

## “Fachhandelstreue muss in beide Richtungen gehen”

**Die Firmen Allos Walter Lang GmbH und Tartex + Dr. Ritter GmbH verfolgen mit ihren Fachhandelsmarken eine klare Ausrichtung: Nur Bio-Märkte und Reformhäuser sollen beliefert werden. Wir fragten Allos-Geschäftsführerin Alice Fridum und Frank von Glan, Geschäftsführer von Allos und Tartex, nach den Beweggründen und wie sie die Fachhandelstreue kontrollieren wollen.**

**Das Gespräch führte Horst Fiedler.**



Standen Rede und Antwort beim BioHandel-Interview zum Thema Fachhandelstreue, Wettbewerb und Wessanen: Alice Fridum und Frank von Glan

**BioHandel:** Sie haben den Großhandel in einem Brief gebeten, die Marken Allos, Tartex und Dr. Ritter nur noch an reine Bio-Märkte und Reformhäuser zu liefern. Was hat Sie dazu bewogen, den selbstständigen LEH auszuschließen, obwohl die BNN-Richtlinie dies zulässt?

**Frank von Glan:** Die BNN-Richtlinie wird leider sehr unterschiedlich interpretiert. Wir wollen unsere klare Fachhandelsausrichtung fortsetzen. Deshalb schränken wir uns ein und verzichten auf mehrere 100.000 Euro Umsatz. Aber die Fachhandelstreue muss in beide Richtungen gehen: Von den Großhändlern erwarten wir, dass sie grundsätzlich auf Artikel verzichten, die im LEH zu finden sind.

**Alice Fridum:** Langfristig gesehen ist es für den Großhandel wichtig, dass er richtige Fachhandelsmarken hat. Die Abgrenzung zu LEH-Bio-Artikeln ist besonders in Ballungsräumen wichtig, wo der Verbraucher unter vielen Einkaufsstätten wählen kann.

**BioHandel:** Wie wollen Sie denn sicherstellen, dass Ihr Appell auch umgesetzt wird?

**Frank von Glan:** Wir können natürlich nicht quer durch die Republik die Polizei spielen, wenn sich jemand nicht an unsere Ausrichtung hält. Ich würde mir wünschen, dass die Großhändler, die ja auch vielfach verbunden sind,

untereinander mehr auf die Fachhandelsausrichtung achten. Es kann doch einem Großhändler nicht egal sein, wenn seine Naturkost-Eigenmarken im klassischen LEH stehen.

**BioHandel:** Und wie sieht es mit der Gegenleistung aus: Zwingt nicht letztlich der Verbraucher den Fachhandel, Marken wie Bio-Ritter Sport oder Bio-Köllnflocken zu listen? Welcher Großhändler oder Ladner schlägt gern Kundenwünsche aus?

**Frank von Glan:** Dann wären die Dämme gebrochen und wir müssten uns wieder neu ausrichten.

**BioHandel:** ... und mit der Marke Allos in den LEH gehen?

**Frank von Glan:** Diesen Wunsch von potenziellen Kunden schlagen wir seit Monaten aus. Denn wir würden als Marke im LEH untergehen. Wir haben Produkte, die erklärt werden müssen. Die bedürfen des Fachhandels. Wir brauchen uns gegenseitig.

**Alice Fridum:** Der LEH würde sich nur die Rosinen aus dem Sortiment picken. Hinzu käme der Preisdruck, dem wir mit unserem hohen Materialeinsatz nicht standhalten könnten.

**BioHandel:** Dennoch produzieren Sie auch für den LEH. Wie passt das zusammen? Sind das nicht dieselben Produkte?

**Alice Fridum:** Nur wo Maschinenkapazitäten frei sind, produzieren wir für Handelsmarken. Der Privat Label-Anteil ist in den letzten Jahren fast halbiert worden und kleiner als der Exportanteil.

**Frank von Glan:** Wessanen setzt auf die Marken und hat deshalb die letzten beiden Handelsmarkenbetriebe verkauft. Unsere LEH-Marken sind Bionor und ab Mai Whole Earth - mit eigenständigen Produkten, klar abgegrenzt von den Fachhandelsmarken Tartex und Allos. Mit der englischen Traditionsmarke Whole Earth, die auch im Premiumbereich anzusiedeln ist, wollen wir fünf Prozent der Umsätze erreichen.

**BioHandel:** Und was tun Sie einstweilen für die Fachhandelsmarken?

**Alice Fridum:** Die Fachhandelsmarken bleiben klar unser Schwerpunkt, mit Qualitätsverbesserungen, Neuprodukten, Verkaufsförderung und vor allem mehr Werbung. Für Allos arbeiten wir hier mit der Hochschule der Künste in Berlin an einem neuen Konzept.

