



# bio-siegel report

AKTUELL



Neue Finanzmittel für den Ökolandbau

## Mehr Bio aus Deutschland

Die Ziele von Politik und Bio-Branche stimmen überein: Beide wollen, dass die wachsende Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln vor allem mit heimischen Erzeugnissen gedeckt wird.

Saisonale und regionale Produkte können die Vorteile des Ökolandbaus für Verbraucher, Umwelt und regionale Entwicklung optimal ausgeschöpft werden. Bund und Länder wollen nach einem Beschluss des Planungsausschusses für Agrarstruktur und Küstenschutz (PLANAK) daher alle Prämien für Agrarumweltmaßnahmen und damit auch für den ökologischen Landbau auf den Prüfstand stellen. Ziel ist es, deutschen Landwirten einen möglichst vollständigen Ausgleich für höhere Kosten und Einkommensnachteile bei Teilnahme an einem Agrarumweltprogramm zu gewährleisten. Durch die Anpassung der

Fortsetzung auf S. 2

## EDITORIAL

Liebe Leser,

Branche und Politik haben spät erkannt, dass der Bio-Markt auf eine Versorgungslücke zusteuert. Jetzt, da das konventionelle Preisniveau für Agrarrohstoffe die Bio-Intensivproduktion wirtschaftlich wieder attraktiv macht, fällt es umso schwerer, die in den meisten Bundesländern gänzlich fehlenden Umstellungsjahrgänge 2004 bis 2006 auszugleichen. Für die Branche wird der Import von Bio-Produkten aus dem Ausland zur existenziellen Gratwande-

lung. Schließlich erwarten die Verbraucher Bio-Waren aus der Region – oder zumindest aus deutschen Landen. Daher bedarf es jetzt einer konzertierten Aktion aus Politik, Verwaltung und ökologischer Lebensmittelwirtschaft. Als zentrale Maßnahme und entscheidende Starthilfe für den Einstieg in den zukunftsträchtigen Bio-Markt sollten die Umstellungsprämien spürbar erhöht werden. Die Bundesländer können nur dazu aufgerufen wer-

den, beherzt dem Beispiel Bayerns und Niedersachsens zu folgen. Auch der angekündigte Brandenburger Landesaktionsplan Ökolandbau hat Vorbildcharakter.

Michael Wimmer  
Geschäftsführer Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) e.V.



Fortsetzung von S. 1

Umstellungs- und Beibehaltungsprämien soll die Bereitschaft, auf biologische Bewirtschaftung umzusteigen, erhöht werden.

Vor dem Hintergrund gestiegener Erzeugerpreise bieten die derzeitigen Prämien immer weniger Anreiz zum Einstieg in den boomenden Bio-Markt. Die Fortführung des Bundesprogramms Ökologischer Landbau auf dem bisherigen finanziellen Niveau in Höhe von 16 Millionen Euro soll der Branche einen zusätzlichen Schub geben. Die Mit-

tel sollen verstärkt für nachhaltige Forschungs- und Entwicklungsvorhaben genutzt werden. Darüber hinaus appellierte Dr. Gerd Müller, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), am Rande der diesjährigen Bio-Fach an die Länder, die Umstellungen auf den Ökolandbau ausreichend zu unterstützen – und dem Positivbeispiel Bayerns zu folgen. Als erstes Bundesland hatte der Freistaat

im Februar angekündigt, umstellungswilligen Bauern ab 2009 während der schwierigen ersten zwei Jahre der Übergangsphase die Öko-Prämie von 190 auf 300 Euro pro Hektar Land zu erhöhen. Insgesamt stockt das Münchner Landwirtschaftsministerium die Mittel für den Ökolandbau von 27 Millionen auf 31 Millionen Euro auf. Im April folgte Niedersachsen. Landwirtschaftsminister Hans-Heinrich Ehlen kündigte an, die Öko-Prämie mit sofortiger Wirkung in den ersten beiden Umstellungsjahren von 137 auf 262 Euro zu steigern. Die Anhebung ist zunächst auf zwei Jahre befristet.

