



# bio-siegel report

AKTUELL

Anuga 2007: Premiere der Bio-Fachmesse Anuga Organic

## Plattform für Trends und Informationen

Die Bio-Branche hat sich als feste Größe im Ernährungssektor etabliert. Das bestätigte nicht zuletzt das große Bio-Angebot auf der Anuga 2007, die im Oktober in den Kölner Messehallen stattfand. Rund 1.500 Aussteller präsentierten dem internationalen Fachpublikum Produkte aus ökologischer Erzeugung.

Alle zwei Jahre trifft sich die Ernährungs- und Getränkeindustrie in Köln zur Anuga, einer der weltweit bedeutendsten Fachmessen für „Food & Beverage“. Für die Vertreter der Bio-Branche gab es in diesem Jahr eine Premiere: Sie waren erstmals mit einer eigenständigen Fachmesse vertreten – der Anuga Organic. 252 Firmen aus 29 Ländern präsentierten den Fachleuten und Entscheidern im Lebensmittelsektor ihre Produktpalette und innovative Trends. Mit der Anuga Organic hatten die Aussteller eine einzigartige Plattform, um die Vielfalt des Bio-Sortiments zu zeigen und sich dem internationalen Fachpublikum als wertvoller Partner vorzustellen.

Fortsetzung auf S. 2



## EDITORIAL

Liebe Leser,  
mit der Anuga Organic hat Bio erstmals große Beachtung als eigenständige Plattform unter dem Dach der weltweit größten Ernährungsmesse erhalten. Die von Ausstellern und Publikum hervorragend angenommene Messe ist ein weiterer Beweis dafür, dass Bio-Produkte zu einer festen Größe auf dem weltweiten Food- und Beverage-Markt geworden sind. Zeit zum Verschrafen bleibt allerdings nicht. Die hohe Zahl internationaler Aussteller be-

weist, dass die Attraktivität des deutschen Bio-Markts längst erkannt wurde. Ergo gilt: Im globalen Wettbewerb muss die deutsche Bio-Branche jetzt ihre Wachstumspotenziale nutzen. Es müssen strategische Entscheidungen getroffen werden. Die aktuell zu beobachtenden Rohstoffverteuerungen werden von einigen Herstellern leider allzu oft in unverhältnismäßiger Weise auf den Preis aufgeschlagen. Eine mittelfristige Preiskalkulation wäre daher empfehlenswert. Führen doch drastische

Erhöhungen schnell zur Abschreckung neu erworbener Käuferschichten. Der daraus resultierende Imageschaden kann sich rasch negativ auf die Kapazitätsauslastung auswirken.

Christoph Soika  
Bio-Unternehmensberater  
CSB (Bio-Handel)/CSC (Consulting)



Bio-Produkte in großer Auswahl. In seiner Schauküche bereitete BIOSpitzenkoch Alfred Fahr für die Besucher der Anuga 2007 Bio-Snacks zu.

Fortsetzung von S. 1

Bereits auf der Anuga 2005 zog die Bio-Branche das Interesse des internationalen Fachpublikums auf sich. Die damals als Teilmesse konzipierte „Organic World“ war für rund 20 Prozent der Besucher eine wertvolle Handels- und Wissensplattform. Die Entscheidung, dem ökologischen Lebensmittelsegment 2007 eine eigenständige Fachmesse zu widmen, stieß daher auf große Zustimmung.

### WISSENSTRANSFER UND GENUSS

Auch im Rahmenprogramm der diesjährigen Anuga war der Ökolandbau vielfältig vertreten. Das „Bio-Kompetenzzentrum“ bot den Ausstellern und Besuchern Raum für Fachvorträge, Beratungen und Workshops. Im Zentrum der Diskussionsrunden standen die Themen Zertifizierung, Verfügbarkeit und Preisgestaltung von Bio-Waren. Besonderes Augenmerk galt der Außer-Haus-Verpflegung

(AHV). Der Wunsch vieler Gastronomen, Cateringdienste und Küchenverantwortlichen, hochwertige Produkte aus ökologischer Erzeugung in ihre Küche einzubinden, steigt stetig. Zahlreiche AHV-Betriebe haben ihr Angebot bereits um Bio-Gerichte erweitert oder erwägen eine komplette Umstellung auf ökologische Produkte.