**Frank von Glan:** Außerdem stocken wir unseren Außendienst auf und führen die Betreuung von Naturkost und Reformhaus zusammen. In kleineren Gebieten können wir dann mehr Service für die Händler bieten.

**BioHandel:** Sie sprachen vom Preisdruck im LEH. Auch im Fachhandel geht es verstärkt um Konditionen: Stichwort Einkaufsgemeinschaft. Würden Sie mit einer solchen Gemeinschaft über Preise verhandeln?

**Alice Fridum:** Wenn die Belieferung kostengünstiger ist, also Synergieeffekte entstehen, ja. Wenn sich an den Kosten nichts ändert, können wir auch nicht über Preise verhandeln.

**Frank von Glan:** Leistung und Gegenleistung müssen in einem vernünftigen Verhältnis stehen. Wo der Handelspartner Leistungen für die Marke erbringt, sind wir bereit, uns zu beteiligen.

**BioHandel:** Der Einstieg der Schwarz-Gruppe bei Basic hat deutlich gemacht, dass Konzerne nicht gut für das Image von Bio-Betrieben sind. Hat Allos ähnliche Probleme durch den Mutterkonzern Wessanen?

**Frank von Glan:** Tatsächlich gab es in letzter Zeit wiederholt Fragen von Naturkosteinzelhändlern zu Wessanen. Unsere Unternehmen gehören nun seit sieben Jahren zur Gruppe und wir haben uns in der Zeit gut entwickelt – mit allen Freiheiten in der lokalen Marktbearbeitung und für das Management vor Ort, aber auch positiven Synergien mit den europäischen Schwestergesellschaften. Wessanen ist ein Netzwerk von mittelständischen Firmen in Europa und den USA. Die Firmen sind im Foodbereich tätig mit Premium- und vor allem Bio-Produkten.

**BioHandel:** Und wer hält die Aktien?

**Frank von Glan:** Die Aktien sind im Streubesitz, niemand dominiert. Die holländische Triodos Bank, die mit einem großen Stand auf der BioFach vertreten war, hat Wessanen in seinen Nachhaltigkeitsfond aufgenommen. Bei Wessanen verbindet sich Engagement für Bioprodukte mit Professionalität und dem Zugang zum Kapitalmarkt. Ich frage lieber dort nach Geld für Investitionen als bei einer Bank – gerade in der heutigen Zeit.

**BioHandel:** Stichwort Investitionen: Die Allos Amaranth-Crunchys in Schachteln, die Sie kürzlich auf den Markt gebracht haben, waren wohl ein Flop?

**Frank von Glan:** Es war ein Versuch, ein internationales Produkt zu kreieren. Wir haben in Deutschland ein gründlich verbessertes Konzept seit der BioFach am Start.

**BioHandel:** Auffällig war auch, dass Sie süße Aufstriche erst mit einem hohen Fruchtanteil produzierten, nachdem ein Wettbewerber bereits damit auf dem Markt war. Wurde da eine Entwicklung verschlafen?

**Alice Fridum:** Nein. Wir waren bislang der Meinung, dass ein höherer Fruchtanteil bei Verwendung alternativer Süßungsmittel wie Agavendicksaft den Aufstrich zu sauer machen würde. Der Wettbewerb hat uns gezeigt, dass das Produkt dennoch Marktchancen hat, also haben wir es eingeführt, mit nochmals höherem Fruchtanteil. Wir können nicht immer die Ersten sein.

**BioHandel:** Wie beurteilen Sie denn den Wettbewerb im Fachhandel insgesamt?

**Frank von Glan:** Er hat stark zugenommen - unter den Anbietern und mit den Großhandelseigenmarken. Jeder macht quasi alles. Gleichzeitig ist im Hersteller/Händler-Verhältnis auch die heile Welt vorbei. Es werden klar

Machtpositionen ausgespielt, um einen größeren Teil vom Kuchen zu bekommen, wie im LEH. Ich denke aber, unsere Branche sollte auch mit gegenseitiger Fairness eine Alternative zum LEH bieten.

**BioHandel:** Wo sehen Sie die Branche in fünf Jahren?

**Frank von Glan:** Sie wird weiter wachsen. Handelsseitig vor allem über Bio-Supermärkte und authentische Hofläden. Aber bei den mittleren Größen braucht man ein klares Profil, sonst wird es einen Verlust der Mitte geben, wie in anderen Branchen. Innerhalb der Branche wird es sicher zu Veränderungen kommen über verstärkten Wettbewerb, Konzentrationsprozesse und die zweite Generation von Bio-Machern. Spätestens in fünf bis zehn Jahren werden wir ja einen Generationswechsel haben. Bei den Reformhäusern gibt es vereinzelt innovative Ansätze, aus denen hoffentlich ein gesamthafter Relaunch dieser Traditionsmarke wird.

**(Quelle: BioHandel 05/2008)**