

# Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V. Eine starke Gemeinschaft für BIO



40  
JAHRE



## Mit BIO ZUKUNFT gestalten



Bundesverband  
Naturkost Naturwaren e.V.

05



12



22



## Inhaltsverzeichnis

- 03 | 40 Jahre gemeinsam für Bio in Deutschland
- 04 | Grußworte von Cem Özdemir und Tina Andres
- 05 | Der BNN: Seit 40 Jahren eine lebendige Gemeinschaft
- 08 | Die Geschichte des BNN in Jahreszahlen
- 12 | Gemeinsam zu höchsten Standards  
*Qualitätsarbeit im BNN*
- 13 | Konsequente ökologische Sortimente  
*Die Sortimentsrichtlinien für den BIO-Fachhandel*
- 18 | Generationengespräch: BIO gestern, heute, morgen
- 22 | Nachhaltig anders  
*Was BIO-Unternehmen antreibt*
- 26 | Detektivarbeit für den Naturkostmarkt  
*Das Pestizidmonitoring im BNN*
- 30 | Standorte der BNN-Mitgliedsunternehmen
- 31 | BNN in Zahlen

**Rückseite:** Die Mitglieder des BNN

## Kontakt

**Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V.**  
Michaelkirchstraße 17/18  
10179 Berlin

Tel.: +49 (0)30 - 847 12 24 44

E-Mail: [Kontakt@n-bnn.de](mailto:Kontakt@n-bnn.de)

Fax: +49 (0)30 - 847 12 24 40

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

## Impressum

**Herausgeber und Anzeigen:** Five-T Communication GmbH | Tel.: +49 (0)40 6505659-0 | Fax: +49 (0)40 6505659-11 | [www.five-t.eu](http://www.five-t.eu)

**Bildnachweise:** **S. 1:** oben rund: ©BNN; 1. Reihe: ©Kornkraft Naturkost GmbH, ©BNN, ©SilviaJansen - istockphoto.com; 2. Reihe: ©PRIMAVERA LIFE GMBH, ©LaSelva Toskana Feinkost Vertriebs GmbH, ©BODAN Großhandel für Naturkost GmbH; 3. Reihe: ©Rheinsberger Preussenquelle GmbH, ©Taifun-Tofu GmbH, ©LaSelva Toskana Feinkost Vertriebs GmbH; rund unten: ©Khanchit Khirisutchalual - istockphoto.com | **S. 2:** Mitte: ©j-mel - adobe.stock.com; Unten: ©BlackSalmon - istockphoto.com | **S. 3:** Hintergrund: ©william87 - adobe.stock.com | **S. 4:** Oben: ©BMEI; Unten: ©BÖLW | **S. 12:** ©j-mel - adobe.stock.com | **S. 13:** ©BNN (Aufnahme BIO COMPANY-Filiale, Berlin) | **S. 22:** ©BlackSalmon - istockphoto.com | **S. 23:** ©Bohsener Mühle GmbH & Co. KG, ©fairfood Freiburg GmbH, ©Kornkraft Naturkost GmbH | **S. 24:** ©Ökotoxia GmbH, ©ARCHE Naturprodukte GmbH; ©BNN (Aufnahme BIO COMPANY-Filiale, Berlin) | **S. 27:** ©GALAB Laboratories GmbH

**Papier:** arto satin Bilderdruckpapier aus nachhaltiger Forstwirtschaft, gekennzeichnet mit dem EU Eco Label, CO<sub>2</sub>-neutraler Druck mit der Klimainitiative „Print CO<sub>2</sub>-geprüft“ der Druck- und Medienverbände, mineralölfreie Farben





Sehen Sie sich hier das Grußvideo und die interaktive Broschüre in ganzer Länge an



## 40 Jahre gemeinsam für Bio in Deutschland

**Der Bundesverband Naturkost Naturwaren, kurz der BNN, blickt auf sein 40-jähriges Engagement für Bio in Deutschland zurück.**

Wer hätte im Sommer 1983 gedacht, dass mit der Gründung des Verbandes Naturkost e.V. auf der Müsli-Messe in Frankfurt ein unternehmerisches Netzwerk entsteht, das nunmehr seit Jahrzehnten die Standards für Bio prägt und maßgeblich dazu beigetragen hat, Bio in die Mitte der Gesellschaft zu bringen.

Von Anfang an - und schon vor Inkrafttreten der EU-Öko-Verordnung - setzte der BNN Qualitätsstandards für Bio. Und er vertritt bis heute die politischen Interessen der Naturkost- und Naturwarenbranche in Deutschland.

Anlässlich unseres vierzigsten Geburtstags schauen wir aber auch nach vorn: Vor mehr als zwei Jahren haben die BNN-Mitglieder begonnen, Bio in die Zukunft zu denken. Mit seinem Transformationsprozess „Viva BNN“ stellt der Verband aktiv die Weichen für die Zukunft der Bio-Wirtschaft. Das geht weit über Bio hinaus und schließt unsere Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften und künftige Generationen mit ein. Gemeinsam

mit unseren Mitgliedern stellen wir uns den Grundsatzfragen, die die aktuellen Krisen an uns richten.

Mit rund 200 Mitgliedsunternehmen ist der BNN ein starkes Netzwerk der Bio-Wirtschaft. Unternehmen aus Herstellung und Großhandel, dem Import sowie dem selbstständigen und filialisierten Einzelhandel haben hier eine Heimat.

Sie sind eine von gemeinsamen Werten und Zielen getragene Gemeinschaft. Sie setzen sich für Ökologie, Nachhaltigkeit, Demokratie und beste Qualität von ökologischen Lebensmitteln und Waren ein. Sie alle eint, dass sie zu 100 Prozent Bio verpflichtet sind.

Es ist schlicht unmöglich, in einer kurzen Broschüre wie dieser das vielfältige und über Jahrzehnte gelebte Engagement des BNN und seiner Mitgliedsunternehmen in seiner ganzen Fülle abzubilden. Daher erheben wir keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern blicken in diesem Jubiläums-

heft pointiert auf zentrale Themen und Highlights, die mit der Geschichte des BNN verknüpft sind. Sie illustrieren die Identität des Verbandes und werfen zugleich ein Licht auf das, was wir in Zukunft vorhaben. Ob als aktuelles oder künftiges Mitglied, als Förderer oder Kooperationspartner, in Gesprächen, politischen Debatten und gemeinsamen Projekten: Sie alle sind eingeladen, diese Zukunft mit uns zu gestalten.

Bevor wir Sie in eine hoffentlich inspirierende Lektüre entlassen, bleibt ein Letztes: Von Herzen Danke an alle Menschen und Unternehmen, die am Werden dieses Heftes mitgewirkt haben.

Herzlich,

**Kathrin Jäckel** | BNN-Geschäftsführerin

# Liebe Mitglieder des Bundesverbandes Naturkost Naturwaren,

seit 40 Jahren setzen Sie sich dafür ein, dass es Jung und Alt leichter fällt, gut, gesund und nachhaltig zu essen. Sie stehen für Transparenz vom Acker bis zum Teller. Sie bilden ein starkes Netzwerk, das vom Hersteller und Verarbeiter über den Groß- bis zum Einzelhändler eine breite Wertschöpfungskette abdeckt und Nachhaltigkeit, Qualitätsstandards und Fairness in der Lebensmittelwirtschaft garantiert.

Mit diesem Weg sind Sie ein Vorbild – und ich hoffe natürlich, dass sich viele weitere Unternehmen in Deutschland auf diesen Weg begeben. Denn ich sehe darin auch eine Antwort auf die Krisen, von denen wir herausgefordert werden. Der völkerrechtswidrige Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine

ebenso wie die Erderhitzung und der zunehmende Verlust von Biodiversität: Es geht dabei immer auch um Ernährungssicherheit. Diese können wir nur gewährleisten, wenn wir unsere Lebensgrundlagen schützen, damit wir sie auch morgen und übermorgen noch nutzen können.

Wenn wir über Essen und Lebensmittel reden, dann betrifft das jede und jeden von uns. Darin steckt zugleich eine große Chance für Veränderungen zum Besseren. Mir ist deshalb wichtig, dass wir die vor uns liegenden Aufgaben gemeinsam angehen – mit Ihnen, mit den vielen unterschiedlichen Akteuren der Agrar- und Ernährungswirtschaft und mit den Landwirtinnen und Landwirten im ganzen Land.

**Herzlichen Dank für Ihre Arbeit und weiterhin alles Gute!**



Ihr **Cem Özdemir** | Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft



## 40 Jahre BNN, was für ein guter Grund, unseren Herz-, Leib- und Magenverband zu feiern, er ist es so wert!

Die großen Erfolge des Verbandes wie die Sortimentsrichtlinien und das BNN-Monitoring, aber auch die lebendige Rundum-Erneuerung durch den Viva-BNN-Prozess, in diesem „reifen“ Alter, sind Grund genug!

Aber vor allem sind es die Unternehmer\*innen, die eine beispiellose ökologisch mittelständische Wirtschaftsbranche mit dem ihnen eigenen unternehmerischen Impetus, mit Energie und Entschiedenheit seit 40 Jahren zum Erfolg geführt haben, flankiert von all den engagierten Gestalter\*innen unseres Verbandes im Haupt- und Nebenanamt! Besondere Menschen, die ein Wirtschaftsmodell entwickelten, dessen Wert angesichts der großen Krisen des Anthropozäns,

Klimawandel und Artensterben, deutlicher zutage tritt als je zuvor.

Und ja, auch und gerade in einem Jahr, in dem vermutlich niemandem von uns wirklich nach Feiern zu Mute ist, sollten wir die Situation als genau das nehmen, was sie ist: eine Herausforderung. Denn unsere Antworten auf die multiplen Krisen unserer Zeit sind valide, wertvoll und wichtig. Vielleicht waren wir nie wichtiger mit allem, wofür wir stehen, was wir produzieren und handeln als heute. Und mehr als zuvor braucht uns die Gesellschaft, braucht uns Politik, denn wir haben nicht nur eine Vision, sondern auch einen guten Teil der Antworten.

**So lasst uns feiern, uns begegnen und weiterkämpfen, für eine andere, bessere Welt!**



**Tina Andres** | Vorsitzende des Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e.V. (BÖLW) und Mitglied im BNN





Gruppenfoto im Grünen, Mitgliederversammlung des BNN-Großhandel e.V. 1993 in Frankfurt a.M.

## Der BNN: Seit 40 Jahren eine lebendige Gemeinschaft

Der BNN ist ein bis heute einzigartiges Netzwerk von Bio-Unternehmen, das drei Wertschöpfungsstufen umfasst. Seit vierzig Jahren arbeiten im Verband Unternehmen aus Herstellung und Import sowie dem Groß- und Einzelhandel gemeinsam an nachhaltiger Qualitätssicherung, politischer Interessenvertretung und wirkungsvoller Öffentlichkeitsarbeit.

