

Anhang zu Teil I, Kap. 5.1**Verhaltenskodex zum Handel mit Knospe-Produkten**

Verabschiedet an der Delegiertenversammlung vom 18.4.2012.

1. Selbstverständnis, Ziele und Anwendungsbereich

Selbstverständnis	Die Knospe-Produzenten, Knospe-Verarbeitungsbetriebe und Knospe-Händler sowie die Konsumenten von Knospe-Produkten tragen zu einer Entwicklung in Richtung der Vision des Bio Suisse Leitbildes ¹ bei. Die Knospe-Marktpartner übernehmen gemeinsam die Verantwortung für einen fairen, qualitätsorientierten Handel mit Knospe-Produkten in der Schweiz.
Ziele	Dieser Verhaltenskodex fördert einen Prozess unter den Knospe-Marktpartnern: Sie konkretisieren diesen Kodex in regelmässigen Gesprächsrunden, an denen auch Konsumentenvertreter teilnehmen. Damit schaffen sie konkrete faire Rahmenbedingungen für das Tagesgeschäft im Handel mit Knospe-Produkten.
Anwendungsbereich	Der Verhaltenskodex ist für Knospe-Betriebe und Lizenznehmer in der Schweiz verbindlich. Diese sind aufgefordert, Anstrengungen zu unternehmen, alle Bio-Akteure in der Schweiz mit einzubinden.

2. Leitlinien**2.1 Zusammenarbeit und Vertragsaushandlungen**

Gemeinsames Wachstum	Die Knospe-Marktpartner kooperieren im Interesse eines wachsenden Knospe-Marktes und einer wachsenden Knospe-Anbaufläche in der Schweiz.
Offene und konstruktive Gesprächskultur	Die Lieferanten und Abnehmer zielen in bilateralen Preis- und Vertragsverhandlungen und in den Gesprächsrunden auf eine offene und konstruktive Gesprächskultur, sowie auf die Wertschätzung der Leistungen des Gegenübers ab.
Langfristige Handelsbeziehungen	Die Knospe-Marktpartner haben das Ziel, eine langfristige, vertrauensvolle, verlässliche und respektvolle Zusammenarbeit zu pflegen. Eine Abnahmeentscheidung wird nicht allein nach dem niedrigsten Preis und eine Lieferentscheidung nicht allein nach dem höchsten Preis getroffen, sondern die Erfüllung der hier aufgeführten Grundsätze werden bei der Entscheidung berücksichtigt.

¹ «Wir bewohnen einen nachhaltigen, bäuerlich geprägten landwirtschaftlichen Lebensraum für Mensch, Tier, Pflanze und Umwelt. Im Bioland Schweiz steht ein ganzheitlicher Landbau im Zentrum, der über Generationen lebensfähig ist und authentische und gesunde Produkte erzeugt, die den Konsumierenden Geschmack und Genuss bieten.»

Transparenz ²	Die Knospe-Marktpartner setzen sich für transparente Bedingungen im Handel ein. Dazu gehört beispielsweise, dass der persönliche Kontakt mit Abnehmern und Lieferanten gepflegt wird. Die Knospe-Marktpartner streben an, gegenüber ihren Lieferanten bzw. Abnehmern oder ggf. stufenübergreifend, unter Gewährleistung der Vertraulichkeit, Rechenschaft über die Grundlagen ihrer Preiskalkulationen abzulegen.
Mengenplanung ²	Die Knospe-Marktpartner tragen dazu bei, mit ihren Lieferanten bzw. Abnehmern bilateral eine Mengen- und Absatzplanung durchzuführen. Sie streben ausgeglichene Märkte an und unterstützen Bio Suisse bei Aktivitäten zur Schaffung von mehr Markttransparenz.
Umgang mit Risiko ²	Die Knospe-Marktpartner sprechen mit ihren Lieferanten bzw. Abnehmern im Vorfeld ab, wie sie sich bei Qualitätsproblemen und bei unvorhergesehenen, nicht versicherbaren, naturgegebenen Ernteausfällen verhalten sowie bei nicht vorhersehbaren sehr starken Preis- oder Mengenschwankungen (z. B. Abnahmegarantie oder Lieferverpflichtung einer bestimmten Menge).

