

Zur wirtschaftlichen Situation des Bio-Fachhandels

2003 bis 2006

Quelle: Institut für Handelsforschung (IfH) Köln

Horst Hartmann
Dipl. Oec.

wob - potenzialmanagement ★★★★★

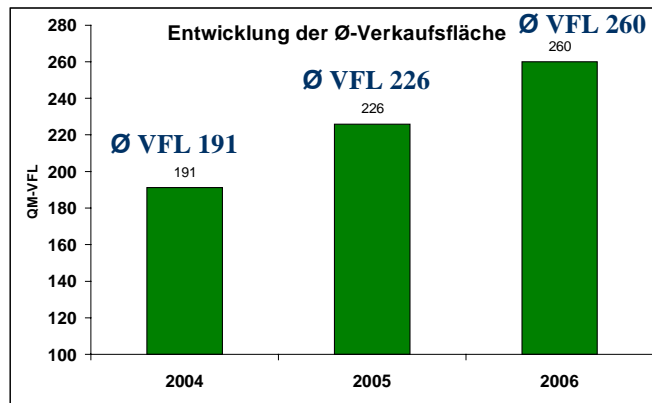
IfH-Köln - Datenkontinuität seit den 90ziger Jahren

- Drei Branchenberater konsolidieren die Jahresauswertungen der Geschäfte
- Teilnehmerbetriebe:
 - ERFA Teilnehmer – Beratungskunden
 - einzelne interessierte BVGL Teilnehmer
- Anzahl schwankend:
 - jährlich zwischen 140 und 115 Teilnehmerbetriebe
- Berechnung der Werte aus den IfH-Daten:
 - wob-Hartmann

wob - potenzialmanagement ★★★★★

Nutzen Sie Ihre Potenziale!

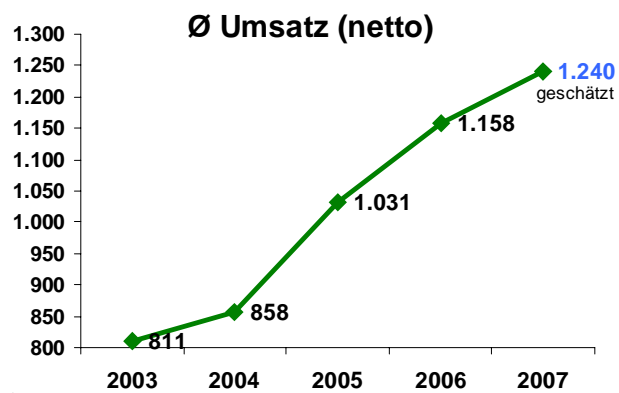
Wachstum der Ø Verkaufsflächen (VFL)



wob - potenzialmanagement ★★★★★

Nutzen Sie Ihre Potenziale!