Die Geschichte der Bio-Bewegung ist in weiten Teilen auch die Geschichte des BNN und umgekehrt. Sie ist vielschichtig, innovativ und voller Ereignisse und Wendungen, aber immer zukunftsgerichtet, mit Blick auf eine für alle lebenswert und nachhaltig gestaltete Gesellschaft. „Viva BNN“ steht seit 2020 für einen gemeinsamen Impuls aus der Mitgliederschaft, den Grundgedanken von Bio, Nachhaltigkeit und Generationengerechtigkeit zu vereinen und in eine gute Zukunft zu führen.

### Wie alles begann ...

Es waren gesellschaftlich und politisch aufgewühlte Zeiten, als sich in den 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts die Natur-

kostszene als alternative Bewegung entwickelte - motiviert von den Zielen, „anders zu wirtschaften“, der Umweltzerstörung entgegenzutreten und sich (wieder) gesund zu ernähren. Möglichst naturbelassen, ökologisch und frei von Pestiziden, das war der Anspruch der Bio-Pioniere für eine gesunde Ernährungsweise und umweltverträgliche Produktion.

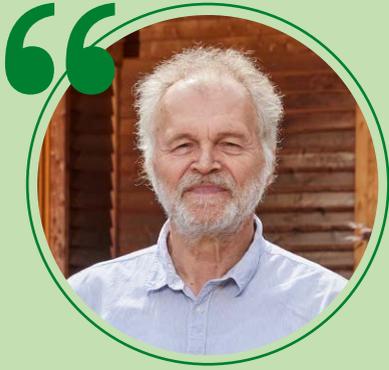
Die ersten Bio-Läden in Deutschland mussten ihre schmalen Sortimente - zumeist Getreide, Flocken, Trockenfrüchte, Makrobiotik und erste Naturkosmetikprodukte - noch selbst organisieren, denn Erzeugnisse aus ökologischem Anbau waren rar. Zusammen mit anderen Naturkostläden bildeten sich Einkaufsgemeinschaften, häufig genossenschaftlich organisiert. Erste Importe aus England, Japan und den USA wurden organisiert. Als immer mehr Läden entstanden, gründeten sich Ende der 70er Jahre erste Regionalvertrieber, die die Belieferung der Läden übernahmen. Parallel entstanden weitere Großhandelsunternehmen - Anfang der 80er Jahre wuchs der Naturkosthandel enorm und mit der wachsenden Nachfrage auch das Angebot an frischen Bio-Produkten.



**Rosi Weber** | Gründerin und Geschäftsführerin der BIOGARTEN Handels GmbH und BNN-Vorstandsvorsitzende

*„Unsere Welt verändert sich sehr schnell. Der BNN steht für innovationsfreudige und zukunftsgerichtete Unternehmen. In dieser Tradition haben die Mitglieder des BNN den verbandseigenen Erneuerungsprozess „Viva BNN“ initiiert und damit ein starkes Signal gesendet, dass sie die Fragen unserer Zeit an Branche und Verband aktiv beantworten wollen. Sie stellen somit wichtige Weichen für die Zukunft des Verbandes und der Bio-Fachhandelsbranche. Damit Verband und Branche auch zukünftig aktive Gestalter gesellschaftlicher Transformationsprozesse bleiben. Ich freue mich, dass ich diesen Prozess, gemeinsam mit meinen Vorstandskolleg\*innen, aktiv begleiten darf.“*





**Meinrad Schmitt** | im BNN-Vorstand  
2006–2016 | Vorstandsvorsitzender  
ab 2010 | Terra Naturkost Handels KG

„Während meiner Zeit als Vorstand investierten wir viel in die Glaubwürdigkeit der Branche und in das Profil des Bio-Fachhandels. Das nützte auch den Bio-Marken und deren Glaubwürdigkeit. Heute können wir sagen, der Bio-Fachhandel unterstützt gesunde Ernährung, intakte Umwelt und ökologische Vielfalt. Schließlich geht es um mehr als um weidende Kühe oder die Vermeidung von Pestiziden. Es geht mehr denn je um eine grundsätzliche Transformation und um die Werte, für die wir glaubwürdig eintreten. Daher formulierten wir den Kodex und stellten in einer Kampagne das konkrete Engagement der Händler\*innen vor. Das wirkt bis heute nach, denn im Bio-Fachhandel kaufen besonders diejenigen, die sich für eine lebenswerte Welt engagieren. So ermutigt, schlugen wir ein gemeinsames Erkennungszeichen in Kombination mit den Sortimentsrichtlinien vor. Doch leider gelang dieser Schulterchluss aufgrund der gewachsenen Vielfalt in Branche und BNN nicht mehr. Immerhin erhielt die politische Interessenvertretung durch den Zusammenschluss der beiden BNN-Verbände eine breitere Basis.“

## Keimzelle des BNN: Der Naturkost e.V.

1983 gründete eine kleine Gruppe von Bio-Pionier\*innen den Naturkost-Verein zur Förderung natur- und menschengemäßer Ernährungsweise e.V., kurz Naturkost e.V., und damit die Keimzelle des späteren BNN. Zunächst ging es auch darum, die erste Bio-Messe in Deutschland zu organisieren, die „Müslis 83“, bei der sich im Juni 1983 in Frankfurt die Branche traf, um ihre Waren zu präsentieren, Qualitäts- und Belieferungsfragen zu diskutieren und sich darüber zu verständigen, was eigentlich Bio ist und was nicht.

Um die Bio-Qualität der Waren für alle Marktteilnehmenden zu sichern und zu dokumentieren, gründete der Verband 1984 das so genannte Qualitätsinstitut als Kontrollinstanz. Zu diesem Zeitpunkt, Anfang der 80er, gab es keinerlei Gesetze, die die Begriffe „Bio“ oder „biologischer Anbau“ schützten. Jeder konnte seine Produkte damit auszeichnen.

1988 entwickelten sich aus dem Naturkost e.V. die Interessenvertretungen der einzelnen Handelssparten: BNN Hersteller, BNN Großhandel und BNN Einzelhandel, die unter dem Dach der „Bundesverbände Naturkost Naturwaren“ zusammenarbeiteten. Die Bundesverbände gaben Richtlinien für Bio-Produkte heraus, entwickelten in den 90er Jahren das Branchenzeichen „N“ – für Naturkost – und etablierten die Sortimentsrichtlinien für den Naturkostfachhandel.

Erst Anfang der 90er Jahre wurde auf europäischer Ebene mit der EG-Öko-Verordnung

das erste Gesetzeswerk verabschiedet, das den Öko-Landbau und die Kennzeichnung von Bio-Lebensmitteln regelte. Erstmals waren damit die Begriffe „Bio“ und „Öko“ gesetzlich geschützt.

## Kodex: Werteverständnis und Spielregel

Von Beginn an mehr als Bio: Die Naturkost- und Naturwarenbranche entwickelte sich aus einem gemeinsamen Werteverständnis, in dem soziale Verantwortung, Vertrauen, regionale Wirtschaftskreisläufe, die besondere Produktqualität, Gesundheit und Umweltschutz die Basis ihres wirtschaftlichen Handelns waren. Über die Jahre hinweg entstanden gemeinsame Regeln, die über die gesetzlichen Vorschriften hinausgingen, die allerdings bis dato noch nie festgehalten worden waren. Dies änderte sich 2008 mit dem BNN-Kodex. Erstmals formulierten die Unternehmen des BNN Herstellung und Handel e.V., in dem seit 2001 die Großhandels- und Herstellerunternehmen organisiert waren, mit dem Kodex ihr Selbstverständnis und damit ein verbindliches Regelwerk, das grundlegende Werte, Spielregeln und Ziele der Naturkostbranche für das gemeinsame zukünftige Handeln definierte.

Der Kodex ist bis heute ein zentrales Leitbild des BNN. Er trägt dazu bei, den ökonomischen Erfolg auf der Grundlage ökologisch und sozial verantwortlichen Handelns zu sichern und die Zukunftskompetenz, Innovationsfähigkeit und gesellschaftliche Verantwortung der Branche zu dokumentieren.

### 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.

### 1. 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 dem 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.



BNN-Mitgliederversammlung 2008, der BNN-Kodex wird verabschiedet, (vordere Reihe) Vorstandsmitglieder Ulrich Walter (re.) und Hermann Heldberg (li.) sowie Geschäftsführerin Elke Röder (Mitte).



Formeller und symbolischer Schulterschluss der drei Branchenstufen auf der BNN-Mitgliederversammlung 2012. Mitte (v.l.n.r.): Dr. Nicolaus Müller (Lebensbaum), Georg Kaiser (BIO COMPANY) und Andreas Ritter-Ratjen (Grell Naturkost) als Vertreter von Herstellung, Einzel- und Großhandel.

## Zusammenführen, was zusammengehört

Gemeinsam stärker: Nach Jahren guter Kooperation zwischen dem BNN Einzelhandel e.V. und BNN Herstellung und Handel e.V. einigten sich die beiden Verbände 2012 auf einen Zusammenschluss, der auf der BNN-Mitgliederversammlung am 22. Oktober 2012 in Kassel mit einer gemeinsam verfassten Satzung in die Tat umgesetzt wurde. Mit dem neuen Netzwerk aller drei Handelsstufen vertrat der BNN e.V. seit Gründung des Naturkost e.V. nun erstmals wieder die Interessen von Biounternehmen aus Herstellung, Import sowie Groß- und Einzelhandel in einem Verband – und tut dies erfolgreich und gemeinsam bis heute.