Wie groß die Sortimentsvielfalt von Bio-Erzeugnissen heute ist, zeigte die Sonderchau „Voll Bio“. Die Aussteller präsentierten ein breites Angebot von Bio-Pralinés über Kürbiskernöl bis hin zu ökologischen Convenience-Produkten. Auf reges Interesse stieß auch der Stand der BIOSpitzenköche. In ihrer Schauküche bereiteten Alfred Fahr und Andreas Weihmann für die Messebesucher kulinarische Spezialitäten und Snacks zu. Dabei informierten sie zugleich über die Bedeutung von Bio-Produkten für eine gesunde Ernährung. In diesem Rahmen stellten die

beiden Mitglieder von Deutschlands einziger Bio-Kochvereinigung auch drei neue Ernährungsratgeber für Senioren, Sportler und junge Familien vor, die das Bundesprogramm Ökologischer Landbau im Sommer dieses Jahres herausgegeben hat.

### PREISE FÜR INNOVATIONEN

Feierlich wurde es ebenfalls auf der Anuga 2007. Während die CMA Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH zum dritten Mal die Bio-Märkte des Jahres prämierte, verlieh die Schweisfurth-Stiftung in Kooperation mit der Anuga den Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung. An den fünf Ausstellungstagen vom 13. bis 17. Oktober reisten mehr als 163.000 Fachbesucher aus rund 175 Ländern zur Anuga nach Köln, um sich über die Neuheiten im Ernährungs- und Getränkebereich zu informieren – so viele wie nie zuvor.

## Qualität bietet Perspektiven für den deutschen Bio-Markt

Trotz Lieferengpässen sollte die deutsche Bio-Branche weiterhin vor allem auf qualitativ hochwertige Produkte setzen. Dies ist ein Fazit der Diskussionsrunde „Entwicklungen und Chancen am Bio-Markt“, die am 15. November 2007 im Rahmen des Öko-Forums der Landtechnik-Messe Agritechnica in Hannover stattfand.

Professor Dr. Ulrich Hamm von der Universität Kassel-Witzenhausen ist sich sicher: Die Warenknappheit werde bleiben, da selbst Betriebe, die sich aktuell in der Umstellungsphase befänden, erst in zwei bis drei Jahren zertifizierte Waren liefern könnten. Zudem würden auch im Ausland die Bio-Anbauflächen nicht in ausreichender Art und Weise wachsen. Steffen Mucha, Geschäftsführer der Öko-

bauernhöfe Sachsen GmbH in Dresden, warnte dahingehend vor Lieferengpässen, die schnell zu Preisanstiegen führten. Direkte Folge sei ein sinkendes Kundeninteresse.

Bernd Trauvelter von der Naturland-Marktgesellschaft Hohenkammer sieht dagegen keinen Grund zur Sorge. Der Marketingexperte mit 30 Jahren Bio-Erfahrung erklärte, dass sich ähnliche Situationen alle zehn Jahre zyklisch wiederholten. Laut Dirk Vollertsen, Geschäftsleiter Produkt und Markt der Bioland Markt GmbH in Augsburg, seien vor allem langfristige Abnahmeverträge zwischen Produzenten und Händlern wirkungsvolle Maßnahmen, um dem aktuellen Warenmangel vorzubeugen.

Verleihung des Innovationspreises Bio-Lebensmittel-Verarbeitung 2007 auf der Anuga

# Bio-Verarbeiter mit Vorbildcharakter

Die Ökodorf Brodowin GmbH aus Brandenburg, die Märkisches Landbrot GmbH Berlin und die Bauerngut Fleisch- und Wurstwaren GmbH aus Niedersachsen sind die Preisträger des Innovationspreises Bio-Lebensmittel-Verarbeitung 2007. Sie überzeugten die Fachjury mit ihren vorbildlichen Ideen – darunter eine nachhaltige Milchverpackung mit Kreideanteil.