## EINFACH NÄHER DRAN

### Für Bio-Produkte aus heimischem Anbau sprechen viele Argumente:

- Frisch vom Feld auf den Teller: Regional und saisonal erzeugte Spezialitäten aus ökologischem Anbau schmecken besonders aromatisch – und sind ein gutes Stück heimischer Natur
- Ein weiteres Plus: Durch schonende Produktionsverfahren und kurze Transportwege weisen Bio-Waren aus der Region eine positive Klimabilanz auf. Das schont die Umwelt – und ist gut für zukünftige Generationen
- Ob Obst, Fleisch oder Milchprodukte: Das deutsche Kontroll- und Zertifizierungswesen ist sehr anspruchsvoll – und sorgt für hohe Qualitätsstandards
- Transparenz und Fairness – diese Werte sind für viele deutsche Bio-Hersteller besonders wichtig. Jüngstes Beispiel: Im Verein „Bestes Bio – Fair für alle“ machen sich Bio-Produzenten für Transparenz, Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit stark

### VERBÄNDE FÜR HÖHERE PRÄMIEN

Die Bio-Verbände begrüßen, dass Bayern und Niedersachsen den Empfehlungen des Bundes folgten. Gleichzeitig fordern sie, Landwirten weitere Anreize bei der Umstellung zu geben. „Dass die Chancen des Bio-Marktes von konventionell bewirtschafteten Betrieben so wenig wahrgenommen werden, liegt wesentlich an einer zu geringen Ausstattung der Umstellungsprogramme“, so Felix Prinz zu Löwenstein, Vorstandsvorsitzender des Bundes Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW). Bioland-Präsident Thomas Dosch forderte auf der BioFach: „Wir brauchen mehr Bauern, die die Chance nutzen wollen.“ Dosch befürchtet, dass sonst die Bio-Erzeugung ins Ausland abwandert.

Gerade dies dürfte den deutschen Bio-Verbrauchern nicht gefallen. Schließlich ermöglicht die regionale und saisonale Erzeugung nicht nur beste Qualität – sondern auch größtmöglichen Nutzen für die regionale Entwicklung sowie den heimischen Natur-, Tier- und Umweltschutz.



Die BIOSpitzenköche **Jürgen Piquardt** und **Jürgen Andruschkewitsch** auf der BioFach

BIOSpitzenköche mit eigenem Messe-Restaurant

# BioFach weiter auf Erfolgskurs

Von Wein über Olivenöl bis hin zu Fleischspezialitäten aus regionaler Erzeugung – die diesjährige BioFach, die vom 21. bis 24. Februar 2008 in Nürnberg stattfand, bot innovative Bio-Produkte in Hülle und Fülle. Zum zweiten Mal war die Naturkosmetik- und Wellnessfachmesse Vivaness Teil des Ausstellungsprogramms.

Die Veranstalter von BioFach und Vivaness meldeten einen neuen Besucherrekord. Exakt 46.484 Fachbesucher waren auf der weltweit größten Fachmesse für Bio-Produkte zu Gast. Eine weitere Rekordzahl: Mit 2.764 Ausstellern präsentierten sich so viele Bio-Hersteller wie noch nie. Der große Andrang belegt, dass immer mehr Erzeuger, Verarbeiter und Händler den internationalen Branchentreff nutzen, um Kontakte zu knüpfen und sich aus erster Hand über den dynamisch wachsenden Bio-Markt sowie die Vielzahl neuer Produkte zu informieren. Partnerregion der Ausstellung

war in diesem Jahr Afrika. Der African Pavilion wurde zum viel besuchten Zuschauermagneten. Ebenfalls beliebt war der Stand der BIOSpitzenköche, die das Fachpublikum in der gläsernen Küche ihres ersten gemeinsamen Restaurants mit lukullischen Genüssen in bester Bio-Qualität verwöhnten. Premiere hatte in diesem Jahr die Weinhalle mit Erlebnisbereichen und Geschmacksparcours. Mit 347 Ausstellern, die qualitativ hochwertige Bio-Weine aus 23 Nationen präsentierten, ist die BioFach nun gleichzeitig auch die größte Bio-Weinfachmesse der Welt.