“



**Georg Kaiser** | Vorstand BNN Einzelhandel e.V. 2008-2012, 2013-2018 im BNN e.V. | BIO COMPANY SE

„Wenn ich an die 40 Jahre BNN denke, denke ich vor allem an die vielen Menschen, die ich während meiner aktiven Zeit dort kennenlernen durfte. Ein Menschenschlag, den es so in der Wirtschaft nirgends gab und gibt: Die vielen Pioniere der Bio-Bewegung, die aus ihren Idealen des Wirtschaftens auch allgemeingültige Richtlinien, Grenzwerte und Verfahren definierten, die heute in Gesetze eingeflossen sind oder als höchste privatwirtschaftliche Standards gelebt werden.“

Als Einzelhändler war BIO COMPANY zunächst Mitglied im BNN-Einzelhandel, dessen „Marken-

kern“, die Sortimentsrichtlinie für den Naturkost-fachhandel, ich als Vorstand mit Kolleg\*innen und dem Team aktiv weiterentwickelt habe. Die „Wiedervereinigung“ der BNNs 2013 zu einem Verband der Einzelhändler, Hersteller und Großhändler war das Thema meiner Vorstand-schaft. Nach meiner Vorstellung ist die Klammer des Verbandes nicht das wirtschaftliche Sparten-interesse, sondern die Entwicklung und Bewah-rung der Werte und Standards der Bio-Bewegung. Mit dieser Vielfalt an Blickwinkeln können wir auch künftig „BIO+“ maßgeblich gestalten.“

„Die gesellschaftliche Relevanz von Bio begann in den 80er Jahren mit drei Buchstaben: kbA – kontrolliert biologischer Anbau. Damit schuf der Naturkost e.V. eine privatwirtschaftliche Übereinkunft zu Bio. An diese Arbeit knüpfte die Europäische Union mit ihrer Bio-Gesetzgebung an, natürlich unter aktiver Mitarbeit des BNN. Als nach deren Inkrafttreten immer noch und immer häufiger Rückstände chemisch-synthetischer Pflanzenschutzmittel auf Bio-Produkten nachgewiesen

wurden, ergriffen einige Unternehmen die Initiative, entwickelten das Obst- und Gemüsemonitoring und gaben so dem Vertrauensmarkt Naturkost Naturwaren ein zusätzliches Sicherungssystem. Und da Bio & Nachhaltigkeit zusammengehören und die Gesellschaft ein Recht hat, sich über die Nachhaltigkeit von Unternehmen zu informieren, entwickelten wir im BNN ein System zur Berichterstattung, bevor es die heute gängigen Berichtsformate gab.“

**Elke Röder** | BNN-Geschäftsführerin 1989-2020



“

# Die Geschichte des BNN in Jahreszahlen





1992

UN: „Agenda 21“, entwicklungs- und umweltpolitisches Leitbild für das 21. Jh.



1994

„N“ als gemeinsames Branchenzeichen der BNN-Verbände



1999

BNN-Einzelhandel e.V.: Einführung der Sortimentsrichtlinien



Einführung des Bio-Siegels

2001

Einführung des BNN-Orientierungswerts

BNN-Großhandel e.V. wird zu BNN Herstellung und Handel e.V.



Ökoland: „Superwurst“ erstes klimaneutrales Produkt

2008

BNN-MV verabschiedet BNN-Kodex



2009

Kodex-Kampagne „Bio kann mehr“ (2009-2012)



2010

Einführung des EU-Bio-Logos



2013

Zusammenschluss der BNN-Verbände zu BNN e.V.



2019

Öko statt Ego startet



2020

Transformationsprozesses Viva BNN startet

Kathrin Jäckel übernimmt BNN-Geschäftsführung

2021

BGH-Urteil zur generationengerechten Klimapolitik



2023



40 JAHRE Bundesverband Naturkost Naturwaren e. V.

biofach.de  
biofach.com

# BIOFACH

into organic

Internationaler Schirmherr  
International patron



Nationaler Ideeller Träger  
National supporting organization

**BÖLW**

# VIVANESS

into natural beauty

Ideelle Träger  
Supporting organizations



vivanness.de  
vivanness.com

Veranstalter | Organizer  
NürnbergMesse

T +49 9118606-0  
F +49 9118606-8228  
info@nuernbergmesse.de

Zutritt nur für Fachbesucher  
Admission for trade visitors only

# 14.-17.2.2023

## Nürnberg, Germany

# 40 JAHRE BNN & 30 JAHRE YARRAH ENTSCHEIDE DICH FÜR BIO



## BIOLOGISCH & HÖCHSTE QUALITÄT

30 Jahre Yarra! Als erster Anbieter ökologischer Tierernährung hat sich Yarra vor 30 Jahren vorgenommen gesunde Produkte für Hund & Katze anzubieten.

Die Gesundheit deines Haustieres beginnt mit gutem Futter. Die Bio-Tiernahrung von Yarra wird aus reinen Zutaten hergestellt, ohne künstliche Aromen, Farbstoffe und Geschmacksverstärker, Pestizide oder Gentechnik. Wir prüfen unsere Zutaten vom Landwirt bis zum Napf, um beste Qualität zu gewährleisten.



**YARRAH**



[WWW.YARRAH.DE](http://WWW.YARRAH.DE)

# Gemeinsam zu höchsten Standards

## QUALITÄTSARBEIT IM BNN



**Die Mitgliedsunternehmen im BNN eint ein gemeinsames Qualitätsverständnis, das neben der hohen Produktqualität auch die Prozessqualität vom Anbau bis zur Ladentheke umfasst.**

Im Mittelpunkt stehen dabei die Förderung gesunder Ernährung und ein ganzheitliches Qualitätsverständnis sowie das Engagement für die Entwicklung und Sicherung der Warenqualität und des nachhaltigen Umgangs mit Ressourcen und Umwelt. Sie bilden seit den frühen 80er Jahren den Kern der Qualitätsarbeit des BNN.

Seitdem werden im intensiven Austausch mit den Mitgliedsunternehmen Produkt- und

Handelsstandards sowie Richtlinien und Empfehlungen entwickelt, die den Unternehmen eine wesentliche Qualitätsorientierung im Alltag bieten. Dazu zählen beispielsweise die BNN-Aromenempfehlung zum Einsatz von Aromen in der Verarbeitung von Bio-Lebensmitteln, die BNN-Volldeklaration, die über eine vollständige Deklaration der Zutaten eine hohe Transparenz gewährleistet, oder die Sortimentsrichtlinien für den Einzelhandel mit ihrer Orientierung für ein konsequent ökologisches Sortiment. Die BNN-Monitorings für Obst und Gemüse im Naturkostfachhandel und für Trockenprodukte ergänzen die Qualitätssicherungsmaßnahmen in den Unternehmen. Darüber hinaus tragen BNN-Produktdatenstandards

wie die IK-Liste mit ihren Zertifizierungsinformationen zu Produkten oder die Liste der Markenkürzel dazu bei, den Daten- und Handelsaustausch zu vereinfachen.

### Mehrdimensionale Perspektiven

Im BNN sind Bio-Unternehmen aus Herstellung, Groß- und Einzelhandel zusammengeschlossen. Diese besondere, wertschöpfungskettenübergreifende Mitgliederstruktur ermöglicht mehrdimensionale Perspektiven und fördert entsprechend tragfähige Positionen. Unterstützt wird der BNN dabei seit 2001 durch einen wissenschaftlichen Beirat mit Experten der Kontrollstellen, der Analytik und des Verpackungsbereichs.

Über die Weiterentwicklung von Qualitätsstandards für Bio-Lebensmittel und Naturwaren hinaus berät und informiert der BNN seine Mitgliedsunternehmen zu Themen der Qualitätssicherung, begleitet Gesetzgebungsverfahren und erarbeitet Fachpositionen, beispielsweise zu Gentechnik, Nutri-Score oder der Ablehnung eines Bio-Pestizid-Grenzwertes, um die Branche gegenüber Gesetzgebung und Politik aktiv zu vertreten. Dafür engagiert sich der Verband zusätzlich in fachpolitischen Gremien auf nationaler und europäischer Ebene, wie dem Fachausschuss Verarbeitung im BÖLW, der IGOP (Interest Group of Organic Processors in der IFOAM EU) sowie der IGOR (Interest Group of Organic Retailers in der IFOAM EU).

# BIOGARTEN

*/gemeinsam sinnvoll handeln/*

**40 Jahre bewegte BIO-Pioniergeschichte –  
kraftvolle Wurzeln, robustes Netzwerk & stärkende Heimat!**

BIOGARTEN Handels GmbH – DER Fachgroßhandel für ein nachhaltiges Leben  
Liebigstraße 3-5, 7-9 | 40721 Hilden | T: 02103 9503-0 | [www.biogarten.de](http://www.biogarten.de)

# Konsequente ökologische Sortimente

## DIE SORTIMENTSRICHTLINIEN FÜR DEN BIO-FACHHANDEL

Was macht die Bio-Fachmärkte so einzigartig? Die positive und vertrauenswürdige Einkaufsatmosphäre und die fachlich kompetente Beratung sind zwei gewichtige Faktoren. Der wichtigste aber ist ein umfassendes Bio-Sortiment. Damit Kund\*innen bei ihrem täglichen Einkauf im Bio-Fachgeschäft darauf vertrauen können, ausschließlich Bio-Produkte und Naturwaren in hoher Qualität und Nachhaltigkeit angeboten zu bekommen, haben die Einzelhändler\*innen im BNN mit den Sortimentsrichtlinien (SRL) einen überprüfbaren Qualitätsstandard gesetzt. Seit 1989 bietet das Regelwerk die höchsten Qualitätsmaßstäbe im Facheinzelhandel.

Dabei gehen die Sortimentsrichtlinien in vielen Bereichen über die Basis-Anforderungen der EU-Öko-Verordnung hinaus und umfassen weitere Sortimente, die bislang nicht durch das EU-Öko-Recht definiert sind, wie Fisch und Meeresfrüchte aus Wildfang, Erzeugnisse der Jagd, Nahrungsergänzungsmittel und Naturkosmetik sowie ökologische Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel.

Bio-Fachgeschäfte im BNN - und seit 2015 auch die des Naturkost Süd e.V. - verpflichten sich, ihr Sortiment an den SRL auszurichten und alle zwei Jahre von unabhängigen und qualifizierten Kontrollstellen prüfen zu lassen.

Die Sortimentsrichtlinien sind nicht nur Ausdruck eines gemeinsamen Werte- und Qualitätskanons, sie werden auch von Praktiker\*innen für Praktiker\*innen entwickelt. Über die Jahre ist so ein Regelwerk entstanden, das über den Einzelhandel hinaus wegweisend für die Qualität im Bio-Fachhandel ist und zugleich die Motivation von Händler\*innen widerspiegelt, hochwertige und nachhaltige Produkte anzubieten.



### Konsequente Qualität im Facheinzelhandel

Die Sortimentsrichtlinien (SRL) setzen seit 1989 höchste Qualitätsmaßstäbe im Bio-Facheinzelhandel. Ihr Regelwerk wird von einem Lenkungsgremium, dem Fachhändler\*innen des BNN e.V. und Naturkost Süd e.V. angehören, stetig weiterentwickelt. Hierbei werden aktuelle Forschungsstände berücksichtigt und fachspezifische Expertise hinzugezogen, um dem Anspruch eines lückenlos ökologischen Sortiments gerecht zu werden.

