

## Mit sozial-ökologischen Werten der Finanzkrise begegnen

### **Bio-Branche zeigt sich in der aktuellen Finanzkrise stabil / Bedeutung traditioneller Bio-Werte nimmt bei Verbrauchern weiter zu / Naturkostbranche stellt Bio-Kodex vor / Boom bei nachhaltigen Finanzanlagen**

*Nürnberg.* Die Naturkostbranche zeigt sich in der gegenwärtigen Finanzkrise stabil und wird auch in diesem Jahr weiter wachsen. Dabei nimmt die Bedeutung nachhaltiger Werte und Visionen sowohl für das Konsum- als auch für das Anlageverhalten der Verbraucher weiter zu. So fasst der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) Herstellung und Handel e.V. die gegenwärtige Situation zusammen.

#### **Wachstum auch für 2009 prognostiziert**

Für das Jahr 2008 geht der BNN Herstellung und Handel von einem Wachstum des Naturkost-Marktes in Deutschland von 7,4 Prozent auf einen Gesamtumsatz von 1,85 Mrd. Euro aus. Damit konnte das durchschnittliche Unternehmen des Naturkosteinzehandels seine Tagesumsätze in den letzten vier Jahren um knapp die Hälfte steigern: von 2004 bis 2007 hatte der Zuwachs flächenbereinigt jeweils 10,8, 10,2, 8,8 und 9,6 Prozent betragen. Bundesweit haben im Jahr 2008 mehr als 100 großflächige Naturkostfachgeschäfte und Bio-Supermärkte eröffnet. Elke Röder, Geschäftsführerin des BNN Herstellung und Handel: „Auch für das Jahr 2009 erwarten wir eine positive Entwicklung, wenngleich wir von einem entschleunigten Wachstum ausgehen. Dennoch: In Zeiten knapper Mittel fragen sich immer mehr Menschen ‚Was ist mir wirklich wichtig?‘. Bio-Konsumenten beantworten diese Frage durch einen nachhaltigen und qualitätsorientierten Lebensstil. Denn sie wissen, dass unökologisches Verhalten in Zukunft auch unwirtschaftlich sein wird.“

#### **Bio-Kodex: Selbstverpflichtung der Naturkostbranche**

Dieser Überzeugung geht das Wertebekenntnis der Bio-Unternehmen voraus. Seit den Anfängen der Bio-Branche vor rund 30 Jahren lassen sich Erzeuger, Hersteller und Handel von Werten und Visionen leiten, und nicht nur von kurzfristigen betriebswirtschaftlichen Überlegungen. Mit dem Branchenkodex, der heute im Rahmen der BioFach der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, fasst der BNN Herstellung und Handel diese Werte und Regeln erstmals in schriftlicher Form zusammen. Ziel des Branchenkodex ist, das Profil des Naturkostfachhandels und seiner Marken zu schärfen und so zu einer Differenzierung vom branchenfremden Wettbewerb beizutragen.

#### **Werteorientierter Konsum**

Gerade in Zeiten dynamischer Marktveränderungen gewinnt der Kodex an zusätzlicher Bedeutung. Durch die gegenwärtige Finanzkrise machen sich immer mehr Verbraucher die positiven Auswirkungen eines nachhaltigen Lebensstils bewusst – auch diejenigen, für die Umwelt- und Klimaorientierung oder ethische Geldanlagen bislang keine oder nur eine geringe Bedeutung hatten. Dieser Wandel im öffentlichen Bewusstsein findet bereits statt. Yvonne Zwick, wissenschaftliche Referentin beim Rat für Nachhaltige Entwicklung, bestätigt das

gestiegene Verantwortungsbewusstsein der Verbraucher. „Früher war die Frage ‚Wie viel brauchen wir?‘, heute ist die Frage ‚Was ist seinen Preis wert?‘. Es kommt jetzt darauf an, die aktuelle Bereitschaft zum Wandel zu nutzen und nachhaltigen Konsum zum Mainstream zu machen. Dazu will auch der Nachhaltige Warenkorb des Rates für Nachhaltige Entwicklung beitragen.“

### **Nachhaltige Geldanlagen boomen**

Auch Thomas Jorberg, Vorstandssprecher der GLS Bank, unterstreicht eine Neuorientierung der Werte bei den Verbrauchern. So konnte die GLS Bank mit ihrer strikt sozialökologischen Ausrichtung im vergangenen Jahr eine Steigerung der Bilanzsumme um 27 Prozent verbuchen. Für Thomas Jorberg ein Indiz für das veränderte Anlageverhalten: „Wir verzeichnen seit der Finanzkrise eine deutlich verstärkte Nachfrage nach sozial-ökologischen Anlageformen.“ Die derzeitige Krise, so Jorberg, offenbare, dass unsere Systeme nicht nur ökologisch, sondern auch ökonomisch nicht mehr ausreichend leistungsfähig sind. Diese für viele Menschen neue Erkenntnis könne die Grundlage für eine veränderte Form des Wirtschaftens sein. Thomas Jorberg: „Das System muss jetzt neu justiert werden, und zwar nach ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien. Ansonsten geraten wir immer wieder in das gleiche Dilemma.“ Trotz der anhaltenden Finanzkrise verzeichnet die GLS Bank keine erhöhten Wertberichtigungen, auch dies wertet die Bank als Beleg für die Stabilität der Bio-Branche.

### **Bio-Unternehmen: Erfolg durch Werteorientierung**

Volker Krause, Vorstand des BNN Herstellung und Handel e.V. und Inhaber der Bohlsener Mühle e.K. nennt die Gründe für den anhaltenden wirtschaftlichen Erfolg der langjährigen Bio-Hersteller: „Alle im BNN Herstellung und Handel vertretenen Unternehmen haben die im Kodex festgeschriebenen Werte als festen Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie und -ethik verankert und leben diese tagtäglich. Wer also regionale Wirtschaftskreisläufe fördert, faire Partnerbeziehungen aufbaut, klimafreundlich produziert und sich den hohen Standards des ökologischen Landbaus verpflichtet, legt den Grundstein für nachhaltige Strukturen und schafft so Vertrauen bei seinen Kunden, aber auch bei Banken.“

Derzeit bereitet der BNN Herstellung und Handel zu den Werten des Kodex eine Verbraucherkampagne vor, die im Laufe dieses Jahres umgesetzt wird.

\*\*\*

**[www.bio-kodex.de](http://www.bio-kodex.de)**  
**[www.n-bnn.de](http://www.n-bnn.de)**

### **Pressekontakt und Fotomaterial:**

**Volker Laengenfelder**  
Unternehmens- und  
Umweltkommunikation  
Tel. 069 / 750 688-13  
Mobil: 0173 / 3279056  
[mail@laengenfelder.de](mailto:mail@laengenfelder.de)

**Marion Schlage**  
BNN Herstellung und Handel e.V.  
Tel. 030 / 847 12 24 48  
[schlage@n-bnn.de](mailto:schlage@n-bnn.de)

---

Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) Herstellung und Handel e.V ist der Verband der mittelständischen Naturkost-Großhandelsunternehmen und Naturkost-Verarbeiter. Der Verband verabschiedet besondere Qualitätsrichtlinien für den Naturkost-Fachhandel, die über die gesetzlichen Anforderungen für Bio-Produkte hinausgehen. Der Naturkost-Fachhandel erzielte 2008 in Deutschland einen Umsatz von 1,85 Milliarden Euro mit Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik.

---