



## Marktimplementierung des Bio-Siegels

Auszüge aus dem Monatsbericht Juni 2002

### Stabiles Wachstum im Juni

Im Berichtsmonat Juni begannen **54 Unternehmen** mit der Besiegelung ihrer Produkte. Durch diese Unternehmen und **zehn Unternehmen**, die weitere Produkte ihres Sortiments mit dem Siegel kennzeichneten, kamen im Berichtszeitraum **992 Produkte** mit dem Bio-Siegel hinzu.

**Bis Ende Juni kündigten 603 Unternehmen die Besiegelung von 8627 Produkte an.**

Mit diesem Zuwachs bei den neuen Unternehmen erreicht der Juni nicht ganz den Monatsdurchschnitt von 60 Betrieben. Bei den Produkten dagegen liegt er etwas über den monatlichen Mittelwert von 863 neu gekennzeichneten Waren. Der Juni fällt in Bezug auf die Marktimplementierung des Bio-Siegels also weder im Guten noch im Schlechten auf.

**TABELLE 1:** Anzahl der besiegelten Produkte pro Unternehmen im Eingangsmonat der Anzeige

		Anzahl besiegelnder Betriebe - kumuliert	Anzahl besiegelter Produkte - kumuliert	Anzahl der Produkte pro Unternehmen
<b>2001</b>	November 2001	135	1021	7,56
	Dezember 2001	160	1247	7,79
<b>2002</b>	Januar 2002	220	1510	6,86
	Februar 2002	272	2753	10,12
	März 2002	392	4494	11,46
	April 2002	454	5468	12,04
	Mai 2002	549	7635	13,91
	<b>Juni 2002</b>	<b>603</b>	<b>8627</b>	<b>14,31</b>

**TABELLE 2 A:** Anzahl der Unternehmen, die besiegelte Produkte neu angezeigt haben

		Besiegelnde Unternehmen pro Monat
<b>2001</b>	September	14
	Oktober	67
	November	56
	Dezember	44
<b>2002</b>	Januar	39
	Februar	52
	März	120
	April	62
	Mai	95
	<b>Juni</b>	<b>54</b>
<b>Summe</b>		<b>603</b>
Durchschnitt		<b>60,3</b>



TABELLE 2 B: Anzahl der besiegelten Produkte in den Monaten der Anzeige

		Besiegelte Produkte pro Monat
2001	September	45
	Oktober	355
	November	622
	Dezember	226
2002	Januar	263
	Februar	1243
	März	1740
	April	974
	Mai	2167
	Juni	992
<b>Summe</b>		<b>8627</b>
<b>Durchschnitt</b>		<b>862,7</b>

Seit Bekanntgabe des Bio-Siegels sind bis zum 30.06.02 **298 Tage** vergangen, so kommen durchschnittlich auf jeden Tag 28,9 (Mai: 28,5; April: 23,1; März: 21,7) Bio-Siegel-Produkte und 2,02 (Mai: 2,05; April: 1,9; März: 1,9) besiegelnde Unternehmen.

## CHARAKTERISIERUNG DER BETEILIGTEN UNTERNEHMEN

### Betriebsart:

Betrachtet man die Aufteilung der beteiligten Unternehmen in die verschiedenen Betriebsarten, so zeigt sich im Vergleich zu den Vormonaten eine stabile Verteilung. Mit etwas über 37 Prozent (Mai: 38,4%; April: 40,3%, März: 39,4%) aller beteiligten Unternehmen stellen - wie in den Vormonaten - die verarbeitenden Betriebe das Gros beim Einsatz des Bio-Siegels. Mit etwas mehr als 14 Prozent ist der Handel sowohl im Fachhandel als auch im Lebensmitteleinzelhandel weiterhin gut vertreten. Die Erzeuger und Erzeugergemeinschaften (genau ein Viertel) gewannen zwar als Bio-Siegel-Nutzer wieder ein wenig an Bedeutung, sind aber nach wie vor relativ unterrepräsentiert. Betriebe mit mehreren Unternehmenszwecken (Kombination der Betriebsziele: Erzeuger, Verarbeiter, Händler) stellen im Juni knapp 24 Prozent der Zeichennutzer. Genauso wie bei der Erzeugergruppe ist hier wie im Mai ein leichter Zuwachs zu beobachten (siehe Tabelle 5).

TABELLE 3: Aufteilung der Unternehmen nach der Betriebsart - kumulierter Eintrag

Betriebsart	Juni		Mai	April	März	Februar
	Anzahl	Prozent	Prozente	Prozente		Prozente
Erzeuger	145	24,0	24,0	23,3	22,2	21,7
Erzeugergemeinschaften	6	1,0	0,9	0,9	0,8	1,1
<b>Verarbeiter</b>	<b>224</b>	<b>37,3</b>	<b>38,4</b>	<b>40,3</b>	<b>39,4</b>	<b>41,5</b>
Handel	85	14,1	14,2	14,1	15,1	14,3
Erzeuger und Verarbeiter	25	4,1	3,6	2,9	2,3	2,6
Erzeuger und Handel	31	5,1	4,6	4,2	4,7	3,7
Verarbeiter und Handel	59	9,8	10,0	9,9	11,0	11,0
Erzeuger / Handel / Verarbeitung	28	4,6	4,2	4,4	4,4	4,0

**Die Verarbeiter bilden mit 37 Prozent die größte Gruppe der Siegelnutzer.**

### Verteilung der Betriebe auf die Bundesländer

Bei der Verteilung der Unternehmen auf die Bundesländer hat sich eine leichte Verschiebung zu Gunsten von Baden-Württemberg und zu Lasten von Bayern ergeben. Nach wie vor sind Bayern (↓ 19,2 Prozent), NRW (↓ 17,3 Prozent), Baden-Württemberg (↑ 14,6 Prozent) und Niedersachsen (↑ 11,5 Prozent = Anteil der beteiligten Unternehmen) mit Abstand die Spitzenreiter.