[www.sortimentsrichtlinien.de](http://www.sortimentsrichtlinien.de)

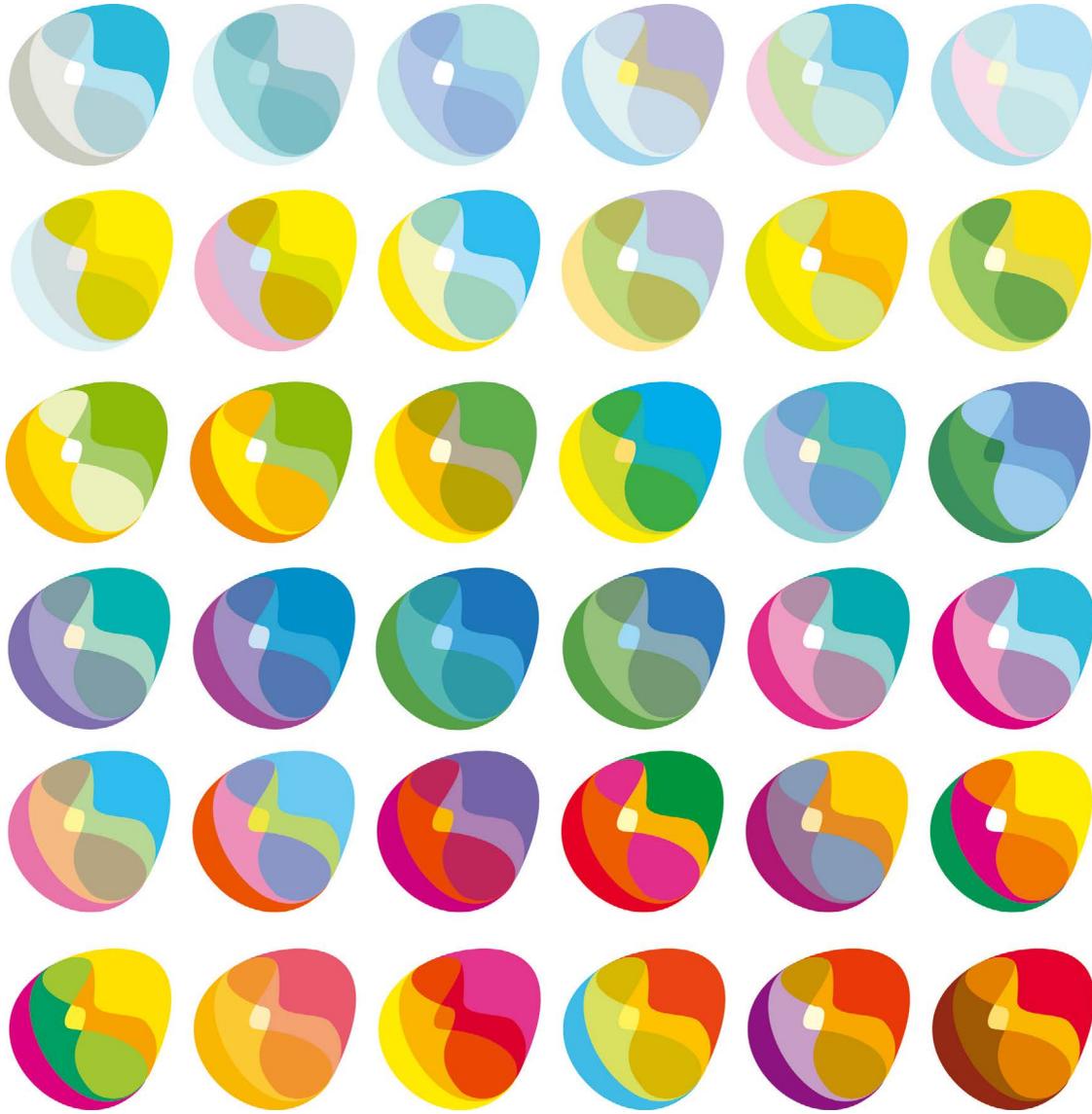
*„Die Sortimentsrichtlinien sowie deren Kontrolle sind im deutschen Lebensmittelhandel einzigartig. Zu ihrer Einhaltung haben wir uns von Anfang an gerne verpflichtet, weil sie gelebter Ausdruck der hohen Ansprüche, Prinzipien und Werte der Naturkostbranche sind.“*

*Die SRL sind ein wichtiges Instrument in der Kundenkommunikation. Sie helfen dabei, uns eindeutig gegenüber dem konventionellen LEH zu positionieren und unseren grundlegenden Unterschied - 100 % Bio! - deutlich zu machen.“*



**Gerhard Bickel** | Gründer und Geschäftsführer von ebl-naturkost | Seit 2018 Vorstand im BNN e.V.





## BNN und Sonett – 40 Jahre gemeinsam konsequent

Wir gratulieren dem BNN zu 40 Jahren Engagement für die Naturkostbranche. | [www.sonett.eu](http://www.sonett.eu) **Sonett – so gut.**



**ifl**  
 Sonett ist Sieger des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2022



## Liebes BNN-Team,

seit 40 Jahren gehen der BNN und Herbaria einen gemeinsamen Weg. Im Verbund setzen wir uns ein für kompromisslose Nachhaltigkeit, Fairness und allerhöchste Qualitätsstandards bei der biologischen Erzeugung von Lebensmitteln.

Ich gratuliere Euch zu 40 Jahren erfolgreicher Arbeit im Dienst dieser gemeinsamen Ziele und sage – auch im Namen des gesamten Teams Eures Gründungsmitglieds Herbaria – ein herzliches Dankeschön für die fruchtbare Partnerschaft!

Erwin Winkler,  
Geschäftsführer Herbaria Kräuterparadies GmbH

# Herzlichen Glückwunsch!

WIR GRATULIEREN ZU 40 JAHREN BNN.



**Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN)**  
**Gemeinsame Werte, gemeinsame Ziele**

*Wir gratulieren herzlich!*

Liebes BNN-Team,  
die Verantwortung für Mensch, Tier, Pflanze und Umwelt verbindet den BNN und Alnatura. Ein respektvoller und partnerschaftlicher Umgang in allen Wertschöpfungsstufen wird von uns seit Jahren gelebt.

Ich gratuliere Ihnen, auch im Namen der Alnatura Arbeitsgemeinschaft, zum 40-jährigen Jubiläum und sage Danke für Ihr Engagement rund um die Verbreitung und Wertschätzung von Bio-Produkten.

Ihr Götz E. Rehn  
Gründer und Geschäftsführer Alnatura



Mehr über uns:

BIOLOGISCH-DYNAMISCH  
SEIT 1959



Wir gratulieren zu  
**40 Jahren  
BNN**

40 Jahre gemeinsame  
**Werte**, 40 Jahre  
gemeinsame **Ziele**,  
40 Jahre exklusiv  
im **Bio-Fachhandel!**



[www.spielberger.de](http://www.spielberger.de)



# Bio ist unsere Natur!

- Hochwertige Muttersäfte – 100% purer Direktsaft
- Aus besten, nachhaltig angebauten Zutaten
- Kontrolliert durch strenge Qualitätskontrollen
- Erhalt einer Vielzahl natürlicher Inhaltsstoffe durch schonende Verarbeitung
- Abgefüllt in nachhaltige, schützende Braunglasflaschen



DE-ÖKO-005

Unser aktuelles Bio-Sortiment umfasst rund 40 Produkte. Sprechen Sie gerne unser Vertriebsteam an!  
[beratung@haus-rabenhorst.de](mailto:beratung@haus-rabenhorst.de)

**Rabenhorst**<sup>®</sup>  
WISSEN, WAS GUT TUT.

# Wir schaffen Vertrauen

Ihr Partner für Sozial- und Nachhaltigkeitsstandards für eine ökologische Zukunft.

Werden Sie Teil unserer Erfolgsgeschichte!  
Jetzt hier bewerben:



Wir zertifizieren weltweit für Sie!



Kiwa BCS ist eine der Pionierinnen der Bio-Bewegung in Europa und ist die älteste staatlich zugelassene Öko-Kontrollstelle in Deutschland. Daher lautet unsere Kontrollstellenummer DE-ÖKO-001.

Wir bieten Ihnen Inspektionen im Auftrag von Öko-Verbänden bis hin zu Regionalen Standards!



Kiwa BCS Öko-Garantie GmbH  
Marienortgraben 3-5 · 90402 Nürnberg  
T: +49 (0) 911 42 43 90  
F: +49 (0) 911 42 43 972

DE.Info.BCS@kiwa.com  
www.kiwa.de/bio

# Generationengespräch: BIO gestern, heute, morgen

Wie hat sich Bio in den letzten Jahren und Jahrzehnten entwickelt? Was machen Branche und Verband aus? Was ist notwendig, um auch nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Zukunft zu hinterlassen? Wir haben Vertreter\*innen verschiedener Generationen und Handelsstufen im BNN dazu befragt.



**Sascha Damaschun**

Seit 2007 Geschäftsführer  
der *BODAN Großhandel für  
Naturkost GmbH*

## Entwicklung von Bio

Gute, gesunde Lebensmittel und der Anspruch, anders zu wirtschaften – sozial, ökologisch, fair sowie natur- und klimaschützend –, das waren und sind die Beweggründe der Bio-Akteur\*innen bis heute.

Was war für dich das Prägende in der Entwicklung von Bio in den letzten Jahrzehnten?