Am 15. Oktober hat die Parlamentarische Staatssekretärin im Bundeslandwirtschaftsministerium, Ursula Heinen, die Preisträger des diesjährigen Innovationspreises Bio-Lebensmittel-Verarbeitung im Rahmen der Anuga in Köln ausgezeichnet. Die Ökodorf Brodowin GmbH siegte in der Kategorie Kleinbetrieb. Das Unternehmen erhielt den Preis für eine ressourcenschonende Milchverpackung mit 40-prozentigem Kreideanteil. In der Kategorie Mittelstand wurde die Berliner Bio-Bäckerei Märkisches Landbrot GmbH für ihr vorbildliches Energienutzungssystem geehrt. Die Bauerngut Fleisch- und Wurstwaren GmbH aus Bückeburg überzeugte in der Kategorie Großbetriebe. In einem ganzheitlichen Konzept werden regionale Strukturen, Ökolandbau und Landschaftserhalt miteinander verbunden.

## 51 UNTERNEHMEN HABEN SICH BEWORBEN

Für die Auszeichnung, die alle zwei Jahre von der Schweisfurth-Stiftung in Kooperation mit der Anuga vergeben wird, hatten sich insgesamt 51 Unternehmen aus ganz Deutschland beworben. Die Betriebe werden nach unterschiedlichen Kriterien bewertet: darunter die Umsetzung neuer Ideen in den Bereichen Rohstoff und Technologie, Ernährung und Gesundheit, Unternehmenskultur, Kooperation und Kommunikation sowie erstmals im Bereich der Klimaverantwortung.



Die Preisträger des diesjährigen Innovationspreises Bio-Lebensmittel-Verarbeitung

Weitere Informationen über die Preisträger und ihre Innovationen erhalten Sie unter

➔ [www.innovationspreis-bio-verarbeitung.de](http://www.innovationspreis-bio-verarbeitung.de)

## Weniger Bio-Getreide 2007

Die Bio-Getreideernte in Deutschland ist 2007 mit rund 41 Millionen Tonnen deutlich geringer ausgefallen als im Vorjahr – trotz weitgehend unveränderten Anbauflächen. Bedingt durch die Frühjahrstrockenheit sanken die Hektarerträge aller Getreidesorten durchschnittlich um sechs Prozent auf etwa 33 Dezitonnen. Dabei gibt es nach vorläufigen Erhebungen der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH (ZMP) ein starkes Nord-Süd-Gefälle. Während im Norden eine wesentlich geringere Ernte eingefahren wurde, lagen die Erträge im Süden leicht über denen des Vorjahres. Die größten Verluste mussten die Landwirte beim Bio-Roggen hinnehmen. Hier fiel die Ernte mit 110.000 Tonnen 50 Prozent geringer aus als im Vorjahr. Das Angebot an Bio-Weizen ist ebenfalls rückläufig: Nur 160.000 Tonnen fuhren die Bauern 2007 ein (2006:190.000 Tonnen).

## Basic ohne Schwarz-Gruppe

Die Schwarz-Gruppe, unter anderem Eigentümerin des Discounters Lidl, gibt ihre Aktienbeteiligung an der Bio-Marktkette Basic AG auf. Dies gaben beide Unternehmen im November 2007 bekannt. Die Basic AG erklärte, die psychologische Wirkung des Einstiegs der Schwarz-Gruppe unterschätzt zu haben. Die Kooperationspläne waren seit Bekanntgabe der Allianz im Februar auf wenig Gegenliebe in der Bio-Branche gestoßen. Ein Teil der Lieferanten hatte die Zusammenarbeit mit der Basic AG gekündigt, außerdem kam es zu Kundenprotesten. Das Unternehmen hofft nun, die Beziehung zu Kunden und Lieferanten in der „ursprünglichen und vertrauensvollen Zusammenarbeit“ weiterführen zu können. Mit dem Ausstieg der Schwarz-Gruppe reduziert die Basic AG auch ihre angekündigten Wachstumspläne. Statt der geplanten 25 bis 50 Filialgründungen sollen nun pro Jahr nur noch zwischen fünf und zehn Geschäfte eröffnet werden.

Vielversprechender Abschluss: Fünf Jahre Verbraucherfeste rund um Bio

# BioErlebnistage 2007

Zwei Millionen Besucher haben die BioErlebnistage in den vergangenen fünf Jahren zu einer der erfolgreichsten Bio-Sommerveranstaltungen gemacht. Im Mittelpunkt standen Informationen rund um den Ökolandbau, ein großes Unterhaltungsprogramm und kulinarische Kostproben aus den Regionen.

