

Bio kann mehr!

**kodex**

Die Selbstverpflichtung  
der Naturkost-Branche.

  
Bundesverband  
Naturkost Naturwaren  
Herstellung und Handel e.V.

BIOTROPIC

chiemgauer  
naturkosthandel

byodo

ARCHE  
NATURKOSTE  
Bio PLANÈTE



JÜRGEN  
SERR  
NATURKOST

RINKLIN  
NATUR  
KOST

NATURATA

mojn  
BIO

Ökofrost

TERRASANA

der Konsequenz  
BIOBÄCKER

naturkost nord

campiñaverde  
FRANCESCO GONZI & SOCI S.p.A.

Ökofrost



ökotopia  
Genuss aus kontrolliert biologischen Anbau

weiliyo

BIO ILIOS

BIO VEGAN

BODAN

Herbaria

Schedel  
TERRA NATUREL NATUREL

Wullmann  
NATUR

Ökoring

Naturkost Erfurt

Uylander  
BAUERN  
MILCHTRINK

Land  
Krone

Allos

Greif  
Naturkost

Kormoran

REGENBROT  
100% bio

biokorntakt  
Vertrufte GmbH

WERTFORM

SÖBBEKE

PROBIO  
NATURKOST  
Vallée-Verte

LOGONA  
NATURKOSTWERKE

Ökoland  
ein ökologischer Landprodukt

ZEISNER  
TERRA

PROBIO  
NATURKOST  
Vallée-Verte

voelkel  
NATUR DES INDES CONSCIENCE

Flemming  
NATURKOST

TERRA  
Naturkosthandel

Bühlener  
MEHLE  
C.A.

ERNTESIEGEN  
100% NATURKOST

naturkost nord

Gier, Franz GmbH  
NATURKOST

Bücker  
HOF  
BIO VITA  
NATURKOST

BEUTELSBACHER

Naturkost  
West  
NATURKOST

Kornkraft  
Naturkost

Bio  
nahrungsmittel  
NATURKOST

SPIELBERGER  
NATURKOST

nature's finest  
NATURKOST

Kornkraft  
Naturkost

Bio  
nahrungsmittel  
NATURKOST

Elkershausen  
NATURKOST

Heuschrecke  
NATURKOST

PHÖNIX  
NATURKOSTWERKE

Naturkost Schramm  
NATURKOST



## Werte in Worte gefasst

Die Naturkostbranche hat viele Gründer - und alle hatten ihre guten Gründe, sich für Bio zu engagieren: Die einen wollten gesunde Nahrung für alle, andere waren auf der Suche nach einer anderen Wirtschaftsform, nicht wenige wollten ihren Beitrag leisten zur Rettung unseres Planeten Erde: Naturkost kostet nicht die Welt!

Werte und Visionen haben die Naturkostunternehmen also von Anfang an stärker geleitet als kurzfristige betriebswirtschaftliche Überlegungen. Im Laufe der Jahre verständigte man sich im gemeinsamen Verband, dem Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) Herstellung und Handel e.V., auch auf gemeinsame Regeln, die über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehen und zeigen: Naturkost ist mehr als Bio.

All diese Werte und Regeln waren jedoch nie in einem gemeinsamen Schriftstück versammelt worden. Diese Lücke schließt nun der im Oktober 2008 verabschiedete BNN-Branchenkodex. Das Ziel war und ist eine eindeutige Standortbestimmung, eine Selbstdefinition, aus der sich klare Handlungsanweisungen ableiten lassen. Erstmals hat das gemeinsame Ganze der Naturkostbewegung eine Kontur erhalten. Diese Kontur, die der BNN-Kodex zeichnet, ist eine scharfe Trennlinie gegenüber allen Trittbrettfahrern, die das Wort „Bio“ in den letzten Jahren verwässert haben. Der Kodex stellt klar, dass kompromisslose Bio-Qualität in überzeugender Sortimentsbreite und -tiefe nur im Naturkostfachhandel zu finden ist.