### **Sascha Damaschun** (BODAN)

„In der Bio-Branche geht man eine „Lebenspartnerschaft“ ein. Ich bin jetzt 51 und beschäftige mich seit 30 Jahren mit der Materie, bin als großstädtischer Konsument eingestiegen, „Grenzen des Wachstums“ war für mich ein einschneidendes Erlebnis. Mit dem Eintritt in die Bio-Welt eröffneten sich Möglichkeiten, einen positiven Weg zur Lösung von Problemen zu finden. Jeder konnte nun aktiv einen positiven Beitrag leisten, der Konsument über Essen und Trinken, aber auch Branchenvertreter – über das Individuum hinaus mit anderen, etwa auf Verbandsebene, als Branche wirksam zu werden, landesweit und sogar international.“

### **Stephan Voelkel** (Voelkel GmbH)

„In den Siebzigern und Achtzigern stand das „gut für mich“ im Vordergrund. Heute verleiht das „gut für die Welt“ Bio die entschei-

dende Relevanz in der öffentlichen Diskussion und eben auch an der Kasse. Themen wie Klima und Biodiversität sind nicht mehr nur für ein paar Ökos wichtig, sondern sind die zentralen Herausforderungen der Landwirtschaft, Politik und Wirtschaft geworden. Bio bietet Lösungen und Bio bietet vor allem auch Hoffnung in einer Diskussion, die weniger von positiv besetzten Utopien bestimmt wird. Das Wertesystem von Bio wird immer mehr zu einem gesamtgesellschaftlichen Wertekompass.“

### **Stephanie Moßbacher** (Byodo)

„Bio ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen – mehr Menschen glauben an die ökologischen und gesundheitlichen Vorteile von Bio-Lebensmitteln. Die zu Anfang als verrückt und idealistisch abgetane Idee von Öko-Spinnern hat sich als nachhaltige Anbauform etabliert. Ein Riesenerfolg!“

### **Anna Haslauer** (BioMarkt La Vida)

„Es ist enorm was passiert in den letzten Jahrzehnten! Wir sind jetzt in vierter Generation im Biomarkt tätig, meine Oma war berühmt für ihre Gesundheitsberatung ... Heute haben unsere Kunden andere Beweggründe, bei uns einzukaufen. Bio einzukaufen, ist heute keine Besonderheit mehr. Wichtig ist uns, dass der Kunde uns vertraut, was unsere Vorauswahl angeht, und dass wir die Produkte kennen. Wichtig sind auch Verknüpfung und Vernetzung zu anderen Herstellern, Großhandel und BNN – darüber habe ich viele neue Menschen kennengelernt, die ich sonst nie kennengelernt hätte.“





**Stephan Voelkel**

Seit 1980 Geschäftsführer der 1936 von den Großeltern gegründeten Bio-Kellerei *Voelkel GmbH*



**Stephanie Moßbacher**

Geschäftsführerin und Gesellschafterin des Bio-Herstellers *Byodo Naturkost GmbH*



**Anna Haslauer**

Geschäftsführerin des *BioMarkt La Vida* in Utting am Ammersee, den sie gemeinsam mit Schwester Dominique Sarring und Mutter Sylvia Haslauer leitet

## Das WIR und der BNN

Ein starkes gesellschaftliches WIR ist angesichts der Krisen heute gefragter denn je. Gemeinschaft, eine verbindende Wertebasis und Verständigung über Wertschöpfungsstufen hinweg spiegeln auch den BNN.

**Was waren bisher wichtige Meilensteine und welche werden es in Zukunft sein?**

**Stephan Voelkel (Voelkel GmbH)**

„Das WIR ist eine elementare Säule für resiliente Systeme. Und Bio beweist gerade seine Resilienz in der Krise. Wir erfahren die Stärke unserer teilweise über Jahrzehnte aufgebauten Beziehungen zu Landwirt\*innen und Zulieferbetrieben. Sie honorieren unseren Ansatz, langfristige Lieferbeziehungen und faire Preise über kurzfristige Gewinnmaximierung zu stellen. So muss es auch im Handel gehen. Hier tut der BNN sehr viel für das Miteinander.“

Wünschenswert ist eine stärkere Kommunikation mit den Konsument\*innen. Denn wir müssen die Menschen in die Bio-Läden bekommen. Speziell neue Zielgruppen, junge, die eine Bio-Affinität haben. Der gesellschaftliche Mehrwert kann gar nicht intensiv genug kommuniziert werden. Wie beim Glas-Mehrwegsystem zum Beispiel: Das Logo sollte am Eingang jedes Bio-Ladens hängen, um Aufmerksamkeit zu erzielen und durch die optische Präsenz die Relevanz des Verbandes zu vermitteln. Die Kraft des WIR im Wirken nach innen ist gut, jetzt braucht es noch, das WIR auch nach außen darzustellen.“

**Sascha Damaschun (BODAN)**

„Der Verband schafft die Möglichkeit, auf anderer Ebene eine gemeinsame Basis zu fördern, die praktische Zusammenarbeit. Auf Verbandsebene kommen wir auch mit Unternehmen zusammen, die im gleichen Sinne unterwegs sind. Ein Meilenstein sind für mich die Jahresversammlungen, die Einbeziehung der Mitarbeitenden ins Verbandsleben. Der Austausch untereinander war insbesondere in den vergangenen zwei Jahren ein sehr großer persönlicher Zugewinn. Hier hatte Corona den Effekt: „Jetzt erst recht!“ Videokonferenzen sind für viele zugänglicher, sie haben den Zusammenhalt im BNN vertieft!“

**Anna Haslauer (BioMarkt La Vida)**

„Ein großer Meilenstein war und ist für mich der Veränderungsprozess „Viva Attacke“ bzw. jetzt „Viva BNN“. Der BNN soll sich auch zukünftig so transparent weiterentwickeln. Erzählt werden sollten auch die Geschichten, die hinter jeder Firma stehen. Was tun diese Firmen, und für was stehen sie? Nach dem Motto: Tue Gutes und rede darüber.“

**Stephanie Moßbacher (Byodo)**

„Bio wird von Wirtschaftsakteuren als Mittel zur Umsatzsteigerung und Image-Profilierung instrumentalisiert. Umso wichtiger ist es, dass wir unseren Werten und Überzeugungen treu bleiben. Gemeinsam geht das einfacher – indem wir Rückhalt in der Gemeinschaft finden und uns gegenseitig an unsere Ideale und Ambitionen erinnern und dafür verantwortlich halten. Dafür braucht es Raum für Austausch und Vernetzung, in dem alle willkommen sind und neue Perspektiven ebenso wie Erfahrungswerte als Bereicherung gesehen werden. Die zentrale Frage in der Transformation des BNN ist für mich: Wie können wir es schaffen, Speerspitze für Bio und nachhaltiges Wirtschaften zu bleiben?“



**Stephan Voelkel**  
Voelkel GmbH



**Stephanie Moßbacher**  
Byodo Naturkost GmbH



**Anna Haslauer**  
BioMarkt La Vida



**Sascha Damaschun**  
BODAN Großhandel für Naturkost GmbH

## Lebenswerte Zukunft

Was müssen wir, was muss die Gesellschaft tun, um die Lebensgrundlagen für zukünftige Generationen zu erhalten? Was ist der Anspruch an die Politik?

**Stephanie Moßbacher (Byodo)**

„Wir müssen weiterhin Vorreiter für nachhaltiges Wirtschaften sein! Das hört nicht bei der Bio-Landwirtschaft auf. Wir müssen werben für nachhaltiges Leben: Was kann der Einzelne tun, damit es in der Gesellschaft als Gesamtes funktioniert? Und die Politik, sie muss nachhaltiges Wirtschaften aktiv fördern.“

**Anna Haslauer (BioMarkt La Vida)**

„An die Politik: Alle Entscheidungen müssen immer mit verpflichtendem Blick auf Umwelt und Wirkung auf Klima getroffen werden. Wir als Branche können dazu Vorbild sein. Es gibt

vielleicht nicht immer perfekte Lösungen, aber Ansätze, die besser sind. Ein richtiger Ansatz ist hier z. B. die Forderung nach 0 % Steuern auf Bio-Lebensmittel.“

**Sascha Damaschun (BODAN)**

„Bio trägt den Keim in sich, Lebendigkeit und Lebenskraft zu stärken, auch im sozialen Bereich. Für mich ist die nächste Stufe bei Bio, über sachliche Kriterien hinaus anders zu handeln und zu wirtschaften. Ziel muss es sein, Wirkung in die Welt zu bringen! Von der Politik wünsche ich mir, dass dies anerkannt wird - der immaterielle Wert, den wir erbringen, soll sichtbar werden.“

**Stephan Voelkel (Voelkel GmbH)**

„Die Gesellschaft muss erkennen, dass alle ihr Konsumverhalten ändern müssen. Sonst verändert es unsere Welt so drastisch, dass wir innerhalb kürzester Zeit in einer Welt der Umweltkatastrophen, Kriege und Diktaturen aufwachen. Wir müssen die Menschen auf diesem Weg mitnehmen, und zwar mit der Botschaft, dass es nicht um radikalen Verzicht geht. Die Politik muss Bio dabei unterstützen, mit Steuervorteilen, mit günstigen Krediten für den Bio-Handel, mit einem System, das endlich die „True Costs“ von Lebensmitteln einpreist.“

**livQ**  
BIO-ESSENZ VON LIVQ  
DEIN SUPPORT VON INNEN  
FERMENTIERT & NATURREIN

Care for You

WWW.LIVQ.DE

**Ökoring** Bio-Regional  
Der Beratergroßhandel  
Die Bio-Gastro-Pioniere

Wir gratulieren herzlich zum  
40 - jährigen Jubiläum

Ihr starker Partner für Gastronomie und Einzelhandel

DE-ÖKO-006



# HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH ZU 40 JAHREN

Wir freuen uns, dass wir seit vielen Jahren als Mitglied intensiv und sehr gut mit dem BNN zusammen arbeiten. Wir schätzen dieses starke Netzwerk als wichtigen Baustein in der Entwicklung der Naturkostbranche. Wir unterstützen die Anstrengungen, um unseren Interessen in Politik und Öffentlichkeit eine Stimme zu geben, um unsere gemeinsamen Werte und Ziele zu vertreten, um die Qualitätsarbeit, Bildung sowie den Dialog auf Augenhöhe voran zu bringen.

Dafür sagen wir herzlich DANKÖ und freuen uns auf den weiteren gemeinsamen Weg.



Echt GUT, echt FAIR, echt Ökoland.



## *Genussreiche Bio-Käsegrüße aus dem Allgäu zu 40 Jahren nachhaltiger Verbandsarbeit!*

Nach nunmehr 40 Jahren nimmermüden Eintretens für die Bio-Sache wird der Verband und seine Mitglieder immer noch nicht müde, Bio in die Gesellschaft zu tragen. Im Gegenteil – denn der BNN findet sich nach vier Dekaden neu, modernisiert sich, um für seine Mitglieder auch in Zukunft die Plattform zu sein, auf der aktuelle und zukünftige Aufgaben und Herausforderungen gemeinsam im Sinne der Gesellschaft, des Planeten Erde und damit zukünftiger Generationen bearbeitet und verhandelt werden.

In den Transformationsprozess ‚Viva BNN‘ wurden die Mitglieder eingebunden und dabei neue Ziele erarbeitet und wichtige Impulse für die Zukunft gesetzt. Lebendigkeit, Modernität und Vernetzung sind das Motto für die nächsten 40 Jahre. Da kann man doch nur gratulieren und sagen „ALLES GUTE LIEBER BNN – WEITER SO!“



*Philipp Thiel, Leitung Marketing & Vertrieb*





## Nachhaltig anders

### WAS BIO-UNTERNEHMEN ANTREIBT

Wie sich die Zeiten ähneln. Wenn in diesen Monaten die ältesten Bio-Läden Deutschlands ihr 50-jähriges Bestehen feiern und der BNN sein 40-jähriges, dann herrscht Krieg in der Ukraine, sorgen die Protestaktionen der „Letzten Generation“ für weltweites Aufsehen, kommt die Staatengemeinschaft auch bei der 27. UN-Klimakonferenz im Kampf gegen den Klimawandel nicht spürbar voran. Vor einem halben Jahrhundert waren die Themen ganz ähnliche. 1962 war „Der stumme Frühling“ von Rachel Carson erschienen, das Buch gilt heute als einer der Ausgangspunkte für die weltweite Umweltbewegung. Ähnlich folgenreich: „Die Grenzen des Wachstums“, der 1972 erschienene Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit. In Vietnam herrschte Krieg, der weltweit für Empörung sorgte; die Studierendenproteste von 1968 sollten das gesellschaftliche Klima nachhaltig verändern.