## Bio-Umsatz stieg um 15 Prozent

Im Jahr 2007 wuchs der Umsatz der Bio-Branche in Deutschland nach vorläufiger Schätzung der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) um 18,7 Prozent auf mehr als 5,5 Milliarden Euro. Damit belegt der deutsche Bio-Markt im weltweiten Vergleich hinter dem US-amerikanischen Bio-Markt Platz zwei. Auch für das laufende Jahr rechnet die ZMP mit zweistelligen Wachstumsraten. Experten schätzen, dass die Bio-Branche in Deutschland ihr Umsatzvolumen bis 2010 auf acht Milliarden Euro sowie den Anteil am Gesamtlebens-

mittelmarkt von drei auf sechs Prozent steigern könnte. 2007 landete nach einer Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bereits in 90 Prozent aller deutschen Haushalte mindestens einmal pro Jahr ein Bio-Produkt im Einkaufskorb. In zehn Prozent der Haushalte werden regelmäßig Bio-Produkte konsumiert. Im Gegensatz zur steigenden Nachfrage steht nach wie vor das mangelnde Angebot an heimischen Bio-Waren. So wird bereits jetzt mehr als die Hälfte des in Deutschland verkauften Bio-Gemüses importiert – Tendenz steigend.

Siegel für klimaneutrale Bio-Produkte

# Klimaschutz beim Bio-Einkauf

Zum ersten Mal hat der TÜV Nord im Rahmen der Handelsmesse Fruit Logistica, die vom 7. bis 9. Februar 2008 in Berlin stattfand, Bio-Waren als klimaneutral zertifiziert. Ausgezeichnet wurden verschiedene Obst- und Gemüsesorten des niederländischen Bio-Unternehmens Eosta.

Die Produkte, darunter Äpfel aus Argentinien, Orangen aus Ägypten und Strauchtomaten aus den Niederlanden, dürfen für zunächst

ein Jahr das Prädikat „Climate Neutral Product“ tragen. Um das TÜV Nord-Siegel zu erhalten, muss das Unternehmen alle bei Erzeugung und Transport der Produkte entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensieren. Dies erfolgt entweder durch den Kauf von Klimaschutzzertifikaten oder durch Investitionen in Klimaschutzprojekte. Die Ausgleichszahlungen werden auf der Basis eines speziellen – ebenfalls TÜV Nord-zertifizierten – Rechenmodells kalkuliert. Das Verfahren umfasst die Überprüfung des Treibhausgas-„Fußabdrucks“, also der spezifischen Treibhausgasemissionen eines Produkts vom Anbau über die Weiterverarbeitung bis hin zum Transport. Anschließend sorgt Eosta dafür, dass die so berechnete Menge an Emissionen durch den Ankauf einer entsprechenden Zahl von Emissionszertifikaten ausgeglichen werden kann.

Auf Grundlage eines ähnlichen Verfahrens bietet der Bio-Importeur Biotropic GmbH bereits seit Oktober vergangenen Jahres klimaneutrale Bananen an. Diese sind mit dem „Stop Climate Change“-Siegel ausgezeichnet, das von der AGRA-TEC Agrar- und Umwelttechnik GmbH – ein neues Spin-off-Unternehmen der Universität Göttingen – vergeben wird.