Herzlich,

Elke Röder, Geschäftsführerin BNN Herstellung und Handel e.V.

# Das Herz der Branche

*Der erste Teil des Kodexes ist das „Selbstverständnis der Naturkostbranche“. Er nennt die zentralen Werte, die die Unternehmen der Naturkostbranche leiten und prägen, insbesondere eine sozial-ökologische Gestaltung der Marktwirtschaft, Verantwortung für Natur und Umwelt, Chancengleichheit und Ressourcengerechtigkeit, Transparenz, ganzheitliche Qualität und Partnerschaftlichkeit. So können beispielsweise durch langjährige Kooperation mit Lieferanten intelligente Wege der Kostenreduktion entwickelt werden, die nicht zu Lasten eines Partners in der Wertschöpfungskette gehen. Für das einzelne Unternehmen muss der Katalog nicht vollständig sein, aber er zeigt den Grundkonsens und damit das Profil der ganzen Branche.*

## I. Selbstverständnis der Naturkostbranche

Fundament der Naturkostbranche ist das gemeinsame Anliegen, ökologische Lebensmittel, Naturkosmetik und Drogerieartikel in ganzheitlicher Qualität herzustellen und zu vermarkten.

Aus Verantwortung gegenüber Mensch, Tier und Umwelt umfasst das ganzheitliche Qualitätsverständnis auch den respektvollen und partnerschaftlichen Umgang in der Wertschöpfungskette.

Die Naturkostbranche engagiert sich für die sozial-ökologische Gestaltung der Marktwirtschaft. Im Naturkosthandel werden daher bevorzugt regionale und saisonale Produkte angeboten, um regionale Wirtschaftskreisläufe und eine ökologisch nachhaltige Wirtschaftsweise zu stärken.

❖ *Die Naturkostbranche engagiert sich für die sozial-ökologische Gestaltung der Marktwirtschaft.* ❖

### 1. Werte, die die Unternehmen der Naturkostbranche prägen

Die Naturkostbranche ist entstanden aus den emanzipatorischen und sozialen Bewegungen der siebziger und achtziger Jahre.

Getragen von den Idealen des ökologischen Landbaus ist eine Branche gewachsen, die für einen nachhaltigen Ernährungs- und Lebensstil steht, der Gesundheit und Wohlbefinden fördert.

Die Unternehmen stellen die Werte Ressourcengerechtigkeit, Chancengleichheit für alle Menschen, Natur- und Umweltschutz in den Vordergrund ihres Handelns.

Eine lebendige Tradition, Innovationsfähigkeit, Offenheit und Konfliktfähigkeit ermöglichen es, die gemeinsamen Werte zu reflektieren und weiterzuentwickeln.

Im Bewusstsein des Wettbewerbs stärken der Verband und seine Mitgliedsunternehmen faires partnerschaftliches Handeln über alle Stufen der Wertschöpfungskette von der Landwirtschaft bis zu den Verbrauchern.

## 2. Qualitätsführerschaft

Um höchste Qualität zu erreichen, werden bevorzugt Rohstoffe aus einer Landwirtschaft bezogen, die die Standards der Bio-Anbauverbände und Mitgliedsorganisationen der IFOAM einhält.

Die BNN-Mitgliedsunternehmen produzieren und handeln Bio-Lebensmittel, Naturkosmetik und Drogerieartikel, die schonend verarbeitet sind. Dafür setzen sie energieeffiziente und umweltfreundliche Verarbeitungsverfahren ein. Die Branche zeichnet sich dabei durch hohe Innovationskraft aus.

Produktionsprozesse, Handelswege und Produktdeklarationen sind transparent.

Auf allen Ebenen von Herstellung und Handel überzeugt die Naturkostbranche ihre Kunden mit hoher Servicequalität.