**TABELLE 4:** Bio-Siegel nutzende Unternehmen in den verschiedenen Bundesländern

Bundesländer	Juni		Prozentual				
	Anzahl	Prozent	Mai	April	März	Februar	Januar
Baden Württemberg	83	14,6	13,4	13,2	13,7	15,0	17,0
Bayern	109	19,2	20,2	19,6	20,5	20,6	20,4
Berlin	11	1,9	2,1	2,4	2,7	2,8	1,9
Brandenburg	11	1,9	2,1	2,4	2,2	2,8	3,9
Bremen	3	0,5	0,6	0,5	0,5	0,8	0,5
Hamburg	10	1,8	1,9	2,1	2,2	2,0	2,4
Hessen	43	7,6	7,4	8,5	9,0	9,1	7,8
Mecklenburg-Vorpommern	8	1,4	1,4	1,4	1,1	1,2	1,5
Niedersachsen	70	12,3	11,5	11,3	11,2	11,1	10,7
Nordrhein-Westfalen	98	17,3	17,7	18,2	19,4	20,6	20,9
Rheinland-Pfalz	33	5,8	5,6	5,0	4,9	4,7	4,9
Saarland	12	2,1	2,3	2,8	2,5	2,9	1,9
Sachsen	34	6,0	6,0	5,4	2,7	2,8	1,9
Sachsen-Anhalt	4	0,7	0,8	0,7	0,8	0,4	0,5
Schleswig-Holstein	30	5,3	5,2	5,2	6,0	3,6	2,9
Thüringen	9	1,6	1,7	1,4	0,5	0,8	1,0
<b>Summe</b>	568						

**Bayern und NRW liegen wie in den Vormonaten unverändert an der Spitze.**

## WARENGRUPPEN

Hier läuft die Entwicklung, die sich in den letzten Monaten abzeichnete, in der Richtung weiter, dass die Vielfalt in den einzelnen Produktgruppen kontinuierlich zunimmt. Die Backwaren stellen unverändert ein Fünftel der Produkte und bleiben damit die stärkste Produktgruppe.

Im Vergleich zum Vormonat zeigt sich grundsätzlich keine große Veränderung in der Verteilung der Produkte in die Warengruppen. Im Frischebereich (MoPro und Obst/Gemüse) schreitet der Einsatz des Bio-Siegels schleppend voran. Der in den vorherigen Marktimplementierungsberichten immer als beachtenswert hoch beschriebene Anteil der Fertiggerichte (TK, Nass- und Trockenfertiggerichte) hat sich dagegen auf hohe 13 Prozent eingependelt.

TABELLE 5: Aufteilung der "besiegelten" Lebensmittel nach Warengruppen

Warengruppen	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni		Veränderung zum Vormonat
	%	%	%	%	%	%	Anzahl	
<b>Brot und Backwaren</b>	<b>21,4</b>	<b>16,4</b>	<b>24,2</b>	<b>21,3</b>	<b>21,8</b>	<b>20,8</b>	<b>1798</b>	<b>7,7</b>
Brotaufstriche und Pasten	3,4	3,4	4,2	3,9	4,4	4,1	352	4,8
Cerealien	3,0	2,1	1,8	1,8	2,1	2,3	195	22,6
Eier	0,1	0,4	0,4	0,3	0,5	0,6	53	39,5
Feinkost	4,0	4,2	3,6	3,6	3,5	3,3	283	5,2
Fette und Öle	2,3	1,5	1,2	2,1	1,8	1,6	140	4,5
Fleisch- und Wurstwaren	10,6	9,6	15,8	16,2	13,7	13,6	1176	12,4
Gemüse	4,0	2,8	2,4	2,5	2,8	2,7	235	9,8
Getränke (alkoholisch)	1,9	2,9	2,4	2,1	1,7	1,8	159	22,3
Getränke (nichtalkohol.)	3,7	3,1	2,6	2,5	2,5	2,5	215	10,8
Getreide und Hülsenfrüchte	4,8	3,4	2,2	3,4	3,5	3,3	288	9,5
Heißgetränke	1,8	1,9	10,0	8,4	7,1	6,4	551	2,2
Kräuter	0,8	11,1	6,8	5,8	4,1	3,7	317	0,3
Milch- und Molkereiprod.	4,4	5,0	4,1	3,6	4,2	4,3	367	14,0
Nassfertigprodukte	10,4	7,7	5,1	4,3	4,2	4,1	353	11,0
Obst	0,7	0,5	0,6	0,8	1,0	1,0	90	18,4
Saatgut	1,5	0,9	0,6	1,2	1,5	1,3	111	0,0
Sojaprodukte und Tofu	1,2	1,7	1,4	1,2	1,5	1,4	123	7,0
Sonstiges	0,2	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	24	4,3
Süßwaren	6,4	6,7	5,0	4,3	4,6	6,5	558	60,3
Teigwaren	5,2	8,2	5,2	4,6	3,8	3,7	322	12,6
Tiefkühlprodukte	1,5	1,0	1,0	0,9	0,8	2,0	175	173,4
Trockenfertigprodukte	6,0	4,8	5,7	4,9	7,4	7,3	633	12,2
Trockenfrüchte	0,8	0,6	0,4	0,5	1,3	1,2	107	8,1
Unverarbeitetes Futtermittel	0	0	0,04	0,04	0,03	0,02	2	0,0
Summe							8627	13,0