## Mehr Bio in Schulen und Kitas

Das Ziel, Bio-Lebensmittel in die Verpflegungspläne von Schulen und Kindergärten zu integrieren, ist realisierbar – muss aber gut geplant werden. So lautet das Fazit des Ratgebers „Mehr Bio ist machbar – Zur Außer-Haus-Verpflegung an Schulen und Kindertagesstätten“, der auf der Website [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de) bestellbar ist. Autoren der Broschüre sind Projektbearbeiter, die an der Durchführung von vier modellhaften Umstellungskonzepten im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau beteiligt waren. Sie erläutern, wie sich die Umstellung auf den Arbeitsalltag und die Budgetplanung auswirkt. Außerdem beschreiben die Autoren, wie viel Engagement und Flexibilität des Personals notwendig ist. Zusätzlich werden Maßnahmen für die Öffentlichkeitsarbeit und pädagogische Aspekte vorgestellt.

➔ [www.oekolandbau.de/service/informationmaterialien](http://www.oekolandbau.de/service/informationmaterialien)

## Bio-Welle erreicht Betriebskantinen

Rund ein Viertel der deutschen Betriebskantinen hat in den vergangenen drei Jahren eine eigene Bio-Linie aufgebaut. Dies ist das Ergebnis einer Untersuchung des Marktforschungsinstituts Synovate. Etwa 62 Prozent der rund 30.000 Kantinen in Unternehmen und Behörden bieten zumindest teilweise ökologisch erzeugte Produkte an. Etwas weniger verbreitet sind Bio-Lebensmittel in den rund 16.000 Krankenhaus- und Altenheimkantinen. „Eine Betriebskantine hat täglich die gleichen Gäste, die nach Abwechslung verlangen“, begründet Wolfgang Irrgang, Autor der Studie, den Unterschied. In Krankenhäusern und Altenheimen sei die Nachfrage der Kunden nach einem abwechslungsreichen Speiseplan dagegen geringer ausgeprägt. Nach Angaben der CMA Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH werden in deutschen Kantinen pro Jahr insgesamt rund 2,24 Milliarden Essen ausgegeben.



**Elke Röder**, Geschäftsführerin des BNN Herstellung und Handel. In dieser Funktion vertritt sie die Interessen der Branche in Wirtschaft und Politik und steht in engem Kontakt mit Bio-Großhändlern und -Filialisten.

**Harald Wurm**, geschäftsführendes Vorstandsmitglied des BNN Einzelhandel, der Interessenvertretung für deutsche Naturkostfachgeschäfte

Deutsche Bio-Produkte im Handel

# Bio braucht Verlässlichkeit

Der deutsche Bio-Markt wuchs allein 2007 um rund 15 Prozent. Der Handel deckt die steigende Nachfrage zu einem großen Teil durch Importwaren ab – während die Produktionszahlen der heimischen Bio-Branche hinter dem zurückliegen, was der Markt aufnehmen könnte. Die Handelsexperten Harald Wurm und Elke Röder von den Bundesverbänden Naturkost Naturwaren (BNN) beleuchten die aktuelle Entwicklung aus Verbraucher-, Einzelhandels- und Großhandelssicht – und zeigen Wege zu einer Stärkung der Bio-Produktion in Deutschland auf.

**REGIONALITÄT UND SAISONALITÄT GEHÖREN ZU DEN GRUNDSÄTZEN DES ÖKOLANDBAUS. UM DIE NACHFRAGE ZU DECKEN, MÜSSEN JEDOCH AUCH FACHHÄNDLER AUF IMPORTE ZURÜCKGREIFEN. WIE REAGIEREN DIE VERBRAUCHER?**

**Harald Wurm:** Bio-Fachhändler genießen gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH) einen Vertrauensvorsprung. Dies liegt daran, dass inhabergeführte Fachgeschäfte näher am Kunden sind – und besseren Beratungsservice bieten. Bewusste Bio-Käufer stehen vor allem Importwaren von Discountern skeptisch gegenüber.