Fünf Jahre lang gehörten sie zum Bio-Sommer dazu: Die BioErlebnistage. 2007 fand die Veranstaltungsreihe zum letzten Mal im Rahmen der aktuellen Maßnahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau statt. Seit 2002 kamen rund zwei Millionen

Besucher zu den insgesamt 47 Open-Air-Veranstaltungen. Viele von ihnen besuchten die Erlebnistage regelmäßig – darunter viele Familien. Allein für Kinder gab es zahlreiche Aktionen, bei denen sie selbst aktiv werden konnten.

## INTERESSE AN BIO GESTÄRKT

Den erfolgreichen Abschluss der Veranstaltungsreihe bildeten in diesem Jahr die BioErlebnistage in Berlin, Hamburg, Köln, Magdeburg, München, Stuttgart und Warnemünde. Über 330 Aussteller – rund zehn Prozent mehr als im Vorjahr – präsentierten ihr jeweiliges Angebot an regionalen Bio-Spezialitäten. Kulinarischer Genuss, Unterhaltung und Information auf höchstem Niveau sowie ein erlebnisreicher Einkauf: Das zeichnete die Open-Air-Bio-Events aus.

Eine aktuelle Besucherbefragung bewies, dass die BioErlebnistage das Interesse für den ökologischen Landbau und regionale Produkte nachhaltig verstärkt haben: Mehr als zwei Drittel der Besucher fühlten sich nach dem Besuch eines BioErlebnistags inspiriert, künftig beim Einkauf vermehrt auf regionale Bio-Produkte zu achten.

➔ <http://bioerlebnistage.oekolandbau.de>



## Deutschlands erste Bio-Schulmensa

Seit Anfang Oktober 2007 gibt es in Nürnberg die bundesweit erste Schulmensa, die nach EG-Öko-Verordnung zertifiziert ist. Einmal pro Woche wird in der von Hauswirtschaftsschülern betriebenen Kantine ein Bio-Menü angeboten, teilte die städtische Fachakademie für Hauswirtschaft mit. Marion Ruppner, Agrarreferentin des Bundes Naturschutz, nannte die Einrichtung der Bio-Mensa einen Glücksfall. „Es ist wichtig, künftiges Führungspersonal in Alten- und Pflegeheimen frühzeitig mit ganzheitlicher Ernährung vertraut zu machen.“ Die Umweltorganisation hat die Schule bei der Umstellung auf Bio-Kost unterstützt.

## Der Bio-Boom erreicht die Hörsäle

Die Fachhochschule Eberswalde meldet bei den Erstimmatrikulationen für den Studiengang Ökolandbau im Wintersemester 2007/2008 starke Zuwachsraten. Während die Ökolandbau-Institute bundesweit nach eigenen Angaben stabile bis wachsende Bewerberzahlen verzeichnen, sinkt die Zahl der Studienanwärter bei den konventionellen Agrarwissenschaftlern. Dies geht aus Erhebungen des Statistischen Bundesamtes hervor. Die Eberswalder Professorin Dr. Anna Maria Häring erklärt den Ansturm mit dem steigenden Marktanteil von Bio-Waren und Zukunftschancen im Ökolandbau: „Der Boom bringt einen extremen Nachwuchsbedarf.“

## Bio-Müsli stark gefragt

Die Deutschen lieben Bio-Müsli. Der Umsatz im gesamten Lebensmittelhandel liegt derzeit bei knapp 30 Prozent. Vor allem die kleineren Supermärkte und die großen Verbrauchermärkte haben 2007 ihren Absatz steigern können. Die Wachstumsraten bei den Discountern, die 2006 bei mehr als 100 Prozent lagen, haben sich leicht relativiert. Neu ist der Distributionskanal Internet. Unter [www.mymuesli.com](http://www.mymuesli.com) können Verbraucher ihr Müsli selbst mischen. Noch ist das Onlineangebot eine Randerscheinung. Nur etwa ein Prozent der Bio-Produkte wird nach Angaben der Universität Kassel in Deutschland über das Internet verkauft.

Ökodorf Brodowin: Demonstrationsbetrieb Ökologischer Landbau

# Vielfalt und Innovation im Ökolandbau



Die Ökodorf Brodowin GmbH in der brandenburgischen Uckermark zählt zu den größten ökologischen Landwirtschaftsbetrieben in Deutschland. Der Hof ist einer von rund 200 Demonstrationsbetrieben, die im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau die Besonderheiten des Ökolandbaus veranschaulichen. Durch sein vielfältiges und innovatives Vermarktungskonzept zieht der Betrieb nicht nur zahlreiche Kunden und Touristen an, sondern ist auch Vorbild für andere Betriebe. Für eine neuartige Milchverpackung wurden die Brodowiner auf der diesjährigen Anuga mit dem Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung ausgezeichnet. Geschäftsführer Ludolf von Maltzan berichtet über die Erfolgsgeschichte und die Ziele des Ökodorfs.