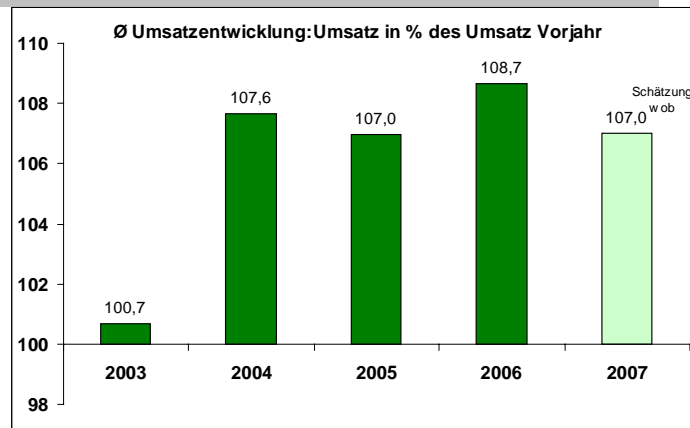
Wachstum des Ø-Umsatzes je Geschäft



Quelle: wob Hartmann www.wob-hartmann.de

wob - potenzialmanagement ★★★★★

Ø Wachstum in % zum Vorjahr



wob - potenzialmanagement ★★★★★

Gesamtvolumen des Biomarktes 2007

- Marktvolumen aller Vermarktungsformen:
5,4 Mrd. Euro (lt. - ZMP)
 - jährliches Wachstum im konventionellen LEH
15% bis 20% je nach Quelle
- Marktvolumen des Bio-Fachhandels
1,6 Mrd. Euro (lt. - wob)
 - jährliches Wachstum im Bio-Fachhandel
4 -10% je nach Quelle
- Anteil des Bio-Fachhandels ca. 30%

wob - potenzialmanagement ★★★★★

FAZIT:

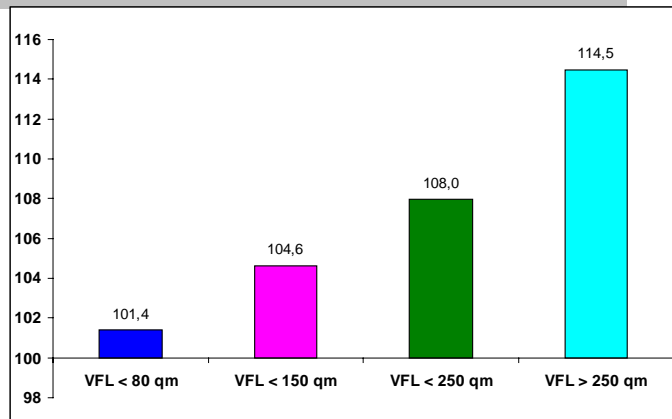
- Bio im Fachhandel wächst langsamer als Bio im konventionellen LEH
- Große Biomärkte wachsen schneller als mittlere Fachgeschäfte
- Kleine Fachgeschäfte stagnieren

Differenzierung der Daten:

- | nach Flächengrößen: | Ø Anzahl der Geschäfte: |
|---------------------|-------------------------|
| • VFL < 80 qm | • ca. 20 Geschäfte |
| • VFL < 150 qm | • ca. 35 Geschäfte |
| • VFL < 250 qm | • ca. 35 Geschäfte |
| • VFL > 250 qm | • ca. 40 Geschäfte |

Nutzen Sie Ihre Potenziale!

Ø Umsatzentwicklung 2004-2006 nach Verkaufsflächen



wob - potenzialmanagement ★★★★★

Nutzen Sie Ihre Potenziale!

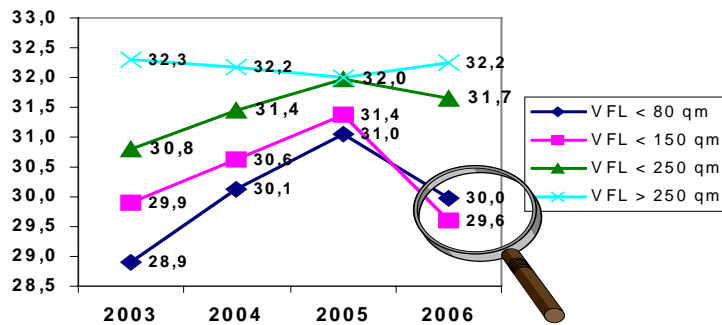
Fazit aus diversen Umsatzanalysen des wob- Fachhandelsbarometer seit 2000:

- Erfolgsfaktor 1:
 - große Verkaufsfläche VFL > 250 qm
 - hoher Warendruck - Vollsortiment
- Erfolgsfaktor 2:
 - kleine Verkaufsflächen VFL < 200 qm
 - marktgerechte Profilierung - Teilsortiment

wob - potenzialmanagement ★★★★★

Durchschnittliche Entwicklung der Spanne (Rohertrag in % vom Umsatz)