*❖ Die Unternehmen stellen die Werte Ressourcengerechtigkeit, Chancengleichheit für alle Menschen, Natur- und Umweltschutz in den Vordergrund ihres Handelns. ❖*

## 3. Verbands- und Unternehmenskultur

Für die Unternehmen im BNN Herstellung und Handel e.V. gilt: „Wir sagen, was wir tun und wir tun, was wir sagen.“

Geradlinigkeit, Offenheit und Mut machen die Unternehmen zu verlässlichen Partnern.

Sie entwickeln gemeinsam Strategien (beispielsweise das BNN-Monitoring für Obst- und Gemüse), um mit den Unternehmen in den Wertschöpfungsketten mittel- und langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein zu können.

Die Unternehmen schaffen und sichern Arbeitsplätze und bieten herausfordernde Aufgaben bei leistungsgerechter Entlohnung, die sich am Ergebnis des Betriebs orientiert. Sie sind familienfreundliche Arbeitgeber.

Die Verbandskommunikation ist verständlich und praxisnah. Sie fördert Austausch, Begegnung und Dialog in der Naturkostbranche.

Verband und Unternehmen informieren die Öffentlichkeit sachgerecht, aufrichtig und umfassend.

## Vertrauen ist gut, Regeln sind besser

*Der zweite Teil ist ein „Verhaltenskodex“. Er versammelt alle bereits von den Unternehmen im BNN Herstellung und Handel e.V. verabschiedeten Normen wie die BNN-Orientierungswerte für Pestizide und die Verpflichtung zur Volldeklaration auf der Verpackung. Dieser Teil des Kodexes enthält somit das, was in der Praxis bereits als Norm für die Branche umgesetzt worden ist, um den eigenen Werten gerecht zu werden. Dieser normative Teil ist für die Mitglieder des BNN Herstellung und Handel e.V. verbindlich. Die Standards strahlen jedoch seit Jahren auf die gesamte Naturkostbranche aus und haben ihr Image maßgeblich geprägt.*

❖ *Produktionsprozesse, Handelswege und Produktdeklarationen sind transparent.* ❖

## II. Normen

### 1. Ökolandbau

Die Mitgliedsunternehmen des BNN Herstellung und Handel produzieren und handeln vorrangig ökologisch erzeugte Produkte.

In den Aufnahmekriterien des Verbandes ist dazu festgelegt:

- Importeure können Mitglied werden, wenn der Bio-Anteil 95 Prozent des Umsatzes ausmacht.

- Markenhersteller können Mitglied werden, sofern sie mehr als 50 Prozent ihres Umsatzes mit Bio-Produkten 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 Bio-Produkten erzielen.
- Großhändler können Mitglied werden, wenn der Bio-Anteil im Lebensmittelsortiment mindestens 95 Prozent beträgt (nicht gerechnet werden die nicht bio-fähigen Lebensmittel wie Wasser und Salz).
- Einzelheiten regeln die IK-Liste (Anlage 1) und die BNN-Aufnahmekriterien (Anlage 2).

## 2. Fachhandelsanteil

Die Mitgliedsunternehmen des BNN Herstellung und Handel fördern die Vermarktung von Bio-Produkten und Naturkosmetik über den Naturkost-Fachhandel.

In den Aufnahmekriterien des Verbandes ist dazu festgelegt:

- Verarbeitende Unternehmen und Inverkehrbringer charakterisieren sich entweder über die Führung einer oder mehrerer Marken (Markenhersteller) oder
- 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 eine Marke exklusiv für den Fachhandel bereitstellen.
- Großhändler können Mitglied werden, wenn mindestens 50 Prozent des Umsatzes im Naturkosthandel erzielt werden.