Mit der entstehenden Friedens- und Umweltbewegung entwickelte sich nach und nach auch die Bio-Branche. Mit „Peacefood“ in Westberlin, „Schwarzbrötchen“ in Hamburg und dem „Macrohaus“ öffneten 1972 die ersten Naturkostläden. Umweltverschmutzung, Pestizide auf dem Acker, mangelnder Naturschutz, die latente Gefahr, die von den Atom-

kraftwerken ausging - das alles hat die Pionier\*innen der Naturkost angetrieben. Sie wollten diesen Entwicklungen etwas entgegensetzen. Mit der Produktion und dem Verkauf gesunder Lebensmittel. Aber auch politisch und wirtschaftlich.

#### Von Öko-Lebensmitteln zu einem umfassenden Nachhaltigkeitsanspruch

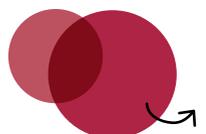
Heute, 50 Jahre später, gibt es in Deutschland rund 2.200 Bio-Verkaufsstätten, hinzu kommt noch das enorm gewachsene Angebot an Bio-Produkten im konventionellen Lebensmittelhandel. Es war noch nie so einfach, an ökologisch erzeugte Lebensmittel zu gelangen. Laut „Öko-Barometer 2021“ des Bundeslandwirtschaftsministeriums stieg der Umsatz mit Bio-Produkten auf knapp 16 Milliarden Euro. Das ist die gute Nachricht. Die nicht so gute: Der Bio-Anteil am Lebensmittelmarkt insgesamt erhöhte sich zwar, liegt aber trotzdem nur bei 6,8 %. Da ist also noch viel Luft nach oben.

Die Bio-Branche hat sich jedenfalls seit ihrem Start enorm diversifiziert und vernetzt. Die Mitgliedsstruktur des in den 80er Jahren gegründeten BNN spiegelt die Entwicklung wider: Zu den rund 200 Mitgliedsunternehmen

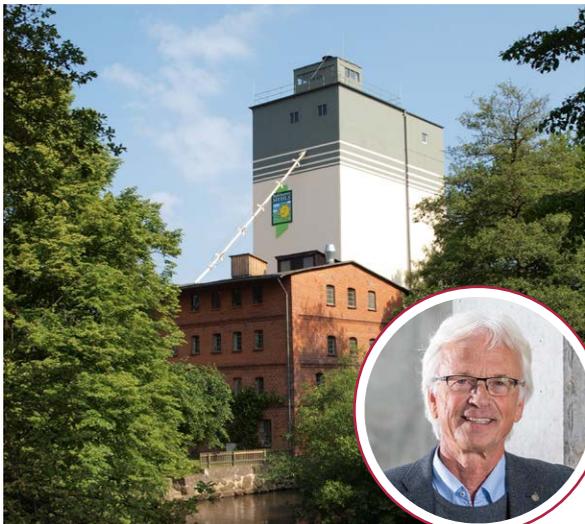
gehören sowohl Hersteller\*innen als auch Großhändler\*innen, selbstständige Einzelhändler\*innen ebenso wie filialisierte. Viele von ihnen denken Bio längst weiter und umfassender als zu Startzeiten.

Für immer mehr BNN-Mitglieder ist inzwischen ein umfassender Begriff von Nachhaltigkeit prägend. Dazu zählen drei Säulen: die ökologische, die ökonomische und die soziale. Bio ist nicht mehr einfach „nur“ Bio im Sinne von ökologisch erzeugt. Sondern es geht den Betrieben beispielsweise auch um regionale Wertschöpfung, faire und langfristige Lieferantenbeziehungen, nachhaltige Energieerzeugung und Ressourcenschonung, umweltfreundliche Verpackungen - und letztlich auch um die Art und Weise, wie sie eigentlich wirtschaften, und wem das Unternehmen gehört.

**Dazu fünf Beispiele, die genau das sind: exemplarisch. Wir haben eine Auswahl getroffen, die auch ganz anders aussehen könnte, weil sich inzwischen alle BNN-Mitglieder in einem oder mehreren dieser Nachhaltigkeitssegmente hervortun.**



## Regionale Wertschöpfung: **Die Bohlsener Mühle**



Die Bohlsener Mühle: Seit 1979 ausschließlich Bio.

Als nachhaltig versteht sich das in Bohlsen bei Uelzen gelegene Unternehmen schon seit seiner Gründung 1979. Ein Aspekt ist dabei zukunftsfähiges ökologisches Wirtschaften und 100 % Bio - und das wiederum heißt für die Bohlsener Mühle auch, „mit unserem unternehmerischen Handeln zu einer starken Region beizutragen und deren nachhaltige Entwicklung zu fördern“, sagt der **geschäftsführende Gesellschafter Volker Krause**. Das Unternehmen beschafft einen Großteil seiner Rohwaren regional, der Radius beträgt bei Getreide maximal 200 Kilometer um Bohlsen. Es verspricht den Lieferant\*innen zudem eine garantierte Abnahme von Rohstoffen, so dass diese verlässlich planen können. „Wir stehen gemeinsam für den Erhalt natürlicher Lebensgrundlagen und einer entsprechenden Land- und Lebensmittelwirtschaft ein“, betont Krause, „deshalb sind unsere Beziehungen zu Landwirtinnen und Landwirten in der Region besonders eng.“ Nicht nur, was die Abnahme betrifft: Das Unternehmen fördert auch den Ökolandbau und unterstützt dabei, auf Bio umzustellen.

## Mehrweg- und umweltfreundliche Verpackungen: **fairfood Freiburg**

fairfood Freiburg wurde 2014 gegründet. Die Idee der drei Gründer: Hochwertige Ware fair produzieren und durch Direktvertrieb günstiger anbieten als die Wettbewerber. Mittlerweile vertreibt fairfood Freiburg mehrere hundert Tonnen fair gehandelter Bio-Nüsse und weiterer Produkte wie Mandelmus oder Trockenfrüchte; in Nigeria baute das Unternehmen eine eigene Cashew-Produktion auf, zusätzlich steuern Handelspartner aus anderen Ländern weitere Nüsse und Früchte bei. „Zu unserem Nachhaltigkeitsverständnis gehört auch, uns intensiv mit dem Thema Verpackung auseinanderzusetzen“, sagt **Geschäftsführer Amos Bucher**. So setzt das Unternehmen seit 2020 auf Mehrweggläser für Nüsse und Nussmuse. Eine eigene Schredderanlage verwandelt zudem gebrauchte Kartons in Füllmaterial für Pakete. Zu den Abnehmer\*innen gehören Bio- und Unverpackt-Läden. Dank eines eigenen Pfandeimer-Systems fällt hier gar kein Verpackungsabfall an.



Fairfood-Gründerteam:

Mark Schwippert, Julian Bletscher, Amos Bucher und Okey Ugwu

## Nachhaltige Energieerzeugung und Ressourcenschonung: **Kornkraft Naturkost**



Das 1,5 Grad-Ziel bei Kornkraft:  
Ab 2025 nur noch CO<sub>2</sub>-positiv.

Auch zur Erzeugung von Bio-Produkten werden Ressourcen und Energie verbraucht. Letztlich sind alle Prozesse und Verhaltensweisen umweltrelevant. Das Unternehmen Kornkraft Naturkost aus Großenkneten bei Bremen ist an seinem Standort bereits seit 2014 CO<sub>2</sub>-neutral. Bis 2025 hat es sich zum Ziel gesetzt, CO<sub>2</sub>-positiv zu wirtschaften. „Dazu wollen wir mehr Strom selber produzieren, als wir verbrauchen, alle fossilen Brennstoffe im Betrieb ersetzen und unsere Logistik komplett auf regenerative Energie umstellen. Außerdem wird unser neuer Betriebsstandort komplett CO<sub>2</sub>-neutral, und im 'Klimabauern-Projekt' arbeiten wir zusammen an der Verbesserung der Klimabilanz und dem Humusaufbau“, betont **Geschäftsführer Robin Schmitt**. Einen Teil seines Stromverbrauchs deckt Kornkraft mit einer eigenen Photovoltaikanlage ab. Beheizt wird der größte Teil der Lager- und Bürogebäude zudem über einen Holzbrennwertkessel. Damit spart der Großhändler bis zu 15.000 Liter Heizöl pro Jahr ein. Größter Emittent ist die Eigenlogistik. Hier strebt das Unternehmen bis 2025 CO<sub>2</sub>-Neutralität an, dazu stellt es seine Lkw-Flotte auf regenerative Treibstoffe um.

## Faire und langfristige Lieferantenbeziehungen: **Ökotopia**



Im Teegarten von Quingshan wird ausschließlich ökologisch produziert.

Auf Tee und Kaffee aus ökologischer Erzeugung hat sich die Ökotopia GmbH aus Berlin spezialisiert. Als Handelspartner setzt das Unternehmen ausschließlich auf die Produzenten selbst. Eine zentrale Rolle beim Kaffee spielen die Richtlinien des fairen Handels. Dazu bezieht Ökotopia ausschließlich von Kleinbauern-Kooperativen, gibt diesen Abnahmegarantien und finanziert Ernten vor. Beim Tee gilt für Ökotopia hohe Lieferantentreue. „Die Handelsbeziehungen zu unseren Hauptlieferanten bestehen bereits seit über 40 Jahren“, erklärt **Geschäftsführerin Franziska Geyer**. Dabei bevorzugt das Unternehmen kleinbäuerliche Produktion und fördert diese. In China beteiligt es sich an Projekten zur Förderung der Bio-Qualität und gerechten Entlohnung der Teebauern. Ökotopia ist Mitglied bei der World Fair Trade Organization (WFTO), Lizenznehmer von Fairtrade sowie Naturland Fair und engagiert sich im Märkischen Wirtschaftsverbund fair & regional - Bio Berlin-Brandenburg.

