

Eingeholt vom eigenen Erfolg

Freiburgs Bioläden wollen sich vom konventionellen Handel als die besseren Biowaren-Verkäufer absetzen / Kampagne läuft an

VON ANETTE BENDER
UND HOLGER SCHINDLER

Bioprodukte sind bei Verbrauchern beliebt – so beliebt, dass die großen Einzelhandelsketten schon seit längerem in den einstigen Nischenmarkt eingestiegen sind. Auch beim Discounter gibt's bereits ein breites Sortiment mit Waren, die das Biosiegel nach EU-Standard tragen. Da sehen sich manche der knapp zwei Dutzend Pioniere, Idealisten und auf Ganzheitlichkeit bedachten Überzeugungstäter der Freiburger Naturkost- und Bioladenszene herausgefordert, ihre Existenz zu rechtfertigen. Ein Wertekodex und eine entsprechende Kampagne sollen nun dabei helfen.

„Bio kann mehr!“ heißt die Kampagne, die der Bundesverband Naturkost-Naturwaren (BNN) der Hersteller und Großhändler im Oktober 2009 gestartet und vergangene Woche auch nach Freiburg gebracht hat. Im Mittelpunkt steht dabei ein sogenannter Kodex, der umfassend festschreibt, welche Werte im Naturkosthandel im Gegensatz zum konventionellen Lebensmittelhandel gelten sollen.

Beim Vita-Naturmarkt im Industriegebiet Nord stellte der Verband den Kodex vor – mit Rückendeckung aus der Freiburger Bioszene. Außer Vita-Inhaber Edgar Rieflin waren auch der Eichstetter Biogroßhändler Wilhelm Rinklin und Harald Wurm gekommen, der in Freiburg lebende Geschäftsführer des BNN-Einzelhandelsverbands und Mitbegründer des Bioladens „Die Flocke“ in Littenweiler.

Der neue Kodex knüpft an die Ziele der Biopioniere an, wie BNN-Geschäftsführerin Elke Röder darlegte. Außer für kontrollierte Biokost stehe die Branche eben auch für einen nachhaltigen Ernährungs- und Lebensstil sowie für Ressourcengerechtigkeit, für Chancengleichheit und für Natur- und Umweltschutz allgemein. „Der Kodex beinhaltet Normen, die für Mitglieder verbindlich sind. Wir legen damit Unternehmensziele fest,“ so Röder. Ganz praktisch gehe es etwa um Klimaschutz, den weitgehenden Verzicht auf Aromastoffe, Gentechnikfreiheit, regionale Belieferung, fachkundige Beratung und Transparenz. Das will man nun der Kundschaft vermitteln.

Bundesweit seien bislang 400 Naturkost-Einzelhändler an der Kodexkampagne



Der Biofachhandel in Freiburg – im Bild der Vita-Naturmarkt – will mit den alten Idealen die Werbetrommel rühren.

FOTO: INGO SCHNEIDER

ne beteiligt, in Freiburg vier von insgesamt knapp zwei Dutzend, sagte Röder.

Freiburg gilt als Bioladen-Hauptstadt. Auf 100 000 Einwohner kommen fast 10,5 Biofachgeschäfte – keine andere deutsche Großstadt hat eine höhere Quote. Dabei war der Anfang alles andere als leicht, wie Rieflin, Rinklin und Wurm zu berichten wissen. Edgar Rieflins Vita-Markt feiert heuer 25-jähriges Bestehen – und der Biokaufmann erinnert sich an mühselige Aufbauarbeit: „Wir waren damals wenig geliebte Revoluzzer und galten als realitätsferne Weltverbesserer.“

Das hat sich geändert. Biowaren sind heute ein Wachstumsmarkt. 2008 erhöhte sich der Umsatz mit Bioprodukten das fünfte Jahr in Folge im zweistelligen Bereich, nämlich um rund 10 Prozent auf 5,8 Milliarden Euro. Der Anteil am ge-

samten deutschen Lebensmittelmarkt liegt dabei bei rund 3 Prozent.

Gerangelt wird nun darum, wo mögliche weitere Zuwächse anfallen – im meist inhabergeführten Biofachhandel oder bei den großen Ketten des konventionellen Einzelhandels. Im vergangenen, für den Handel insgesamt eher schwierigen Jahr habe der Biofachhandel immerhin ein weiteres 4-Prozent-Plus verzeichnet, während das Biogeschäft im konventionellen Handel geschrumpft sei, so Röder.

Dabei ist auch der Biofachhandel im Umbruch. Mit Alnatura ist eine große Kette in den eigenen Reihen entstanden, die in Freiburg mit zwei Filialen vertreten ist und zwei weitere in Planung hat. Außerdem treiben viele Geschäft ihre Professionalisierung voran, um die wachsende Nachfrage handhaben zu können.

INFO

WAS IST BIO?

Eine Vielzahl von Standards kann den Verbraucher verwirren. Gewisse, grundlegende Orientierung bietet seit 2001 das deutsche Biosiegel, welches Waren tragen, die der EU-Öko-Verordnung entsprechen. Daneben gibt es Kennzeichnungen der verschiedenen Bioanbauverbände mit jeweils eigenen, strengeren Bestimmungen (etwa Demeter, Ecovin oder Bioland). Bioläden können Mitglied im Naturkost-Verband (BNN-Einzelhandel) werden. Die Einhaltung der Verbandsstandards, etwa 100 Prozent Biowaren, wird dann regelmäßig überprüft. Zu erkennen sind sie am großen „N“ an der Ladentür.