



Monatsbericht zum Bio-Siegel, April 2008

Alle Unternehmen die Produkte mit dem Bio-Siegel kennzeichnen wollen, haben diese Kennzeichnung vor dem erstmaligen Verwenden des Bio-Siegels entsprechend der Öko-Kennzeichenverordnung bei der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) anzuzeigen. Dieser Bericht gibt einen kurzen statistischen Überblick zum Stand der Dinge im Monat Februar 2008. Zusammengefasst werden die wesentlichen Parameter zum Bio-Siegel wie z. B. die Anzahl der Siegelnutzer und der Produktanzeigen.

1. Entwicklung September 2001 bis Ende April 2008

2.771 Unternehmen haben bis Ende April 2008 die Kennzeichnung von insgesamt 47.221 Produkten bei der Informationsstelle Bio-Siegel angezeigt. Seit der Einführung des staatlichen Öko-Kennzeichens am 05. September 2001 werden im Schnitt täglich 19 Produkte für die Nutzung des Bio-Siegels angezeigt und es kommt circa 1 Unternehmen pro Tag als Zeichennutzer neu hinzu (siehe TABELLE 1).

Tabelle 1: Jahresvergleich 2001 bis 2008

	Produktanzeigen		Neu beteiligte Unternehmen (Erstnutzer)	
	Anzahl	Anteil %	Anzahl	Anteil %
2001 (seit September)	1.243	2,6	160	5,8
2002	12.764	27,0	552	19,9
2003	5.722	12,1	294	10,6
2004	4.202	8,9	225	8,1
2005	6.770	14,3	258	9,3
2006	4.704	10,0	379	13,7
2007	9.324	19,7	693	25,0
2008 (bis April)	2.492	5,3	210	7,6
Summe	47.221	100,0	2.771	100,0

Im Durchschnitt der 80 Monate seit Initiierung des Bio-Siegels wurden monatlich 590 neu gekennzeichnete Produkte angezeigt und es gingen von rund 35 Unternehmen zum ersten Mal Nutzungsanzeigen ein.

2. Aufspaltung der gekennzeichneten Produkte und der Unternehmen auf die Warengruppen

Die Vielfalt der mit dem Bio-Siegel ausgezeichneten Lebensmittel lässt sowohl beim Verbraucher als auch beim Handel kaum Wünsche offen. Bei der Erfassung der Produktanzeigen werden 26 Warengruppen unterschieden (siehe Tab. 2).

Tabelle 2: Aufteilung der „besiegelnden“ Unternehmen und der „besiegelten“ Lebensmittel auf die Warengruppen.

Warengruppe	Anzahl Unternehmen	Prozent	Anzahl Produkte	Prozent
Brot und Backwaren	474	17,1	5.176	11,0
Brotaufstriche, Honig und Pasten	223	8,0	2.140	4,5
Cerealien	104	3,8	912	1,9
Eier	84	3,0	123	0,3
Feinkost	168	6,1	1.271	2,7
Fette und Öle	173	6,2	978	2,1
Fleisch- und Wurstwaren	288	10,4	4.269	9,0
Gemüse, Keimlinge und Sprossen	292	10,5	2.084	4,4
Getränke (alkoholisch)	245	8,8	1.798	3,8
Getränke (nichtalkoholisch)	311	11,2	1.967	4,2
Getreide, Mehl, Gries, Hülsenfrüchte	167	6,0	2.461	5,2
Heißgetränke	232	8,4	6.150	13,0
Kräuter und Gewürze	146	5,3	4.307	9,1
Milch- und Molkereiprodukte	196	7,1	1.777	3,8
Nassfertigprodukte	175	6,3	1.896	4,0
Obst	184	6,6	789	1,7
Saatgut	30	1,1	438	0,9
Sojaprodukte und Tofu	64	2,3	535	1,1
Sonstiges	51	1,8	258	0,5
Süßwaren und Knabbergebäck	225	8,1	2.485	5,3
Teigwaren	117	4,2	1.274	2,7
Tiefkühlprodukte	77	2,8	752	1,6
Trockenfertigprodukte	159	5,7	1.211	2,6
Trockenfrüchte und Nüsse	128	4,6	1.689	3,6
Gastronomie	159	5,7	255	0,5
Nahrungsergänzungsmittel	57	2,1	226	0,5
Durchschnitt			1.816	
Summe			47.221	100,0

Unternehmensranking:

Bei 20 der 26 differenzierten Warengruppen findet man Produkte von mehr als 100 Unternehmen (siehe Tab. 3). Die Warengruppe mit den meisten Unternehmen ist unverändert seit der Einführung des staatlichen Zeichens die der „Brot- und Backwaren“ (17,1 Prozent).

Tabelle 3: Anzahl der Unternehmen, die Produkte aus den jeweiligen Warengruppen kennzeichnen - Top-Ten der Warengruppen

Platz	Warengruppe	Anzahl der Unternehmen	Prozentualer Anteil
1.	Brot und Backwaren	474	17,1
2.	Getränke (nichtalkoholisch)	311	11,2
3.	Gemüse, Keimlinge und Sprossen	292	10,5
4.	Fleisch- und Wurstwaren	288	10,4
5.	Getränke (alkoholisch)	245	8,8
6.	Heissgetränke	232	8,4
7.	Süßwaren und Knabbergebäck	225	8,1
8.	Brotaufstriche, Honig und Pasten	223	8,0
9.	Milch- und Molkereiprodukte	196	7,1
10.	Obst	184	6,6

Produktranking

16 Warengruppen stellen jeweils mehr als 1.000 Produkte mit dem Bio-Siegel (siehe Tab. 4). Mit 6.150 Produkten ist die Warengruppe der „Heißgetränke“ die am stärksten vertretene Produktgruppe. Diese Warengruppe setzt sich im Wesentlichen aus verschiedenen Teesorten, Kaffee und Kakao zusammen, wobei die Tees mit rund 95 Prozent den größten Anteil an dieser Warengruppe ausmachen. Die zweitgrößte Warengruppe stellen „Brot und Backwaren“ dar, gefolgt von „Kräutern und Gewürzen“ und „Fleisch- und Wurstwaren“.

Tabelle 4: Anzahl der Produkte mit dem Bio-Siegel in der jeweiligen Warengruppe - Warengruppen mit mehr als 1.000 Produkten

Platz	Warengruppe	Anzahl Produkte	Prozentualer Anteil
1.	Heissgetränke	6.150	13,0
2.	Brot und Backwaren	5.176	11,0
3.	Kräuter und Gewürze	4.307	9,1
4.	Fleisch- und Wurstwaren	4.269	9,0
5.	Süßwaren und Knabbergebäck	2.485	5,3
6.	Getreide, Mehl, Gries und Hülsenfrüchte	2.461	5,2
7.	Brotaufstriche, Honig und Pasten	2.140	4,5
8.	Gemüse, Keimlinge und Sprossen	2.084	4,4
9.	Getränke (nichtalkoholisch)	1.967	4,2
10.	Nassfertigprodukte	1.896	4,0
11.	Getränke (alkoholisch)	1.798	3,8
12.	Milch- und Molkereiprodukte	1.777	3,8
13.	Trockenfrüchte und Nüsse	1.689	3,6
14.	Teigwaren	1.274	2,7
15.	Feinkost	1.271	2,7
16.	Trockenfertigprodukte	1.211	2,6
1 - 16		41.955	