**BEI WELCHEN PRODUKTEN LEGEN DEUTSCHE VERBRAUCHER GESTEIGERTEN WERT AUF REGIONALE HERKUNFT?**

**Harald Wurm:** Regionale Herkunft wird insbesondere bei saisonalen Erzeugnissen geschätzt. Die Kunden haben zumeist ein gutes Wissen über die saisonalen Reifestände – und wissen, dass bei uns zu Ostern weder Pflaumen noch Erdbeeren wachsen. Dies sorgt für eine klare Erwartungshaltung. Insgesamt stelle ich fest, dass das Etikett „regional“ in der Verbraucherwahrnehmung mindestens ebenso hoch im Kurs steht wie der Begriff „bio“.

**GERADE KLEINERE BIO-LÄDEN PROFILIEREN SICH ÜBER DIE HOHE QUALITÄT REGIONALER WAREN. WIE KÖNNEN SIE EIN AUSREICHENDES ANGEBOT AN HEIMISCHEN ERZEUGNISSEN GEWÄHRLEISTEN?**

**Harald Wurm:** Langfristig gewachsene Lieferbeziehungen mit Großhändlern und Erzeugern aus der Region sind die besten Mittel, um eine breite Palette heimischer Bio-Waren anbieten zu können. Dabei

gilt: Wer auch in Phasen gelegentlicher Preisschwankungen zu seinem Lieferanten steht, hat im Endeffekt die besseren Karten.

**WELCHE WEICHEN MÜSSEN GESTELLT WERDEN, UM DIE BIO-PRODUKTION IN DEUTSCHLAND ZU ERHÖHEN?**

**Elke Röder:** Bio-Landwirtschaft braucht verlässliche Rahmenbedingungen. Leider haben die Bundesländer in den vergangenen Jahren die Öko-Prämien gekürzt. Dies hat die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Bio-Landwirtschaft nachhaltig geschwächt. Nachdem 2006 die Umstellungsrate einen Tiefststand erreicht hatte, steigt sie inzwischen wieder an. Doch: Angesichts rasant steigender Weltmarktpreise für konventionelle Rohstoffe reichen die Prämien nicht aus. Aus diesem Grund zögern viele Bauern trotz günstiger Marktaussichten mit einer Betriebsumstellung.

**WIE BEURTEILEN SIE DIE ZUKÜNFTIGE ENTWICKLUNG?**

**Elke Röder:** Die Rohstoffverteuerungen bei konventionell und ökologisch erzeugten Waren wurden bislang nur in geringem Maße an die Verbraucher weitergereicht. Sollte dies geschehen, lehrt die Erfahrung, dass Preissteigerungen bei konventionell erzeugten Produkten auf einem deutlich niedrigeren Niveau als im Bio-Bereich stattfinden. Die Reaktion der Kunden ist schwer vorhersehbar, da Preiselastizitäten – also die Bereitschaft der Verbraucher, Preisänderungen mitzumachen – im Bio-Segment bislang nicht ausreichend erforscht sind. Klar ist auf jeden Fall: Je weiter die Preisschere zwischen konventionellen und Bio-Produkten auseinanderklafft, desto wahrscheinlicher ist die Rückkehr der Kunden zur konventionellen Alternative. Daher warne ich vor sprunghaften Preissteigerungen. Händler und Verarbeiter müssen in einer Preissteigerungsphase intensiv die Rentabilität von Produkten beobachten – insbesondere dann, wenn ihre Abnehmer langfristige Verträge schließen möchten. Zusätzlich sollten sie versuchen, die „Preisschmerzgrenze“ ihrer Kunden richtig einzuschätzen.

**WAS RATEN SIE NEUEINSTEIGERN?**

**Elke Röder:** Die aktuelle Situation macht Neueinstiege schwer, da sich Rohstoffbeschaffung, Rentabilität und Absatz derzeit nur schwer einschätzen lassen. Anzeichen für eine Entspannung sehe ich keine – es sei denn, die deutsche Politik sagt klar und deutlich „Ja!“ zum Ökolandbau und seinen Vorteilen für Klima- und Umweltschutz.