## Verantwortungseigentum: **ARCHE Naturprodukte**

Für viele Bio-Unternehmen steht nicht die Gewinnmaximierung, sondern der Sinn im Vordergrund. Daher gehen einige unter ihnen so weit, die Eigentumsverhältnisse umzustellen. Bei diesen Betrieben dürfen die Stimmrechte-Anteile nicht verkauft oder vererbt werden, sondern liegen treuhänderisch in den Händen der Unternehmer\*innen. Gewinne werden ausschließlich in das Unternehmen reinvestiert oder gespendet. Das Unternehmen ARCHE Naturprodukte, Pionier für hochwertige asiatische Bio-Lebensmittel, hat sich beispielsweise unverkäuflich gemacht. **Geschäftsführer Stefan Schmidt** übernahm das Unternehmen 2019 und hält nun mit 99 % die Mehrheit der Stimmrechte und damit die volle unternehmerische Kontrolle. Aber: Er hat sich verpflichtet, keine Gewinne aus dem Unternehmen zu ziehen, es nicht zu vererben und nicht zu verkaufen. Verlässt er die Firma, gehen die von ihm lediglich treuhänderisch gehaltenen Anteile zum Nominalwert an eine neue Geschäftsführung über. Über all das wacht die Purpose-Stiftung mit einem Ein-Prozent-Veto-Anteil an den Stimmrechten. „Ich habe mein ganzes Berufsleben dafür gearbeitet, zu einem Paradigmenwechsel in der Wirtschaft beizutragen: weg von der Profitmaximierung, hin zu Sinnstiftung und Nachhaltigkeit“, begründete Schmidt damals seine Entscheidung. „Weil das Unternehmen sich selbst gehört, verhindern wir, dass anonyme Kapitalinvestoren, die keinerlei Bezug zum Unternehmensgeschehen haben, den Betrieb übernehmen.“



Seit 2019 zählt ARCHE Naturprodukte zu den Purpose-Unternehmen.

## Nachhaltigkeit wirklich messen und transparent kommunizieren

Wer Nachhaltigkeit weiterdenkt, landet auch bei den Fragen, wie sich eigentlich Nachhaltigkeit von Unternehmen erfassen lässt, und wie Verbraucher\*innen in die Lage versetzt werden können, die Nachhaltigkeit etwa von Lebensmitteln bewerten zu können. Schon vor mehr als zehn Jahren hatte der BNN mit dem „BNN-Nachhaltigkeitsmonitor“ eine umfangreiche Matrix zur systematischen Erfassung von Nachhaltigkeitsleistungen entwickelt. Vielen Unternehmen im BNN bot der Monitor damals den Einstieg, ihr nachhaltiges Engagement für alle Unternehmensbereiche umfassend zu ermitteln und die Ergebnisse für die Verbraucherkommunikation zu nutzen.

Mit einem produktbezogenen Nachhaltigkeitslabel befasst sich derzeit die EU-Kommission - und auch der BNN. Die EU-Kommission plant, bis Anfang 2024 konkrete Vorgaben für ein einheitlich geregeltes und



Erste Planet-Score-Label im Bio-Handel.

transparentes Nachhaltigkeitslabel zu entwickeln, damit Verbraucher\*innen sich künftig besser für nachhaltige Lebensmittel entscheiden können. Außerdem möchte die EU-Kommission so Greenwashing bei Nachhaltigkeitskennzeichnungen verhindern. Der BNN sprach sich als erster Verband in der Lebensmittelbranche in Deutschland für den „Planet-Score“ aus und appelliert an die Politik, die Debatte um eine ehrliche Nachhaltigkeitskennzeichnung von Lebensmitteln in Deutschland aktiv voranzutreiben. Aus Sicht der Bio-Branche ist der „Planet-Score“ derzeit das geeignetste Label, um umfassend und transparent über die Nachhaltigkeit von Lebensmitteln zu informieren.

Autor: **Lothar Schmitz**





**BIO PLANETE**  
Ölmühle Moog seit 1984

*Bio, Leidenschaft & feinsten Genuss*

## Gemeinsam gestalten wir eine ökologische Zukunft!

Unser Ziel ist es, gesunde und hochwertige Öle herzustellen, deren Rohstoffe in einer intakten Umwelt wachsen. Der BNN ist für uns ein wichtiger Partner, um die Ernährungswende anzupacken und mit innovativen Ansätzen voranzutreiben.  
Egal ob Nachhaltigkeitslabel oder Kampagnen für einen werteorientierten Fachhandel – gemeinsam müssen wir Zeichen setzen, um etwas in Bewegung zu bringen.

# Aus gutem Grund

Anbau in Deutschland für den Klimaschutz



[www.bioplanete.de/aus-gutem-grund](http://www.bioplanete.de/aus-gutem-grund)



Willkommen  
in der Weltküche.



Petersichen GmbH, Am Plepenbrink 2, 32839 Steinheim



So isst die Welt.



## GROSSBLÄTTRIGE KRÄUTERTEES AUS POMMERLAND

Neu und nachhaltig verpackt – in reinen Papiertüten  
und Dosen zum Nachfüllen.



[www.kraeutergarten-pommerland.de](http://www.kraeutergarten-pommerland.de)

# 20 Jahre BNN-Monitoring

## Detektivarbeit für den Naturkostmarkt

DAS PESTIZIDMONITORING IM BNN

Bio-Lebensmittel im Naturkostfachhandel stehen für höchste Qualität und den Verzicht auf Pestizide. Um diese besondere Qualität von Obst und Gemüse im Naturkosthandel zu gewährleisten, haben sich 2003 rund 30 Großhandels- und Importunternehmen der Naturkostbranche im BNN-Monitoring zusammengeschlossen, um unternehmensübergreifende und koordinierte Pestizidanalysen durchführen zu lassen. Den Bereich der länger haltbaren Produkte untersucht zusätzlich seit 2010 das BNN-Monitoring Trockensortiment.

Das BNN-Monitoring für Obst und Gemüse setzt seit 20 Jahren Maßstäbe auch über die Naturkostbranche hinaus. Im Zusammenspiel mit dem BNN-Orientierungswert und der BNN-Laboranerkennung unterstützt es die etablierten Prozesskontrollen in der ökologischen Lebensmittelwirtschaft durch valide Daten und Auswertungen. Dieser umfassende Ansatz wird auch außerhalb der Naturkostbranche anerkannt und geschätzt. Viele Lebensmittelunternehmen verwenden dieses System ganz oder teilweise für ihr eigenes Qualitätsmanagement von Bio-Produkten.

### Von A wie Apfel bis Z wie Zimt ...

... wird eine breite Palette von Produkten und Herkünften untersucht. Die Auswahl der Produkte geschieht risikoorientiert. Das bedeutet, es wird dort genauer hingeschaut, wo aus der Erfahrung heraus Probleme zu erwarten sind - um diese dann zu lösen. Nur spezialisierte Pestizidlabore mit besonderer Bio-Kompetenz werden mit den Untersuchungen betraut.

“

„Das Obst- und Gemüse-Monitoring für Bio-Produkte im Fachhandel ist bislang einzigartig. Im konventionellen Handel sucht man Vergleichbares vergeblich. Angesichts von mehr als 40.000 Tonnen Pestiziden, die Jahr für Jahr in die Umwelt gebracht werden, halten wir auch auf politischer Ebene die Einführung eines staatlichen Ökomonitorings zu pestiziden Wirkstoffen für dringend geboten.“

BNN-Geschäftsführerin **Kathrin Jäckel**

## Herzlichen Glückwunsch ZU 40 JAHREN BNN!

„Gemeinsam Bio voran bringen – dieses Ziel verfolgen Byodo und der BNN seit über 30 Jahren zusammen. Schon wenige Jahre nach der Gründung von Byodo in 1985 haben wir uns dem Verband angeschlossen und sind bis heute stolzes Mitglied. Worauf wir auch stolz sind: Unsere Grundsätze, an denen sich auch nach 37 Jahren nichts geändert hat. 100% Bio, höchste Qualität und das perfekte Genuss-Erlebnis.

Die Zukunft hält viele Herausforderungen für uns und unsere Umwelt bereit. Doch wenn uns die Zeit eines gezeigt hat, dann dass der Weg leichter ist, wenn wir ihn gemeinsam gehen.

Wir freuen uns auch in den nächsten Jahren diesen gemeinsamen Weg mit dem BNN zu gehen.“



STEPHANIE MOSSBACHER  
Geschäftsführerin Byodo Naturkost GmbH  
& Tochter des Gründers Michael Moßbacher

**byodo®**  
bio vom feinsten



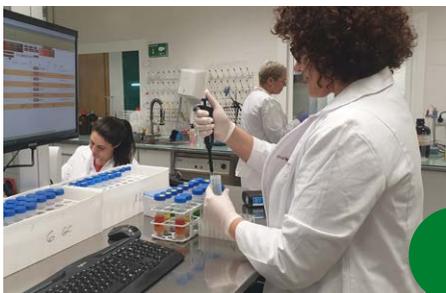
## Pestiziden erfolgreich auf der Spur

Stößt ein Labor auf einen Pestizidgehalt, der über dem BNN-Orientierungswert liegt, startet eine ausführliche Ursachenrecherche. Zusätzlich wird die gesamte Handelskette – von der Erzeugung bis zum Einzelhandel – unterrichtet, ebenso die zuständigen Öko-Kontrollstellen. Dank konsequenter Detektivarbeit können so Schwachstellen in Anbau, Lagerung und Transport von Bio-Lebensmitteln entdeckt und abgestellt werden. Mittlerweile umfasst der gemeinsame Datenpool des Monitorings rund 13.000 Probenergebnisse von Obst, Gemüse, Nüssen, Ölen etc.

## Transparent und verbindlich: Orientierungswert für Pestizide

Um die Qualitätssicherung in der Bio-Lebensmittelwirtschaft vom Feld bis ins Regal ständig zu verbessern, hat der BNN schon 2001 den BNN-Orientierungswert eingeführt: Jeder Rückstandsnachweis oberhalb von 0,01 Milligramm pro Kilogramm – das ist die gängige Nachweisgrenze der Labore und der Grenzwert für Babynahrung – löst eine Ursachenrecherche aus. Ergibt diese, dass gegen die EU-Öko-Verordnung verstoßen wurde oder gesetzliche Höchstmengen überschritten sind, muss die Ware zurückgerufen werden.

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



Konsequente Spurensuche durch akkreditierte Labore, hier GALAB Laboratories GmbH.



