gelänge ihm dies auch im inhaltlichen Bereich, sähe es für den Fachhandel düster aus.

## Termin vormerken

**Fachtag am 28./29. Juni 2009 in Fulda, Tagungszentrum Lohe-landstiftung.**

Im Zusammenhang mit der diesjährigen Mitgliederversammlung veranstalten wir einen Fachtag mit den Schwerpunktthemen

- Qualitäts- und Rohstoff-sicherung im Biomarkt
- Branchenkodex

Zwei Trends zur Profilierung im Fachhandel.

Dazu sind unsere Partnerunternehmen eingeladen, die die Themen aus Sicht Ihrer Unternehmen betrachten. Außerdem wird uns Alexander Beck von der AOEL (Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller) über die Arbeit der IFOAM, der Dachorganisation der Bio-Anbauverbände weltweit, über die Arbeit in Brüssel berichten.

Die Themen könnten vor dem Hintergrund der geschilderten Entwicklung im LEH nicht aktueller sein.

## Vom Gelegenheitskäufer zum Stammkunden

Im Rahmen eines Wissenstransferprojektes der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) führt der BNN Einzelhandel vom **16. Juni bis 7. Juli** dieses Jahr bundesweit acht Veranstaltungen durch.

Grundlage der Veranstaltungen ist eine Studie der Universität Göttingen von Prof. Dr. Achim Spiller: „Analyse des Kaufverhaltens von Gelegenheits- und Selten-Käufern und ihrer Bestimmungsgründe für/gegen den Kauf von Öko-Produkten.“

Zentrale Frage für den Fachhandel ist also: „Wie mache ich Gelegenheitskäufer zu Stammkunden?“

Die Veranstaltungen finden jeweils von **14:30h bis 18:30h** statt.

Referenten sind Elisabeth Avakian-Reuter bzw. Rainer Plum.

Einführung und Begleitung erfolgen durch Jürgen Blaas und/oder Harald Wurm vom BNN Einzelhandel.

### Veranstaltungsorte:

- 16. Juni Berlin,
- 17. Juni Erfurt,
- 18. Juni Göttingen,
- 23. Juni Coesfeld,
- 24. Juni Hamburg,
- 30. Juni Mammendorf,
- 01. Juli Unterreit-Grünthal,
- 07. Juli Überlingen.

Weitere Informationen und die Einladung erhalten Sie in Kürze.