## DER ERFOLG VIELER BIO-LANDWIRTSCHAFTSBETRIEBE BASIERT AUF EINER INTEGRIERTEN VERMARKTUNGSSTRATEGIE. WIE LAUTET IHR MARKETINGPLAN?

Qualität und Transparenz sind die Pfeiler, auf denen unsere Vermarktungsstrategie beruht. Die Qualität unserer Produkte muss – wie bei jedem Erzeugerbetrieb – stets einwandfrei sein. Zusätzlich legen wir Wert auf absolute Transparenz. Das schaffen wir mit mehreren Instrumenten: Auf Wunsch können unsere Kunden uns jederzeit bei der Produktion über die Schulter schauen. Außerdem bieten wir Hofführungen an, bei denen sich Verbraucher umfassend über unsere Produktionsbedingungen informieren können. Darüber hinaus organisieren wir auf Wochenmärkten Verkostungen. Das schafft Nähe zu unserem Betrieb und zu unseren Produkten. Dies ist ausschlaggebend, um dauerhaft das Vertrauen der Kunden zu gewinnen.

## IHRE WAREN VERTREIBEN SIE KLASSISCH VIA HOF-LADEN UND AUCH ÜBER EINEN ONLINE-LIEFERSERVICE. WAS MACHT DIESEN SO ERFOLGREICH?

Wir gehen dahin, wo unsere Zielgruppe ist. Wir beliefern den kompletten Großraum Berlin. Diese Flexibilität zahlt sich aus. Ich stelle fest, dass die Menschen bei Bio-Waren gesteigerten Wert auf kurze Wege und regionale Herkunft legen. Davon profitieren wir. Außerdem sind wir um optimalen Kundenservice bemüht. Die Pflege des Online-Auftritts und freundliche Verkäufer sind dabei wichtige Bausteine.

## SIE HABEN EINEN FESTEN KUNDENSTAMM. WIE GEWINNEN SIE DARÜBER HINAUS NEUKUNDEN?

Vor kurzem haben wir unseren ersten TV-Spot in einem Berliner Lokalsender geschaltet. Seitdem hat das Neukundengeschäft merklich angezogen. Zudem wollen wir die Zahl der Hoffeste und Führungen erhöhen, unsere Website erneuern und den Hofladen renovieren.

## WIE NEHMEN DIE KUNDEN BISLANG DAS ANGEBOT AN?

Sehr gut, wir verzeichnen stetig steigende Besucherzahlen bei den Hoffesten. Wir freuen uns aber auch, wenn sich Tagesausflügler, die eher zufällig an unserem Hof vorbeikommen, für unseren Betrieb und unser Konzept interessieren. Daher werden bei uns auch spontane Hofführungen angeboten.

## ALS TEIL IHRES VERMARKTUNGSPLANS SETZEN SIE AUCH AUF DIE TOURISTISCHEN REIZE DER REGION BRODOWIN. WELCHE ZIELE VERFOLGEN SIE DAMIT?

Das Ökodorf Brodowin liegt in einer wunderschönen Landschaft. Aktuell basteln wir an einem neuen Konzept. Wir wollen Komplettangebote für Tagesausflügler nach Brodowin anbieten. Darin enthalten sind Bahntickets, Besichtigungen und Kulturevents. Natürlich weisen wir dabei auch auf die Arbeit unseres Ökodorfs hin.

## SIE FEIERN AUCH ERFOLGE ALS VERARBEITER. FÜR IHR MILCHBEUTELKONZEPT ERHIELTEN SIE DEN INNOVATIONSPREIS 2007. WORIN BESTEHT DIE NEUERUNG?

Unsere Milchverpackung besteht zu 40 Prozent aus Kreide, der Kunststoffanteil konnte entsprechend reduziert werden. In der Herstellung schont unser Schlauchbeutel merklich Ressourcen – viel besser als etablierte Kunststoffe. Außerdem ist der Beutel reißfest, stand-sicher und lässt sich zusammengerollt platz sparend entsorgen. Die Idee hatte ein schwedisches Unternehmen. In Deutschland sind wir der erste Anbieter.