❖ *Verband und Unternehmen informieren die Öffentlichkeit sachgerecht, aufrichtig und umfassend.* ❖

Die Leitlinie zum Verständnis der Mitgliedschaftskriterien des BNN Herstellung und Handel (Stand: 31.12.2006) definiert die Einkaufsstätten der Naturkost- und Naturwarenbranche im Einzelnen (Anlage 2).

Sie legt auch die Voraussetzungen für die Belieferung von Einkaufsstätten des Fachhandels außerhalb der Naturkost- und Naturwarenbranche fest.

### 3. Qualitätssicherung

Der BNN Herstellung und Handel entwickelt und betreibt branchenübergreifende, überbetriebliche Qualitätssicherungssysteme wie das BNN-Monitoring für Obst und Gemüse im Naturkosthandel und die Datenbank für Bio-Speiseöle.

Von den im Verband organisierten Unternehmen wird eine Beteiligung an dieser Arbeit erwartet. Das schließt das Mitwirken in Netzwerken zur Schaffung breiter und aussagefähiger Datenbasen ein, in denen Analysebefunde der Mitgliedsunternehmen in verbandseigene Datenbanken eingestellt werden.

Auf den Einsatz von gentechnisch veränderten Organismen, auch bei der Herstellung von Hilfsstoffen und Zutaten oder Verpackungsmaterialien, wird verzichtet.

Die Unternehmen setzen nur Zusatzstoffe ein, die der EG-Verordnung 2092/91 (ab 01.01.2009: EG-Öko-Basisverordnung 834/2007) entsprechen. Liegen für einen zugelassenen Zusatzstoff begründete Zweifel an dessen gesundheitlicher Unbedenklichkeit vor, wird dieser nicht eingesetzt. Sie verzichten auf die Bestrahlung von Lebensmitteln und Fremdkörperdetektion mittels Röntgenstrahlung und lassen sich von ihren Vorlieferanten den Verzicht auf diese Verfahren belegen.

Die Unternehmen richten sich nach der BNN-Aromen-Empfehlung (Anlage 3a und 3b).

❖ *Die Mitgliedsunternehmen des BNN Herstellung und Handel produzieren und handeln vorrangig ökologisch erzeugte Produkte.* ❖

Die Mitglieder des BNN Herstellung und Handel stellen durch schriftliche Zusicherung ihres Vorlieferanten, durch Analysen oder andere qualitätssichernde Maßnahmen sicher, dass der BNN-Orientierungswert für chemisch-synthetische Pflanzenschutz-, Schädlingsbekämpfung- und Vorratsschutzmittel (Anlage 4) eingehalten wird.

Es werden nur Lebensmittel gehandelt, die die BNN-Orientierungswerte für Weichmacher in Bio-Olivenöl (Anlage 5) einhalten.

Wirkungsvolle Maßnahmen der betrieblichen Qualitätssicherung garantieren, dass Verunreinigungen mit Pestiziden, gentechnisch veränderten Organismen und anderen unerwünschten Stoffen auf ein Minimum reduziert sind.

## 4. Transparenz

Die Unternehmen schaffen und erhalten Transparenz in Produktion und Handel. Eine Volldeklaration wird erwartet (IK-Liste, Anlage 1, und BNN-Beschluss zur Volldeklaration, Anlage 6a und 6b).

Die EU-Bestimmungen zur Rückverfolgbarkeit (EG-Verordnung 178/2002) werden eingehalten.

Die Unternehmen arbeiten bei Pestizidanalysen mit Laboren zusammen, die vom Verband für ihre hohe Bio-Kompetenz anerkannt worden sind (Anlage 7; aktuelle Labor-Liste siehe [www.n-bnn.de/labore](http://www.n-bnn.de/labore)).

## 5. Innerverbandliche Zusammenarbeit

Der Verband greift nicht in das Wirtschaftsleben ein.

Er bevorzugt keine Einzelmitglieder (Neutralitätsgebot).

In der Gremienarbeit treten einzelunternehmerische Interessen hinter das gemeinschaftliche Interesse zurück.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Verbandes setzen das im Verband erarbeitete Wissen zum Nutzen aller Mitglieder ein.