**UNSER HERZ SCHLÄGT FÜR MENSCHEN,  
DIE NATURKOST ANBAUEN, VEREDELN,  
HANDELN UND GENIESSEN.**

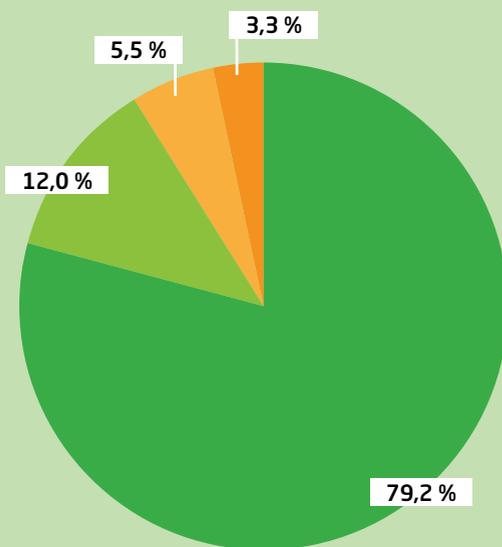
Wir stärken sie durch partnerschaftliches Handeln – für eine lebenswerte Zukunft. Seit 35 Jahren. Gut, dabei Teil einer starken Gemeinschaft zu sein. Danke BNN!

➔ [WWW.BODAN.DE](http://WWW.BODAN.DE)



## BNN-Monitoring für Obst und Gemüse im Naturkosthandel: 2022\*

Aktuelle Bilanz der Pestizidkontrollen



- ▲ keine Pestizide nachweisbar  
79,2 %
- ▲ Spuren unter oder gleich 0,01 mg/kg  
12,0 %
- ▲ Nachweise oberhalb des BNN-Orientierungswertes  
5,5 %
- ▲ im Ökolandbau zugelassene Pflanzenschutzmittel in zulässiger Menge  
3,3 %
- ▲ Nachweise oberhalb der gesetzlichen Höchstgehalte  
0,0 %

**660 Proben aus dem BNN-Monitoring für Obst & Gemüse im Naturkosthandel** (Untersuchungszeitraum Januar - Dezember 2022)

\* inklusive Phosphonsäure

# Stimmen und Bilder aus dem BNN-Monitoring



**Harald Rinklin** | Geschäftsführung Verkauf, Vertrieb & Marketing | Rinklin GmbH

„Wir sind von Anfang an dabei und sind seither begeistert davon, wie hier die ganze Branche zusammenarbeitet, um bestmöglich eine hohe Lebensmittelsicherheit für unsere Kundinnen und Kunden zu gewährleisten. Die zentrale Koordination der Probenziehungen in den teilnehmenden

Häusern und die Transparenz bei den Ergebnissen bringen allen Mitgliedern einen umfassenden Überblick über Rückstandsproblematiken im Markt. Für ein einzelnes Unternehmen wäre dies in dieser Qualität nicht finanzierbar.“

„Im BNN-Monitoring kommen wertvolles Wissen und Erfahrung zusammen und führen zu neuen Erkenntnissen, von denen alle profitieren, vor allem auch die Verbraucher\*innen. Als Beispiel hierfür dient der BNN-Orientierungswert für Pestizide. Damit konnte eine wichtige Lücke geschlossen werden, die die EU-Öko-Verordnung bislang nicht in ausreichender und praxistauglicher Weise regelt. Die ökologische Landwirtschaft ist Teil globaler Wechselwirkungen und steht ganz bewusst nicht für einen Anbau in einem hermetisch

abgeschlossen Raum. Weil es nicht zu 100 % vermeidbar ist, können also auch Bio-Produkte von Umweltbelastungen durch den intensiven, in der konventionellen Landwirtschaft noch immer praktizierten Einsatz von Pflanzenschutzmitteln betroffen sein. Hier bietet der BNN-Orientierungswert die Möglichkeit einer stimmigen Bewertungshilfe und hat sich inzwischen zu Recht über die Naturkostbranche und Landesgrenzen hinaus etabliert.“



**Robert Hasenhündl** | Leiter Qualitätssicherung | dennree GmbH



Eine Analyse-Aktion im BNN-Monitoring startet mit der Probenziehung, ob direkt beim Erzeuger, wie hier auf einer griechischen Orangenplantage, und/oder in Import und Großhandel. Schon 2009 war das Medieninteresse groß: So drehte das ZDF damals für eine Umweltreportage u. a. über das BNN-Monitoring.



Erst lächeln. Dann küssen.  
Auf 40 Jahre BNN anstoßen.  
Winade – mit Liebe gemacht.



winade.de

# LaSelva®

AZIENDA BIOAGRICOLA DAL 1980



## Congratulazioni!

Mit Leidenschaft für Genuss.

LaSelva steht für regional toskanische  
Bio-Produkte aber auch typisch  
italienische Bio-Spezialitäten.

[www.laselva.bio](http://www.laselva.bio)



Jetzt  
Mitglied  
werden!

## Ackerland in Bürgerhand!

BIO  
BODEN  
GENOSSENSCHAFT

[www.bioboden.de](http://www.bioboden.de)

**BERATUNG &  
MARKTFORSCHUNG**  
im Naturkostfachhandel

**Seit über 30 Jahren ...**

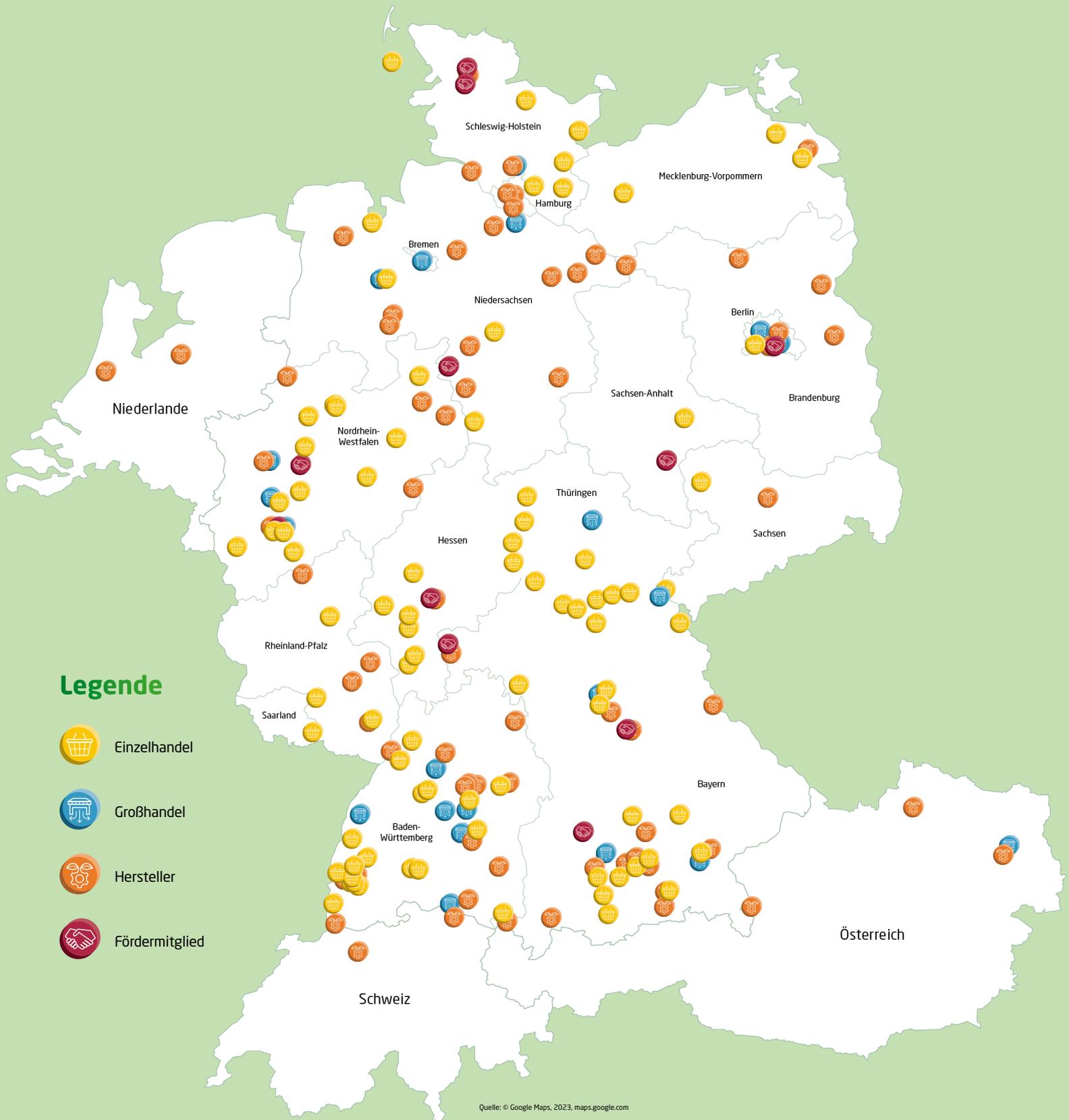
- Wirtschaftlichkeitsberatung & Coaching
- Erfahrungsaustausch (Erfa-Gruppen)
- Marktforschung (Umsatzbarometer, Betriebsvergleich, Branchenreport)

06232 651166   
info@braunklaus.de   
[www.braunklaus.de](http://www.braunklaus.de)



**Klaus Braun**  
Beratung

# Standorte der BNN-Mitgliedsunternehmen



Bundesverband  
Naturkost Naturwaren e.V.



Mehr Informationen  
und Standorte

## BNN in Zahlen

Im BNN sind aktuell 186 Bio-Unternehmen aus den Wertschöpfungsstufen Herstellung, Inverkehrbringer und Groß- und Einzelhandel organisiert.

Die Mitgliedsunternehmen bieten eine breite Vielfalt an ökologischen Lebensmitteln und Naturwaren: Von Backwaren, Molkereiprodukten und Getränken über Feinkost, Gewürze, Naturkosmetik und Wasch-, Putz-, Reinigungsmitteln bis zu Fleisch, Tofu- und Convenience-Produkten.

**186** 

Mitgliedsunternehmen

**72** 

Verarbeitungsunternehmen

**22** 

Großhandelsunternehmen

**81** 

Einzelhandelsunternehmen

mit ca. **360** Verkaufsstätten

**11** 

Fördermitglieder

**23.500**

Mitarbeiter\*innen der  
BNN-Mitgliedsunternehmen



davon mehr als **1.400** Auszubildende

**16** Mitarbeiter\*innen  
BNN-Geschäftsstelle

# QUALITÄT

Wer stellt die köstlichen Krunchys her? Die Barnhouse Bäcker. Im schönen Mühldorf in Oberbayern feilen sie unermüdlich an der herausragenden Qualität unserer Produkte.

Mit Leidenschaft und Liebe zum Produkt backen sie unsere Krunchys in bester Bio-Qualität und ausschließlich mit Hafer- & Dinkelflocken von den Feldern unserer regionalen Barnhouse Bäuerinnen und Bauern.



**barnhouse**

BIO SEIT 1979



SO GEHT  
BIO-KNUSPERMÜSLI!

# Die Mitglieder des BNN



Mehr Informationen auf unserer Webseite [www.n-bnn.de](http://www.n-bnn.de)



Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.