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



BÖLW-Herbsttagung in Berlin: Diskussion zum Klimaschutz im Ökolandbau

## Ist Bio-Anbau Klimaschutz?

Kann die ökologische Landwirtschaft einen Beitrag zum Klimaschutz leisten? Dieser Frage gingen die Teilnehmer der Herbsttagung des Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) am 25. Oktober 2007 in Berlin nach. Experten und Gäste debattierten intensiv über die aktuelle Klimadiskussion und den Einfluss des Ökolandbaus.



Diskussionsrunde auf der BÖLW-Herbsttagung

Wie effektiv ist der Ökolandbau, um das Klima nachhaltig zu schonen? Diese Frage diskutierten die Teilnehmer der diesjährigen Herbsttagung des BÖLW. Eine positive Antwort darauf gab Professor Dr. Kurt-Jürgen Hülsbergen vom Lehrstuhl für Ökologischen

Landbau der Technischen Universität München. Vor allem wegen seiner höheren Energieeffizienz stehe der Ökolandbau in Sachen Klimaschutz grundsätzlich besser da als die konventionelle Landwirtschaft. Das gelte in erster Linie flächenbezogen, aber tendenziell auch in Bezug auf die Produkteinheit. Allerdings sei die Spanne zwischen den Betrieben sehr groß.

Die Tatsache, dass ein direkter Zusammenhang zwischen Energieinput und Treibhauspotenzial des einzelnen Betriebes nachgewiesen werden könne, eröffne aber einen Weg zur Emissionsminderung. Doch bevor Maßnahmen ergriffen oder flächendeckend vorgeschrieben würden, sei ihre Effizienz sowie die Auswirkung auf andere Ziele zu prüfen, empfahl Professor Stephan Dabbert von der Universität Hohenheim. Eine wichtige

Leitfrage dabei: „Was kostet die Maßnahme pro Einheit Umweltzielverbesserung?“

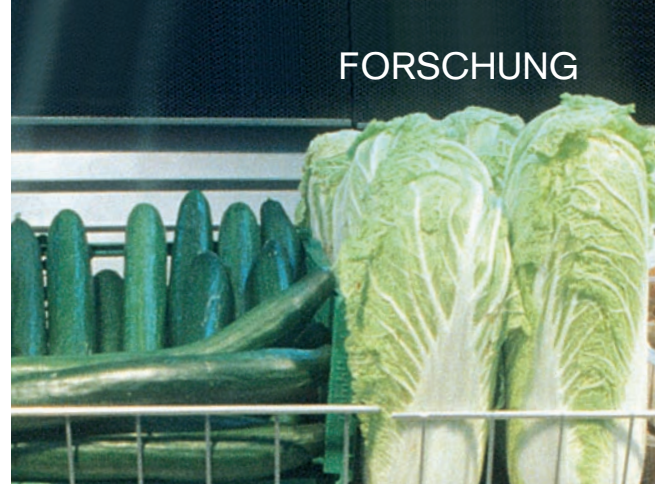
### KLIMASCHUTZ VORANTREIBEN

Einig waren sich aber alle Podiumsteilnehmer darin, dass der Klimaschutz schnell vorangetrieben werden muss. Die Vertreter aus der Politik Michael Müller (Staatssekretär im Bundesumweltministerium), Peter Bleser (Vorsitzender der Arbeitsgruppe Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft der CDU/CSU-Fraktion) und Bärbel Höhn (Stellvertretende Fraktionsvorsitzende von Bündnis 90/Die Grünen) nahmen einen klaren Auftrag mit: Die politischen Steuerungsinstrumente – darunter Fördermittel, Gesetze und Verordnungen – sollen so gestaltet werden, dass Klima, Böden und Artenvielfalt wirksam geschützt werden.