Spannenentwicklung in Flächengrößenklassen



Quelle: w ob Hartmann w w w .w ob-hartmann.de

wob - potenzialmanagement ★★★★★

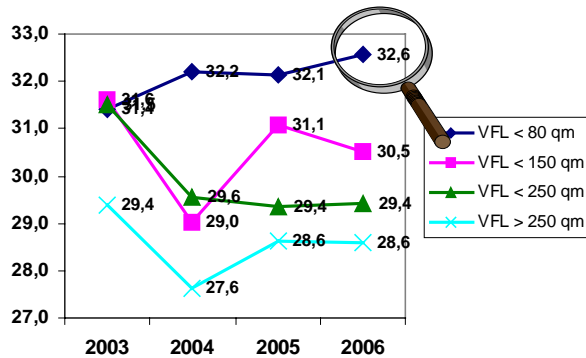
Fazit zur Spannenentwicklung

- Fachgeschäfte (VFL < 150 qm)
 - Die Spanne sinkt bedrohlich ab (29,6%)
 - Wettbewerb/schlechtere Konditionen
- Biomärkte (VFL > 250 qm)
 - Die Spanne hält sich auf wirtschaftlichem Niveau (32,2%)
- Grund: Das Bonussystem des Großhandels ist nach Gesamtjahresumsatz gestaffelt

wob - potenzialmanagement ★★★★★

Durchschnittliche Entwicklung der Gesamtkosten (Gesamtkosten in % vom Umsatz)

Kostenentwicklung in Flächengrößenklassen



Quelle: wob Hartmann w w w . wob-hartmann.de

wob - potenzialmanagement ★★★★★

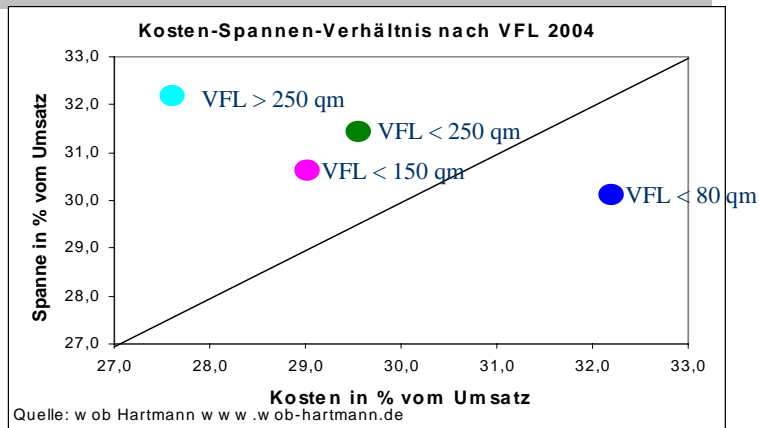
Fazit zur Gesamtkostenentwicklung

- Fachgeschäfte (VFL < 150 qm)
 - Gesamtkosten liegen mit 30 bis 32% relativ hoch und verursachen negative Ergebnisse
- Biomärkte (VFL > 250 qm)
 - Gesamtkosten liegen mit 28 bis 29% im wirtschaftlichen Rahmen und verursachen positive Ergebnisse
- Grund: Kostendegression bei höheren Umsätzen

wob - potenzialmanagement ★★★★★

Nutzen Sie Ihre Potenziale!

