



Naturkost Südbayern e. V. Rotkreuzstraße 66 85354 Freising

Naturkost Südbayern e.V.
Rotkreuzstraße 66
85354 Freising

**Offener Brief an die
Markenhersteller des Naturkostfachhandels**

Fon 08161/21340
Fax 08161/21393

info@ernst-haerter.de
www.naturkost-suedbayern.de

Naturkostmarken im konventionellen Handel

Freising, 27. April 2007

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen,

die zum Naturkost Südbayern e. V. zusammengeschlossenen Naturkostfachgeschäfte und Bio-Supermärkte sehen Naturkost-Markenware als wichtiges Profilierungsmerkmal. Markenware trägt dazu bei, das Profil des Fachhandels zu stärken und dessen Kompetenz zu unterstreichen.

Unsere Naturkostmarken sind jedoch mit steigender Tendenz im konventionellen Handel zu finden. Zum Teil geschieht dies mit Einverständnis der Hersteller, zum Teil ohne ihr Wissen und, wie uns gegenüber erklärt, auch gegen ihren Willen.

Ganz offensichtlich gibt es bei unseren Vorstufen keine einheitliche Definition von Fachhandel (mehr). Dem soll nun eine Leitlinie abhelfen, die im Mai im BNN Herstellung und Handel zur Verabschiedung ansteht. Gemäß dieser Leitlinie wird Fachhandel zweifach definiert: Als traditioneller Naturkostfachhandel und als Fachhandel, welcher sich in einem konventionellen Einkaufsrahmen abspielt. Als fachhandelstreu bezeichnen kann sich dann auch derjenige Großhändler oder Hersteller, welcher beispielsweise selbständige konventionelle Einzelhändler beliefert.

Die Leitlinie will zwischen regiegeführten Ketten und selbständigen Einzelhändlern im konventionellen Handel unterscheiden. Das halten wir für in der Praxis nicht durchführbar. Und: Sind Ketten wie Marktkauf, HIT oder familia selbständige Einzelhändler? Genau dort aber steht bereits jetzt Ihre und unsere Ware.

Die neue Definition wird ausuferndes Belieferungsverhalten begünstigen. Sie legitimiert nachträglich ein aus unserer Sicht fragwürdiges Gebaren einer Handvoll Großhändler und bringt den Markt in eine Richtung, die nicht in unserem Interesse sein kann.

Wir fordern Sie deshalb auf, die Leitlinie des BNN Herstellung und Handel nicht mitzutragen.

Wer sich im konventionellen Handel des Themas Bio annehmen möchte, soll dies, ganz gleich ob selbständig oder regiegeführt, über die dort vorhandenen Quellen tun (wozu wie alle wissen die Zweit- und im Lohn gefertigten Marken unserer Hersteller gehören).

Es geht uns ausdrücklich nicht darum, den Handel mit Bioprodukten im konventionellen Bereich zu verhindern, denn die Ausbreitung biologischer Lebensmittel ist unser aller Ziel. Doch sehen wir keinen Grund, langjährige Arbeit mit den Marken und das mit ihnen verbundene Verbrauchervertrauen an konventionelle Wettbewerber zu verschenken.

In den letzten Wochen baten wir Sie als unsere Markenhersteller um Auskunft, bei welchen konventionellen Händlern Ihre Ware bereits zu finden ist und ob Sie diese Präsenz als dauerhaft ansehen. In den Antworten wurden am häufigsten genannt Einkaufsstätten, die von Naturkost West, Grell Naturkost und dennree beliefert werden. Während einige von Ihnen diese Einkaufsstätten als "Altlasten" und wohl nicht änderbar ansehen, äußern andere, ihre Ware sei ohne ihr Einverständnis dort gelistet. Ein Herstellerkollege meint bezeichnenderweise, er suche nach Möglichkeiten, wie sich der Großhändler ohne das Gesicht zu verlieren zurückziehen könne.



Wir nehmen hin, daß sich einige dieser Altlasten vermutlich tatsächlich nicht mehr rückgängig machen lassen. Was wir aber mit Sicherheit nicht akzeptieren können, ist die Belieferung von Ketten wie beispielsweise Marktkauf (Naturkost West) oder familia (Grell) mit Naturkostmarken. Gleichmaßen ist auch dennree's Engagement bei Karstadt in Frage zu stellen. Wir sehen keinen Grund, wieso dieses bei ansonsten explizit erklärter Konsequenz als Altlast durchgehen sollte.