Der BNN Herstellung und Handel sorgt dafür, dass das erarbeitete Wissen in die Unternehmen transferiert wird. Die Mitglieder können auf wichtige Informationen jederzeit und uneingeschränkt zugreifen.

Über unternehmensinterne Informationen verfügen ausschließlich die zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Verbandes (nicht die Vorstände), die vertraglich zu Vertraulichkeit verpflichtet sind (Vertraulichkeitsgebot).

*❖ Auf den Einsatz von gentechnisch veränderten Organismen, auch bei der Herstellung von Hilfsstoffen und Zutaten oder Verpackungsmaterialien, wird verzichtet. ❖*

## 6. Konfliktregelung

Konflikte zwischen den Mitgliedern lösen die Beteiligten im Gespräch. Wenn Verbandsregeln zu Konflikten führen, trägt der Verband zur Klärung oder Lösung aktiv bei.

## 7. Krisen und Krisenkommunikation

Krisen und Krisenerwartung (insbesondere hinsichtlich der Produktqualität) werden dem Verband sofort angezeigt. Der Verband informiert seinerseits die betroffenen Mitglieder.

Der Krisenleitfaden (Anlage 8) regelt das Vorgehen im Einzelnen.

## 8. Integrität

Die Unternehmen halten sich an gesetzliche Bestimmungen und an die verbandlichen Regeln.

Die Mitglieder erkennen dieses Selbstverständnis an und setzen den Kodex um.

Sie verpflichten sich, den Kodex weiterzuentwickeln und gegebenenfalls anzupassen.

Über den Kodex entscheidet die Mitgliederversammlung des BNN Herstellung und Handel e.V.

# Fit bleiben für die Zukunft

*Der dritte Teil des Branchenkodexes nennt wichtige Normierungsziele für die nächsten Jahre. Er ist ein Arbeitsplan, der alle Themen nennt, für die noch keine Normen erarbeitet werden konnten. Dieser Fahrplan wird regelmäßig überprüft und an die Realität in der Naturkostbranche angepasst.*

## III. Normierungsziele

In den Jahren 2008 bis 2010 wird im Verband an folgenden Normierungszielen zur Erweiterung des vorliegenden Kodex gearbeitet.

Entwicklung von Standards:

- Qualitätssicherung: gentechnisch veränderte Organismen (GVO), Nanotechnologie, Verpackung
- Klimaschutz und Energieeffizienz
- Qualifizierung des Personals
- Mittelstand und Sozialverträglichkeit
- Reflektion der Abschnitte I und II des Kodexes

# Erläuterungen zu den Anhängen des Teil II

*Der BNN Herstellung und Handel hat wegweisende Normen für die Qualitätsarbeit in der Naturkostbranche geschaffen, die weit über den Kreis der Verbandsmitglieder hinaus im Handelsalltag Gültigkeit haben und befolgt werden. Diese Standards sind dem zweiten Teil des Branchenkodexes als Anhänge beigefügt. Es handelt sich um folgende Regelungen:*

## Anlage 1 - Liste der Identifikationskürzel für die qualitätsorientierte Kennzeichnung von Bio-Lebensmitteln

Die so genannte IK-Liste für den Naturkostfachhandel dient der qualitätsorientierten Kennzeichnung von Öko-Lebensmitteln und ätherischen Ölen in den Großhandelslisten.

Mit ihrer Hilfe lassen sich verschiedene Herkünfte und ökologische Produktionsweisen erkennen, die für das im Fachhandel gewünschte hohe Niveau der biologischen Erzeugung, der Inspektion und der Zertifizierung stehen.

Die Identifikationskürzel können von allen Naturkostunternehmen verwendet werden, sind heute gut etabliert und vereinfachen damit auch den Datenaustausch zwischen den Handelsstufen.