Unterstützung von Informations- und Absatzförderung

# Die richtige Bühne für Bio-Produkte

Der Wille, sich durch die Ernährung etwas Gutes zu tun, dominiert das Einkaufsverhalten der Verbraucher immer stärker. Der Trend zu gesundem Essen ist für Erzeuger, Händler und Verarbeiter der Bio-Branche ein idealer Ansatzpunkt, um ihre Waren auf dem Lebensmittelmarkt gewinnbringend zu platzieren.

Seit 2005 unterstützt das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) informations- und absatzfördernde Maßnahmen, bei denen die Besonderheiten der ökologischen Erzeugnisse im Fokus stehen. Seit 1. Januar 2008 ist die neu überarbeitete Richtlinie gültig.

Ob Verkostungsaktionen, Veranstaltungen wie Stadtfeste oder der Druck von Informationsmaterialien: Förderfähig sind weiterhin alle Maßnahmen, die über die Besonderheiten

des Ökolandbaus informieren und den Verbrauchern Lust auf Bio-Produkte machen. Projektvorschläge können Vereine, Stiftungen, Verbände sowie Erzeuger (Gemeinschaften), (Groß-)Händler, Handelsunternehmen oder Gruppen von Verarbeitern, die in Deutschland eine Niederlassung haben, einreichen. Absatzfördermaßnahmen können ab einem Projektgesamtvolumen von 50.000 Euro bis zur Hälfte der zuwendungsfähigen Gesamtausgaben gefördert

werden. Projekte, die den Absatz von verarbeiteten Produkten steigern sollen, unterliegen fortan einer Förderhöchstgrenze von 200.000 Euro innerhalb von drei Steuerjahren („De-minimis-Beihilfen“).

Weitere Informationen zur Förderung finden Interessenten auf der Internetseite:

➔ [www.bundesprogramm.de/massnahmen/foerderrichtlinien](http://www.bundesprogramm.de/massnahmen/foerderrichtlinien)

## 100 Argumente für den Ökolandbau

Auf ökologisch bewirtschafteten Flächen sind 85 Prozent mehr Pflanzenarten, ein Drittel mehr Fledermäuse, 17 Prozent mehr Spinnen und fünf Prozent mehr Vogelarten anzutreffen. Darüber hinaus ist der Ökolandbau multifunktional: Denn neben der Lebensmittelerzeugung übernehmen Bio-Bauern auch gesamtgesellschaftliche Aufgaben wie zum Beispiel die Pflege und den Erhalt von Kulturlandschaften. Diese und weitere gute Gründe für den Ökolandbau listet Bioland e. V. in der sechsten, komplett überarbeiteten Auflage des Ratgebers „Starke Argumente für BIO“ auf. In der 24-seitigen Bro-

schüre werden zu zehn Schwerpunktbereichen knapp 100 Argumente für Bio-Produkte und Ökolandbau dargelegt – so unter anderem für die Themen Qualität, Tierschutz, Energie, Arbeit, Boden und Landwirtschaft. Die Argumente sind durch Zahlen und Fakten aus wissenschaftlichen Studien gestützt. Darüber hinaus liefern die Autoren Hintergrundmaterialien zu aktuellen Entwicklungen und Trends rund um die ökologische Lebensmittelerzeugung und -verarbeitung.

➔ [www.bioland.de](http://www.bioland.de)



# Neuregelung der Agrar-Gentechnik

Die Bundesregierung hat sich zu Jahresbeginn auf gesetzliche Neuregelungen im Bereich des Gentechnikrechts geeinigt. Die Novelle zum Gentechnikgesetz ist Anfang April in Kraft getreten.