Sorgen Sie dafür, daß Ihre Markenware aus derartigen Einkaufsstätten wieder verschwindet. Machen Sie im Interesse einer guten Zusammenarbeit mit uns unmißverständlich klar, daß Ihre Ware dem Naturkostfachhandel reserviert ist.

- **Wir sind entschlossen, die Präsenz von Marken, die für uns Naturkostfachhändler entwickelt und von uns zum Erfolg geführt wurden, in unseren Geschäften zu verringern**, wenn wir deren Exklusivität verlieren. Verringern bedeutet nicht per se Auslisten der Gesamtmarke, da wir nicht gegen eventuelle Interessen unserer Kunden handeln. Doch werden wir in der Regalpräsentation reagieren, bei Aktionen, bei Zweitplatzierungen und die Verkleinerung der entsprechenden Markensortimente prüfen.
- **Andererseits sind wir bereit, uns verstärkt auf Hersteller einzulassen, die sich mit ihrer Marke ausdrücklich auf den Naturkostfachhandel konzentrieren und den Markt mit uns zusammen voranbringen möchten.**

Einige Produzenten wiesen in ihren Stellungnahmen darauf hin, daß ihre Marke in unseren Läden der Konkurrenz durch Handelsmarken ausgesetzt sei und hinterfragten unsere eigene Markentreue. Wir sehen uns als größtenteils ausgesprochen markentreu. Herstellermarken genießen bei uns prinzipiell hohe Wertschätzung und Präsenz. Dennoch, und das ausdrücklich selbstkritisch:

Einzelhändler, die sich stark auf Handelsmarken stützen - und hier sind aufgrund ihrer Marktdurchdringung insbesondere die Marken von dennree zu nennen - dürfen sich in der Tat fragen, inwieweit sie tatsächlich verantwortungsvoll mit den Herstellermarken umgehen. Das Führen von Handelsmarken muß einer starken Präsenz von Herstellermarken nicht widersprechen. Im Gegenteil: Die Funktion der Handelsmarke ist, eine Preiseinstiegsmöglichkeit zu bieten und damit einen Zugang zu den zumeist auch margenattraktiveren Herstellermarken zu schaffen. Hier sind Verdrängungstendenzen sichtbar und es ist eine (wieder) bewußtere Präsentation in den Läden vonnöten.

Handelsmarken sind nicht Ziel, sondern Mittel. Es gibt im Handel Bedarf nach Preiseinstiegsprodukten. Kümmern Sie sich als Markenhersteller um dieses Segment. Bieten Sie uns die Möglichkeit, den Verbrauchern auch unabhängig von Handelsmarken ein preisattraktives Angebot zu machen.

Was wir uns im Zusammenhang mit Handelsmarken wünschen und auch ansprechen werden: Handelsmarken sollten immer auch von den für uns relevanten Naturkost-Herstellern produziert werden.

Abschließend möchten wir uns bezüglich der Belieferung konventioneller Händler auch zu Demeter äußern. Hier wurde unabhängig von Entscheidungen im BNN Herstellung und Handel bereits eine eigene Definition von Fachhandel entwickelt. Demeter-Hersteller begründen uns gegenüber die Präsenz ihrer Marken im konventionellen Bereich dementsprechend mit Demeter-Beschlüssen.

Sofern Sie Demeter-Markenhersteller sind: Sehen Sie Ihre Naturkostmarke unabhängig von Verbandsstrategien. Die Entscheidung für die Vermarktung Ihrer Naturkost-Markenprodukte liegt ausschließlich bei Ihnen und nicht beim Inhaber der Co-Marke. Wir jedenfalls werden uns bei der Beurteilung Ihrer Fachhandelstreue sicher nicht nach der Fachhandelsdefinition Ihres Verbandes richten. Für die Mehrzahl von uns haben die Anbauverbandsqualitäten große Bedeutung bei Listungsentscheidungen. Das wesentliche Kriterium jedoch ist und bleibt Ihre Markenleistung als Hersteller.

Treffen Sie Entscheidungen. Entscheiden Sie, in welcher Art Fachhandel Sie Ihre Marke sehen wollen. Reden Sie Klartext: Mit Ihrem Verband. Mit Ihrem Großhändler. Mit uns. Wir sind bereit, die Zusammenarbeit mit Ihnen weiter zu entwickeln - sofern wir in Ihnen eindeutige Partner haben.