❖ *Die Unternehmen schaffen und erhalten Transparenz in Produktion und Handel.* ❖

## Anlage 2 - BNN-Aufnahmekriterien

Der BNN Herstellung und Handel vertritt die politischen und wirtschaftlichen Interessen von Unternehmen, die sich für die besonderen Werte der Naturkostbranche engagieren. Die Aufnahmekriterien des Verbandes legen daher fest, dass Großhändler mindestens die Hälfte ihres Umsatzes im Naturkostfachhandel erzielen. Markenhersteller können Mitglied werden, wenn sie eine Marke exklusiv für den Fachhandel bereitstellen. Andere Bio-Hersteller und Inverkehrbringer sollen schwerpunktmäßig für andere Markeninhaber produzieren.

Zusätzlich regelt eine Leitlinie die eingegrenzte Belieferung von Einkaufsstätten außerhalb der Naturkost- und Naturwarenbranche.

### Anlage 3 - BNN-Aromen-Empfehlung

Naturkostunternehmen verzichten auf natürliche Aromen, wo immer es möglich ist, obwohl die EU-Öko-Verordnung deren Einsatz auch für Bio-Lebensmittel gestattet. Doch bei einigen Bio-Produkten wie beispielsweise Süßigkeiten kann heute noch nicht auf natürliche Aromen verzichtet werden. Da aber nicht jedes im Bio-Bereich erlaubte Aroma die gesetzlich verankerte Bezeichnung „natürlich“ verdient, haben die Mitglieder des BNN Herstellung und Handel die Aromen-Empfehlung verabschiedet. Darin werden die verschiedenen „natürlichen“ Aromen differenziert und bewertet, um den Einsatz möglichst naturbelassener Aromastoffe zu fördern.

### Anlage 4 - BNN-Orientierungswert für chemisch-synthetische Pflanzenschutz-, Schädlingsbekämpfung- und Vorratsschutzmittel

Bio-Produkte können nicht unter der Glasglocke produziert werden, so dass es keinen 100-prozentigen Schutz vor der allgemeinen Umweltverschmutzung geben kann. Entsprechend lassen sich Verunreinigungen nicht immer vermeiden. Mit Hilfe des BNN-Orientierungswerts für Pestizide können solche Verunreinigungen jedoch von Rückständen unterschieden werden, die auf eine gezielte Anwendung von Pestiziden oder auf Probleme in der Qualitätssicherung zurückzuführen sind.

Der Orientierungswert ist verbindlich für alle BNN-Mitgliedsunternehmen. Er gilt jedoch de facto für alle Produkte, die im Naturkosthandel erhältlich sind. Er wird mittlerweile auch von allen führenden Analytiklabors und von staatlichen Untersuchungsämtern genutzt.

❖ *Die Mitglieder erkennen dieses Selbstverständnis an und setzen den Kodex um. Sie verpflichten sich, den Kodex weiterzuentwickeln und gegebenenfalls anzupassen.* ❖

### Anlage 5 - BNN-Orientierungswerte für Weichmacher in Bio-Olivenöl

Der Nachweis von Weichmachern in verschiedenen Olivenölen im Jahr 2005 hat in der Naturkostbranche in kürzester Zeit zu zahlreichen Verbesserungen in der Qualitätssicherung geführt. Dazu zählen auch die Orientierungswerte für Weichmacher. Hersteller und Händler im BNN Herstellung und Han-

del haben sich verpflichtet, jede Bio-Olivenöl-Charge auf Weichmacher zu untersuchen und nur diejenigen zu handeln, die die BNN-Orientierungswerte einhalten.

## **Anlage 6 - BNN-Beschluss zur Volldeklaration**

Die Kunden im Naturkosthandel erwarten größtmögliche Transparenz bei der Kennzeichnung der Inhaltsstoffe. Aufgrund des BNN-Beschlusses zur Volldeklaration findet sich auf nahezu allen Produkten im Fachhandel eine über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehende Liste aller Zutaten und Verarbeitungshilfsstoffe. Vor allem Allergiker profitieren davon, denn sie erkennen, welche für sie möglicherweise kritischen Zutaten enthalten sind.