Die Änderung des Gentechnikgesetzes schafft neue Regeln für das Nebeneinander von ökologischer, konventioneller und Landwirtschaft unter Einsatz von Gentechnik. So werden durch eine begleitende Verordnung erstmals konkrete Abstandsregeln eingeführt, die zu konventionell und zu ökologisch genutzten Nachbarfeldern eingehalten werden müssen. Die gewählten Abstände – bei Mais 150 m zu konventionell und 300 m zu ökologisch genutzten Nachbarfeldern – beruhen auf aktuellen Forschungsergebnissen und enthalten darüber hinaus einen Sicherheitszuschlag. Daneben sind weitere Vorschriften zur guten fachlichen Praxis vorgesehen, die den Umgang mit GVO bei Ernte, Transport und Lagerung regeln.

Da es bei diesen Regeln ausschließlich um den wirtschaftlichen Schutz des Nachbarn geht, kann der Nachbar auf diesen Schutz auch – ausdrücklich oder stillschweigend – verzichten. Dies ist allerdings an bestimmte Voraussetzungen geknüpft.

Bundeslandwirtschaftsminister Horst Seehofer begrüßte die Neuregelung. Mit ihr, so Seehofer, könnten die Wahlfreiheit der Verbraucher und die Koexistenz der unterschiedlichen Bewirtschaftungsformen gewährleistet werden. Der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) kritisiert, dass die neuen Abstandsregelungen keinen ausreichenden Schutz für eine gentechnikfreie Landwirtschaft böten.

## Online-Bio-Einkaufsführer liegen im Trend

Um beim stetig größer werdenden Angebot an Bio-Produkten den Durchblick zu bewahren, werden regionale Online-Einkaufsführer bei Verbrauchern immer beliebter. Erst im Februar ging die Service-Website [www.bioeinkaufen.rlp.de](http://www.bioeinkaufen.rlp.de) online. Seit Ende vergangenen Jahres ist das Verbraucherportal [www.bio-hamburg.de](http://www.bio-hamburg.de) freigeschaltet. Neu sind auch die Portale für Berlin und Bran-

denburg sowie Sachsen. Darüber hinaus existieren viele weitere regionale Bio-Online-Einkaufsführer, so unter anderem für Nordrhein-Westfalen, Hessen, Niedersachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt. Auf den Service-Websites finden Interessierte Einkaufsadressen, Hinweise auf Caterer und regionale Bio-Bringdienste, Termine von Bio-Märkten und Hoffesten sowie Rezept-

vorschläge und umfangreiches Hintergrundwissen rund um die Grundsätze des Ökolandbaus. Hersteller haben darüber hinaus auf manchen Websites die Möglichkeit, ihren Betrieb registrieren zu lassen. Eine Auflistung der Einkaufsführer finden Sie unter:

➔ [www.oekolandbau.de/verbraucher/kaufen](http://www.oekolandbau.de/verbraucher/kaufen)

EU-Informationskampagne zur Förderung des Ökolandbaus

# Designwettbewerb für neues EU-Bio-Logo

Die Pflichtkennzeichnung für Bio-Produkte mit dem EU-Logo wird sich voraussichtlich um ein Jahr verschieben. Als ursprüngliches Datum war der 1. Januar 2009 vorgesehen.

Anfang April hat die Europäische Kommission in Brüssel beschlossen, noch in diesem Sommer den offiziellen Startschuss für die EU-weite Informationskampagne zur Förderung des Ökologischen Landbaus und seiner Bio-Produkte zu geben. Bestandteil der Kampagne soll neben Vorlagen für TV-Spots und Anzeigen in Printpublikationen auch ein Designwettbewerb für ein neues EU-Bio-Logo sein. Die Bürger aller 27 EU-

Mitgliedsstaaten sind aufgerufen, kreative Vorschläge für die Gestaltung eines europaweit einheitlichen EU-Logos einzureichen.