Mit freundlichen Grüßen



Brigitte und Uli Pötzl
Barbara Mandel und Pit Karmann
Anja Hadamek und Martina Thalmayr
Brigitte Göddert-Hecker
Albert Werther
Carola und Ulli Portenlänger
Brigitte Waldhauser, Michaela Müller,
Markus Bracker

Birgit Neumann, Sabine Pfaff, Willi Pfaff
Gretel Höhl-Laschitz und Helmut Laschitz
Diana Hammerl und Frank Klinkosch
Christian Maschning
Elsbeth Klein
Günther Haidl
Herbert Laube
Elisabeth Strebel
Christine und Robert Schleißner
Karin und Michael Sendl
Konrad Holzner
Ingrid Händl
Ingrid Piller
Juliette Reich und Matthias Korn
Karen Alff
Inge Kurzydlo und Rosina Stangl
Hans Becher
Maximilian Bess
Maria Zeußel
Monika Demgen
Philipp und Dora Wittchow
Peter Nagy
Manfred Schwarz
Li Frodl
Stephan Wille
Sonja Späth und Helmut Schmidt
Pia Müller
Siegfried Scheichl
Maria Scheiblhuber
Michaela Becker und Luigi de Prato
Stefanie Brock
Renate Arnold
Sylvia Haslauer
Thomas Koke
Renate Eschle
Kathrin Nagy und Andreas Löffl

Biomarkt Tutzing
Grüner Zweig, München
Hachinger Bio G'wölb, Oberhaching
Hecker Naturkost, Olching
Mandala, Pfaffenhofen
naturell im Alten Wirt, Grünwald
Tagwerk Bio-Markt, Freising

VollCorner Biomarkt, 5 Filialen in München
Alles Gute Naturkost, München
Bio Emma, Augsburg
Biomarkt CM, München
Der Grüne Korb, München
Haidls Naturkost Markt, Pöcking
Naturkost in Schliersee
Naturkost Lohhof, Unterschleißheim
Naturkost-Schlemmerladen, Unterhaching
Biomichl, Weilheim
Grüner Markt, 4 Filialen in München
Ingrids Bioladen, Dachau
Keimling Naturkost, Gilching
Korn Biomarkt, Grafing und Ebersberg
Kornfeld, München
Naturkost Waldkraiburg
Vielfalter, Petershausen
b2 Biomarkt, Balingen
BioBio, Bayreuth
Bio-Markt im Stemmerhof, München
BioMaxx - Der Biomarkt in Allach, München
Biopeter, Freilassing
Erdgarten BioSupermarkt, München
Naturkosthaus Traidkasten, Gröbenzell
Arkade Naturkost am Rathaus, Ottobrunn
Bio-Ringmarkt, Raubling
Echt! Bio-Markt, München
Naturkost Baldham
Naturkostinsel, Dachau und Starnberg
Obergrashof auf dem Elisabethmarkt, München
Quo Vadis Naturkost, Ulm
Regional & Frisch Marktgemeinschaft, Gräfelfing
Naturwaren am Dorfbrunnen, Utting
Nymphenburger Natur- & Feinkostladen, München
Unser Bioladen – Naturkost und mehr, Vilsbiburg
Wolfmühle, Forstinning und Bio-Löffl, Poing

Diesen Brief unterzeichnen außerdem:

Philip Schlüter
Susanne Barth
Martin Fuchs
Ingrid Köglsperger
Martina Müller und Karin Schmid
Georg Unseld
Karin Wolf
Christine Rudolf
Berta Danis
Monika Jünger und Rainer Schuck
Maria und Hans Schindecker
Hilde Kramm
Dorothea Reuter
Nina und Martin Mayer
Bettina Campisi
Lisa Schmidl und Reinhard Gromotka
Maria Heinzel
Karin und Periklis Dimopoulos

Kornblume, Traunstein
Hacklhof, Murnau
Tagwerk Biomarkt, Markt Schwaben
Stollhof, Deining
Naturstüble, Thannhausen
Kornmühle, Beimerstetten
Kleeblatt, Moosburg
Naturkost Löwenzahn, Altötting
Danis Naturkost, Adelsried
Casa Verde, Holzkirchen
Biomarkt Schindecker, Großkarolinenfeld
Biotop, Prien
Grünkern, Grafrath
Stumbeckhof, Höhenkirchen-Siegertsbrunn
Luna Naturkost, Markt Indersdorf
Frisch & Fein, Landshut
BioLogo, Neusäß
Biomopoulos, Zorneding