## **Anlage 7 - Labore**

Die Unternehmen im BNN Herstellung und Handel e.V. lassen Pestizid-Rückstandsanalysen nur von Laboren durchführen, die höchste Anforderungen an Analyse und Beurteilung von Bio-Produkten erfüllen. Der wissenschaftliche Beirat des Verbandes kontrolliert die Einhaltung dieser Qualitätsstandards.

## **Anlage 8 - Krisenleitfaden**

Der „BNN-Leitfaden für das Management von Krisen im Unternehmen und von Krisen von branchenweiter Bedeutung“ dient dazu, im Falle einer Krise in einem Mitgliedsunternehmen koordinierte Maßnahmen einleiten zu können. Denn eine Krise größeren Ausmaßes in einem einzelnen Betrieb kann für die gesamte Naturkostbranche zu wirtschaftlichen Verlusten führen. Es gilt, die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen der Kunden zu bewahren.

## Der Kodex: Mehr als schöne Worte.

Der Kodex soll etwas am Alltag der Naturkostbranche ändern, in den Köpfen der Entscheider und in den Unternehmen. Ein solcher Leitfaden muss regelmäßig überprüft werden: Welche Werte und Normen passen aktuell zum Selbstverständnis der Naturkostbranche? Welche Regeln müssen angepasst und welche hinzugefügt werden? Welchen neuen Aufgaben muss sich die Branche stellen?

Der Kodex gibt der Diskussion, was die Branche ausmacht und künftig ausmachen soll, Richtung und Struktur. Glaubwürdigkeit und Wirksamkeit eines Branchenkodex sind aber nur dann gewährleistet, wenn er nicht als Marketing-Maßnahme verstanden wird. Auf der Basis des gemeinsamen Wertefundaments muss jedes Unternehmen deutlich machen, was es konkret tut für Umwelt, Produktqualität, Gesundheit und fairen Handel in der Welt.

B I O T R O P I C

chiemgauer  
naturkosthandel

byodo



NATURATA

mojn BIO

OLIVIERE MOND  
VITA INFO



der konsequente  
BIOBÄCKER



campiñaverde  
NATURKOST FÜR ALLE SOWAS

Ökofrost



ökotopia  
Green and healthy and delicious. And so.

Weilings

\*BIO ILIOS

BIO VEGAN

BODAN

Herbaria



Ökoring

Naturkost Erfurt



Allos

Grell  
Naturkost



WERTFORM

SÖBBEKE

REGENBROT  
100% bio

LOGONA  
NATURKOSTBUCHER

Ökoland  
das Bio-Produktions- und  
Vertriebsunternehmen



PROBIO  
LÖSUNG MIT LÖSUNG



voelkel  
NATURKOST UND GEMISCHT

Flemming  
NATURKOST

TERRA  
Naturkost Landeol



naturkost nord

Geb. Franz Gröbll  
Nahrungsmittel

BEUTELSBREHER

Naturkost  
West



SPIELBERGER  
Möhl  
nature's finest

Kornkraft  
Naturkost

bio nahrungsmittel  
TROCKENFRÜCHTE, NÜSSE, SAFTEN, SAUCEN

Ettershausen  
NATURKOST

Heuschrecke  
NATURKOST

PHÖNIX  
Naturprodukte

Naturkost Schramm  
Nahrungsmittel

BNN Herstellung und Handel e.V.  
Albrechtstraße 22  
D-10117 Berlin  
Tel. +49 (0)30 / 847 12 24-44  
Fax +49 (0)30 / 847 12 24-40  
[www.n-bnn.de](http://www.n-bnn.de)

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