Der Gewinnerbeitrag soll den bislang bekannten Logo-Entwurf ersetzen. Um sicherzustellen, dass ausreichend Zeit für die Auswahl eines Logos bleibt, will die Kommission den Europäischen Ministerrat bitten, die Kennzeichnungspflicht mit dem EU-Bio-Logo auf 2010 zu verschieben.

## Rekordbeteiligung am Bio-Siegel

693 Unternehmen kennzeichneten 2007 erstmalig eines ihrer Produkte mit dem Bio-Siegel – mehr als je zuvor in einem Jahr. Rekordverdächtig war das vergangene Jahr auch im Hinblick auf die Zahl der neu registrierten Erzeugnisse. Mit 9.324 Erstkennzeichnungen verzeichnete die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) die insgesamt zweithöchste Zahl an Neuregistrierungen seit Einführung des Bio-Siegels im Jahr 2001. Das neue Jahr hat nicht weniger Erfolg versprechend begonnen. Bis zum 29. Februar ließen 89 neu beteiligte Unternehmen Produkte siegeln – damit bieten nun insgesamt 2.650 Betriebe Waren mit dem Bio-Siegel an. Die Zahl der Produktanzeigen stieg 2008 um bislang 1.019 auf insgesamt 45.748 (Stand 29. Februar 2008). Als Wachstumsmarkt für Bio-Produkte kristallisierte sich in letzter Zeit vor allem der Süßwarenbereich heraus. Von deutschlandweit 2.429 Betrieben der Warengruppe Süßwaren und Knabbergebäck haben bereits 218 Unternehmen Produkte mit dem Bio-Siegel im Angebot.

## In eigener Sache

Mit dieser Ausgabe erscheint der Bio-Siegel-Report nicht mehr viermal, sondern dreimal im Jahr. Die neuen Veröffentlichungstermine sind fortan April, August und Dezember. Ab der kommenden Ausgabe wird Ihnen der Bio-Siegel Report erstmalig im PDF-Format an Ihre E-Mail-Adresse zugestellt.

## Seminartermine

### 30. APRIL 2008

Steigerung der Bodenfruchtbarkeit sowie nachhaltige Humuswirtschaft im ökologischen Landbau, Kranzberg

### 14. BIS 16. MAI 2008

Umgang mit Pestizidrückständen in Verarbeitung und Handel, Frick/Schweiz

## Veranstaltungstermine

### 05. BIS 06. MAI 2008

Jahreskongress für den Zukunftsmarkt im Bio-Handel, Wiesbaden

### 12. BIS 16. MAI 2008

Übereinkommen über die biologische Vielfalt – 9. UN-Vertragsstaatenkonferenz, Bonn

Planet Diversity: Weltkongress zur Zukunft von Landwirtschaft und Essen, Bonn

### 26. BIS 27. MAI 2008

Organic Marketing Forum, Warschau/Polen

### 30. BIS 31. MAI 2008

Zweite deutsche Marketingkonferenz für den neuen Öko-Lifestyle, Frankfurt/Main

### 16. BIS 20. JUNI 2008

16. IFOAM Organic World Congress, Modena/Italien

➔ [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de)  
(Bereich Termine)

## IMPRESSUM

Der Bio-Siegel Report ist ein Entscheidemedium für Erzeuger, Hersteller, Handel und Verbände.

### HERAUSGEBER:

Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)  
Deichmanns Aue 29  
53179 Bonn

Initiiert durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

### REDAKTION:

Pleon GmbH  
Kaiserstr. 33  
53113 Bonn  
oekolandbau@pleon.com  
www.pleon.de

### KONTAKT ZEICHENNUTZER BIO-SIEGEL:

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)/Referat 512  
– Informationsstelle Bio-Siegel –  
53168 Bonn  
Tel. 02 28 / 68 45 33 55  
Fax 02 28 / 68 45 29 07  
bio-siegel@ble.de  
www.bio-siegel.de