2.2 Faire Preisbildung

Gerechte Preisgestaltung ²	Für die Knospe-Marktpartner stehen beim Umgang mit ihren Lieferanten und Abnehmern eine partnerschaftliche Preisgestaltung und eine gute bilaterale und stufenübergreifende Zusammenarbeit im Vordergrund. Daher haben sie eine hohe Bereitschaft zur Kommunikation und zur Lösungsfindung. Dies kommt beispielsweise in schwierigen Marktsituationen zum Tragen, wenn unerwartet starke Preis- und Mengenschwankungen zum Diktieren von Preisen führen können, oder auch, wenn neue Produkte lanciert oder neue Marktsegmente erschlossen werden sollen.
Fairer Preis ²	Ziel ist, dass Preise bilateral einvernehmlich zwischen den Partnern festgelegt werden. Falls unverbindliche Richtpreise ausgehandelt worden sind, gelten diese als Orientierungsgrösse für einen fairen Preis. Bei ausgeglichenen Marktverhältnissen sollen die fairen Preise jedem Knospe-Marktpartner eine positive Entwicklungsmöglichkeit gewährleisten. Dieser Begriff schliesst die Deckung der Produktionskosten, die Erzielung angemessener Einkommen und die Realisierung einer normalen Investitionsmarge ein.
Effizientes Arbeiten	Alle Knospe-Marktpartner setzen sich dafür ein, regelmässig die Effizienz auf ihrer Produktions- bzw. Handelsstufe zu verbessern, und machen Verbesserungen für ihre Partner transparent nachvollziehbar. Gemeinsames Ziel ist die Förderung der Produktion und des Absatzes von Knospe-Produkten unter nachhaltigen Bedingungen.
Kommunikation	Alle Knospe-Marktpartner streben an, die Mehrleistungen der Knospe-Produkte effektiv den Konsumenten zu kommunizieren und tragen damit zu deren Bereitschaft bei, die höheren Kosten für die hohe Knospe-Qualität mitzutragen.

² Hier sind keinesfalls Preis- und Mengenabsprachen zwischen Konkurrenten gemeint. Solche sind nicht legal und werden von Bio Suisse nicht unterstützt. Kein Marktpartner ist an Richtpreise gebunden.

2.3 Qualitätsorientierung

Qualitätssicherung und
Qualitätsorientierung

Es erfolgt ein konstruktiver Austausch für eine gemeinsame Qualitätssicherung und Weiterentwicklung bestehender Qualitätsnormen. Alle Knospe-Marktpartner streben eine hohe Produktqualität an.

2.4 Gesellschaftliches und Umweltengagement

Gesellschaftliches
Engagement

Die Knospe-Marktpartner engagieren sich im Rahmen ihrer Möglichkeiten in ihrer Region für nachhaltige Projekte und kommunizieren dabei die Werte der Knospe. Sie ergreifen Weiterbildungsmaßnahmen für sich selbst und ihre Angestellten und sind aufgeschlossen für Kooperationen, die anderen Unternehmern eine Umstellung auf den Biolandbau erleichtern.

Umweltengagement

Die Knospe-Marktpartner erklären sich bereit, langfristig den Umweltstandard ihres Betriebes oder Unternehmens zu verbessern. Sie verzichten darauf, Marktvorteile auf Kosten der Umwelt zu erzielen.

Begriffsdefinitionen:

Knospe-Marktpartner: Knospe-Landwirte, Lizenznehmer und Markennutzer. Gemeint sind aber nicht Konkurrenten auf derselben (horizontalen) Handelsstufe.

Stufenübergreifend: bezieht sich ausschliesslich auf die vertikalen Wertschöpfungsstufen: Bauer, Verarbeiter, Händler etc.