## Bio-Branche finanziert Stiftungsprofessur

Zwölf Unternehmen und Stiftungen der deutschen Bio-Branche unterstützen an der Fachhochschule Münster den Bereich Oecotrophologie mit einer Stiftungsprofessur. Die Kooperation gilt seit Beginn des Wintersemesters 2007/2008. Mit ihrer Initiative möchten die Kooperationspartner den Ausbau der deutschen Forschung im ökologischen Landbau um den Themenschwerpunkt „Oecotrophologie und Ökologie“ erweitern. In ihrer Antrittsvorlesung nannte Lehrstuhlinhaberin Professorin Dr. Carola Strassner die vor-

rangigen Ziele der Stiftungsprofessur: „Ich möchte die Studierenden für die Themen nachhaltige Ernährung und Ernährungsökologie sensibilisieren. Darüber hinaus will ich Zukunftsszenarien für das Essverhalten von morgen entwickeln.“ Am Ökolandbau reizt Strassner vor allem der ganzheitliche Ansatz: „Ökologischer Landbau heißt: Lebensmittel nicht allein nach ihren Inhaltsstoffen, sondern auch nach Aspekten wie Produktion, Verarbeitung, Transport und Lagerung zu bewerten.“



Erfassung des Bio-Markts bei der Datenerhebung von Marktforschungsinstituten

## Bio-Boom exakt erfasst

Permanent erfassen die großen Marktforschungsinstitute, was der Handel kauft und verkauft oder Menschen nachfragen und konsumieren. Routiniert und repräsentativ – aber leider nicht getrennt nach bio und konventionell. Ein neues Projekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau soll helfen, besser zu differenzieren.

In einem im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau (BÖL) geförderten und von der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) durchgeführten Projekt wurde die Datenerhebung der Marktforschungsinstitute GfK, ACNielsen und bioVista auf ihre Nutzbarkeit für die korrekte Erfassung des Bio-Markts geprüft. Die Ergebnisse wurden so weit wie möglich optimiert und die drei Panels im letzten Schritt wie ein Puzzle zu einem Gesamtmarktbild zusammengeführt. Eine nicht zu unterschätzende Fehlerquelle ist die mangelnde Differenzierung zwischen ökologisch und konventionell hergestellten Produkten eines Herstellers. Im Rahmen des Projekts stellte ACNielsen der ZMP die Daten, untergliedert in Herstellermarken und Handelsorganisationen, zur Kontrolle kostenfrei zur Verfügung. Die GfK erfasst lose Ware über Haushaltsbefragungen. Hier wurde eine Möglichkeit geschaffen, die Plausibilität der Angaben, ob

es sich bei den erfassten Waren um ökologisch oder konventionell erzeugte Produkte handelt, mittels eines Preisvergleichs zu prüfen.

### BIO-WAREN WERDEN ZUNEHMEND SEPARIERT ERFASST

Schritt für Schritt ist es so gelungen, die bisherige Datengrundlage weiter zu verbessern. Dadurch kann dem Anspruch vermehrt Rechnung getragen werden, die Marktbeteiligten möglichst korrekt über Nachfrage und Angebot zu informieren. Nebenbei wurde das Interesse der Forschungsinstitute für den Bio-Markt befördert: Laut ZMP befassen sich inzwischen alle Anbieter damit, Bio-Waren in ihren Daten zu separieren. Aktuell wird das Thema in einem neuen BÖL-Projekt (06OE246) weiterbearbeitet.

➔ [www.bundesprogramm.de/02OE367-F](http://www.bundesprogramm.de/02OE367-F)

## Beratung vor und während der Umstellung wird gefördert

Im September 2007 hat das Bundeslandwirtschaftsministerium die Förderrichtlinien für die Umstellungsberatung von landwirtschaftlichen Unternehmen geändert. Fortan erhalten nicht nur solche Betriebe einen Zuschuss zu den Beratungskosten, die vor der Umstellung auf ökologische Bewirtschaftung stehen, sondern auch Unternehmen, die sich bereits in der Umstellungsphase befinden. Damit werde dem erhöhten

Beratungsbedarf während der Umstellung Rechnung getragen, so die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung. Ziel sei es, den Umstellungsprozess der Betriebe zu optimieren und einen langfristigen wirtschaftlichen Erfolg zu unterstützen.

In beiden Fällen werden die Unternehmen einmalig mit einer Beihilfe in Höhe von 50 Prozent der Beratungskosten gefördert. Die Förderhöchstgrenze liegt bei 2.000 Euro.

