

Diese Aufnahmekriterien sollen nun verändert werden.

Für Importeure, Hersteller und Großhändler sollen künftig folgende Regelungen gelten:

1. Importeure:

Importeure können Mitglied werden, wenn sie 95 Prozent ihres Umsatzes mit Ökoprodukten erzielen.

2. Hersteller:

Verarbeitende Unternehmen und Inverkehrbringer charakterisieren sich entweder über die Führung einer oder mehrerer Marken (Markenhersteller) oder aber ihr Schwerpunkt liegt in der Produktion von Private Labels für Markeninhaber und/oder in der Durchführung einfacher Schritte zur Rohstoffverarbeitung (ohne eigene Marke).

- Markenhersteller können Mitglied werden, sofern sie mehr als 50 Prozent ihres Umsatzes mit Ökoprodukten erzielen und eine Marke exklusiv für den Fachhandel bereitstellen. Dabei wird die Listungsbereitschaft des Fachhandels vorausgesetzt.
- Private-Label-Hersteller und Rohstoffverarbeiter können Mitglied werden, wenn sie mehr als 50 Prozent ihres Umsatzes mit Ökoprodukten erzielen.

3. Großhändler:

Großhändler können Mitglied werden, wenn mindestens 50 Prozent des Umsatzes im Naturkosthandel erzielt werden und wenn der Bioanteil im Lebensmittelsortiment mindestens 95 Prozent beträgt (nicht gerechnet werden die nicht biofähigen Lebensmittel wie Wasser und Salz).

Die Bio-Orientierung wird gestärkt

Für Unternehmen des Import- und des Großhandels werden die Sortimentsanforderungen also erheblich höher. Statt 75 Prozent des Umsatzes müssen nun 95 Prozent des Umsatzes mit Bio-Produkten erreicht werden. Für verarbeitende Unternehmen sinkt diese Anforderung hingegen auf 50 Prozent. Dies geschieht mit dem Ziel, Unternehmen mit Parallelproduktion, aber eindeutiger Bio-Ausrichtung, eine Mitgliedschaft zu ermöglichen. Gleichzeitig sollen Markenhersteller eine Marke exklusiv für den Fachhandel bereitstellen. Dieser Schritt geschieht mit dem Ziel, die mittelständische Orientierung auch künftig zu betonen.

Erste Schritte in Richtung eines Codes of Conduct?

Die Mitgliedschaftskriterien werden ergänzt durch eine Leitlinie, in der die unternehmerische Freiheit gleichgewichtig neben der Verantwortung eines Verbandsmitglieds für die Verbandsziele

steht. In der Leitlinie wird die Erwartung formuliert, dass einer Belieferung außerhalb der Naturkostbranche eine Einzelanfrage vorausgeht und dass ungünstige Wettbewerbssituationen mit dem Naturkostfachhandel zu minimieren sind. Grundsätzlich wird vereinbart, dass Hersteller- und Handelsmarken ihre Marke für den Naturkostfachhandel reservieren können.

In der Leitlinie gibt es neben einer Beschreibung des Naturkostfachhandels auch die Beschreibung einer Einkaufsstätte des allgemeinen Fachhandels.

Demnach ist ein Naturkostfachhandel gekennzeichnet durch ein Bio-Vollsortiment, durch Fachberatung, durch den Kauf bei Lieferanten, die den BNN-Orientierungswert zur Qualitätssicherung nutzen oder am Obst- und Gemüse-Monitoring teilnehmen sowie durch ein Naturkosmetiksortiment und der Teilnahme an künftigen profilierenden Maßnahmen wie beispielsweise der Aromenempfehlung des BNN Herstellung und Handel.

An die Einkaufsstätten des allgemeinen Fachhandels (Reformhäuser, Käse-, Wein- oder Obst- und Gemüsegeschäfte sowie selbständige Lebensmitteleinzelhändler) wird die Erwartung gerichtet, das Bio-Sortiment deutlich abgegrenzt zu präsentieren, eine umfassende Markenpflege zu betreiben sowie Verkaufspersonal mit Fachwissen einzusetzen.

Die Änderungen der Aufnahme- bzw. Mitgliedschaftskriterien stärken also die Bio-Orientierung der Unternehmen und des BNN Herstellung und Handel. Hinsichtlich der Distributionspolitik fordern sie von den Mitgliedern eine weniger starke Abgrenzung als in der Vergangenheit. Die Leitlinie betont die unternehmerische Freiheit der Mitglieder und ihre Verantwortung für die Verbandsziele. Die Leitlinie ist damit das erste Modul eines Verhaltenskodexes (Code of Conduct). Die Ernsthaftigkeit, mit der diese Leitlinie umgesetzt wird, dürfte die künftige Wahrnehmung und Unverwechselbarkeit der Branche nachhaltig beeinflussen.

Elke Röder