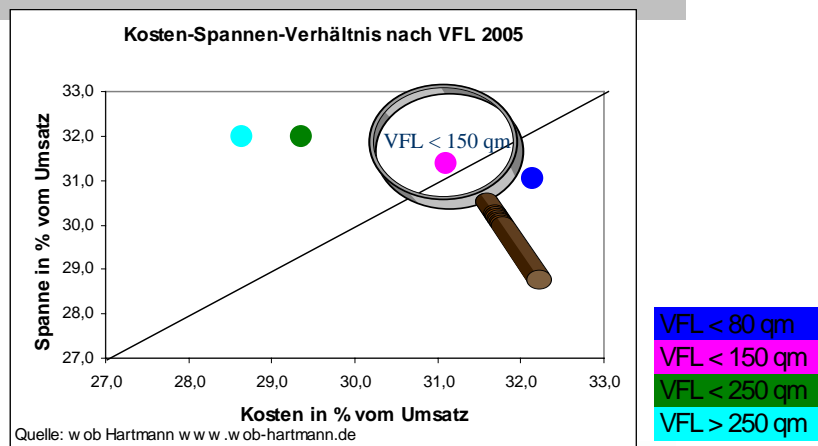
Kosten-Spannen-Ergebnisse 2004



wob - potenzialmanagement ★★★★★

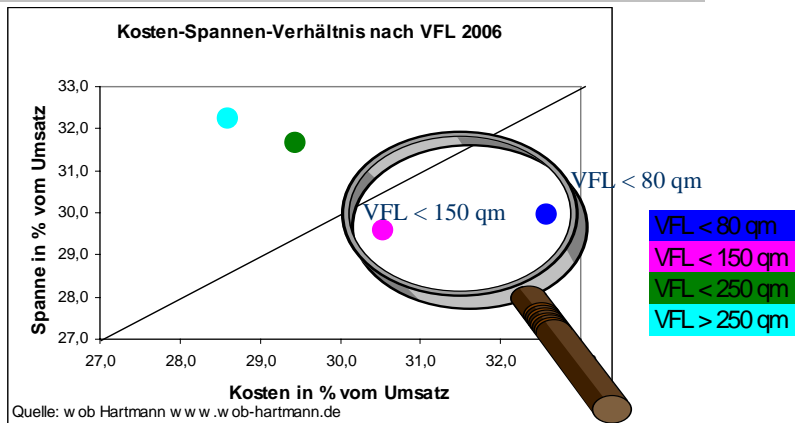
Nutzen Sie Ihre Potenziale!

Kosten-Spannen-Ergebnisse 2005



wob - potenzialmanagement ★★★★★

Kosten-Spannen-Ergebnisse 2006



wob - potenzialmanagement ★★★★★

Fazit zur Rentabilität

- Fachgeschäfte (VFL < 150 qm)
 - negative Ergebnisse verhindern Entwicklungsmöglichkeiten
 - Keine Kapaldienstfähigkeit
- Biomärkte (VFL > 250 qm)
 - positive Ergebnisse erlauben Entwicklungsmöglichkeiten und Kapaldienstfähigkeit
- Grund: Bonussystem und Kostendegression

wob - potenzialmanagement ★★★★★

Ideen zum Umdenken

- Die „Artenvielfalt“ ist ökologisch und menschengemäß
- Innovation und Spezialistentum war stets eine Chance von KMU
- Der Premium Fachhandel belebt in allen Branchen die Handelslandschaft

Ideen zum Umdenken

- Spezialisten benötigen mehr Ertrag (Bonus)
- Spezialisierung auf Teilsegment = Profilierung!
- Möglichkeit: Differenzierung des Bonussystem
 - z.B. Sonderbonus auf Mopro und Käseumsatz
 - z.B. Sonderbonus auf Weinhandel
 - z.B. Sonderbonus auf O+G

Ideen zum Umdenken

- Vorteil:
 - auch kleinere Fachgeschäfte könnten wieder rentabler arbeiten
 - das Bonussystem begünstigt wieder qualitatives Wachstum (Premium Fachhandel)
 - Die „Artenvielfalt“ der Handelslandschaft wird gefördert

Ideen zum Umdenken

- Anforderungen an ein Handelsbündnis:
 - NEUE Wege der Bonusgestaltung entwickeln!
 - Warenströme (Logistik) optimieren!
 - Top Einkaufskonditionen für den „Bio-Premium-Fachhandel“

Nutzen Sie Ihre Potenziale

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**

www.wob-hartmann.de

wob - potenzialmanagement ★★★★★