Voraussetzung ist, dass die Betriebe die Beratungsleistung vor oder während der Umstellungsphase in Anspruch nehmen. Eine nachträgliche Bezuschussung kann nicht gewährt werden. Bis einschließlich 30. Juni 2010 können landwirtschaftliche Unternehmen ihren Antrag in der Geschäftsstelle des Bundesprogramms Ökologischer Landbau einreichen. Zum Jahresende 2010 endet die Förderrichtlinie.

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

# Bio-Markt des Jahres

Auf der Anuga 2007 in Köln hat die CMA Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH am 14. Oktober 2007 die Gewinner des 3. Bio-Handelswettbewerbs ausgezeichnet. 17 Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) und des Naturkostfachhandels (NFH) erhielten Selly-Trophäen in Gold, Silber oder Bronze für

ihre außergewöhnlichen Bio-Verkaufskonzepte. Bei den Bewertungskriterien setzte die elfköpfige Jury unterschiedliche Maßstäbe an. Während sie im LEH vor allem Anzahl und Auswahl des Bio-Teilsortiments sowie Platzierung und Kennzeichnung begutachtete, standen beim NFH die Warenpräsentation und das Gesamtkonzept im Vordergrund. Verkaufs- und Beratungskompetenz sowie die Auswahl an regionalen Produkten waren unabhängig von der Handelsform ausschlaggebende Bewertungskriterien. Mit insgesamt 130 eingesendeten Konzepten verzeichnete der Bio-Handelswettbewerb 2007 erneut eine Rekordbeteiligung. Der Titel „Bio-Markt des Jahres“, den alle Gewinner tragen dürfen, hat sich bewährt: Die Preisträger der Jahre 2005 und 2006 meldeten Umsatzsteigerungen von bis zu 20 Prozent. Zur BioFach 2008 lobt die CMA bereits den nächsten Bio-Handelswettbewerb aus. Bis zum 1. April können sich Händler mit ihren Verkaufskonzepten bewerben.



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

## Bio-Siegel: Wachstum hält an

Die Zahl der Neuanzeigen für Produkte mit dem Bio-Siegel steigt weiter. Erst im Juli dieses Jahres wurde das 40.000. Produkt ausgezeichnet. Der Wachstumstrend setzte sich auch in den Herbstmonaten fort. Aktuell sind 42.316 Produkte (Stand: 31. Oktober 2007) zur Kennzeichnung bei der Informationsstelle Bio-Siegel gemeldet.

Allein bis Ende des dritten Quartals 2007 wurden 6.911 neue Produkte mit dem staatlichen Kennzeichen für Bio-Qualität ausgezeichnet. Dies entspricht einer Steigerung von 16,3 Prozent. Die Summe der bislang in diesem Jahr eingegangenen Produktanzeigen liegt weiterhin deutlich über den Vorjahreszahlen. Seit Einführung des Bio-Siegels im Jahr 2001 haben insgesamt 2.473 Unternehmen ihre Produkte kennzeichnen lassen.

➔ [www.bio-siegel.de](http://www.bio-siegel.de)

## Seminartermine

### 3. BIS 8. FEBRUAR 2008

Management und Betriebsentwicklung für ökolandbauinteressierte Landwirte, Dresden

➔ [www.oekolandbau.de/erzeuger/termine](http://www.oekolandbau.de/erzeuger/termine)

## Wandkalender 2008

Der Wandkalender 2008 des Bundesprogramms Ökologischer Landbau ist ab sofort erhältlich. Die Jahresübersicht im praktischen DIN-A1-Format bietet reichlich Platz, um Termine und Daten einzutragen. Der Kalender kann kostenlos bestellt werden.

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

## Veranstaltungstermine

### 18. BIS 27. JANUAR 2008

Grüne Woche (IGW), Berlin

### 27. BIS 31. JANUAR 2008

Internationale Süßwarenmesse (ISM), Köln

### 9. BIS 13. FEBRUAR 2008

Intergastra, Stuttgart

### 18. BIS 20. FEBRUAR

ecofruit, Weinsberg

### 21. BIS 24. FEBRUAR 2008

BioFach 2008, Nürnberg

### 7. BIS 12. MÄRZ 2008

Internorga, Hamburg

### 16. BIS 18. MÄRZ 2008

Prowein, Düsseldorf

## 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](mailto:oekolandbau@pleon.com)

[www.pleon.de](http://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](mailto:bio-siegel@ble.de)

[www.bio-siegel.de](http://www.bio-siegel.de)