



# BIO-SIEGEL

## Nachrichten rund um das Bio-Siegel *report*

Ausgabe 02/2004

### Aktuelles

Bio-Produkte haben's drauf: Das staatliche Bio-Siegel

## Drei Jahre Bio-Siegel

Drei Jahre nach seinem Start ist das Bio-Siegel weiter auf Erfolgskurs: Knapp 23.000 Produkte von über 1.000 Unternehmen tragen es bereits. Durchschnittlich sind in diesem Jahr über 350 Bio-Produkte und 20 Unternehmen pro Monat neu hinzugekommen. „Das Bio-Siegel ist das Erkennungszeichen für Bio-Produkte“, erklärte Bundesverbraucherministerin Renate Künast. „Es bietet den Verbrauchern beim Einkauf von Lebensmitteln auf einen Blick Orientierung und Sicherheit und der Wirtschaft neue Wachstumsimpulse.“



### Inhalt

Prominente Bio-Fans	Seite 2
BIO AUSTRIA und das Bio-Siegel für Österreich	Seite 3
Messeberichte	Seite 4
Bio-Erlebnistag Köln	Seite 5
Großküchen im Bio-Trend	Seite 6
Bio & fair	Seite 7
Online-Portal Ökolandbau	Seite 8

„Wo ‚Bio‘ drauf steht, ist auch ‚Bio‘ drin!“, auf diesen Grundsatz können sich Verbraucher seit September 2001 verlassen. Nur Erzeuger und Hersteller, die nach den Bestimmungen der EG-Öko-Verordnung wirtschaften und sich den vorgeschriebenen Kontrollen unterziehen, dürfen ihre Produkte als Bio- oder Ökoware verkaufen und neben dem Markennamen zusätzlich mit dem Bio-Siegel kennzeichnen.

Das Lebensmittelsortiment mit dem Bio-Siegel wird täglich größer. Drei Jahre nach seiner Einführung gehört das Bio-Siegel zu den häufigsten Lebensmittelzeichen in Deutschland, ohne dass es den Zeichen der deutschen Öko-Anbauverbände Konkurrenz macht.

### Grußwort

Sehr geehrte Leser,

mit dem positiven Trend am Bio-Markt gewinnt auch der Einzelhandel ein frisches Gesicht. Bio-Produkte sind heute vielerorts erhältlich: Im traditionellen Bio-Handel und in konventionellen Handelsgeschäften ebenso wie in neuen Bio-Supermärkten oder in Discountern. Die Voraussetzungen für die Gewinnung neuer Bio-Kunden sind günstig. Bio-Produkte verfügen in der Bevölkerung insgesamt über ein positives, durch einen hohen wahrgenommenen Gesundheitswert, Produktsicherheit und Natürlichkeit geprägtes Image. Dennoch lässt der große Durchbruch im klassischen LEH noch auf sich warten. Dies hat plausible Gründe: Vergleicht man das Bio-Angebot der Handelsunternehmen, so finden sich weitgehend identische Sortimente. Die Preise sind z. T. immer noch deutlich zu hoch. Frischwaren sind unterrepräsentiert, zu häufig verpackt und schlecht platziert. Der Bio-Marktführer Tegot zeigt, was im Markt gehen könnte.

Chancen zur Profilierung nutzen vor allem einige selbstständige Kaufleute, indem sie ihre Kunden mit einem individuellen Bio-Angebot überraschen. Die Beweggründe der Verbraucher zum Bio-Kauf bieten dabei vielseitige Anknüpfungspunkte. So sind etwa 40 % der deutschen Bevölkerung auf Grund ihres Ernährungsverhaltens für Bio-Produkte grundsätzlich aufgeschlossen. Knapp 30 % haben ein ausgeprägtes Interesse an Lebensmitteln und gesunder Ernährung sowie Spaß am Kochen und Genießen. Weitere 10 % wünschen sich ein stärkeres Angebot an funktionellen oder vorgefertigten Bio-Lebensmitteln.

Der Bio-Markt mit seinen verschiedenen Zielgruppen bietet noch viel Potenzial für Händler wie auch Hersteller. Das Bio-Siegel hat bereits wesentlich dazu beigetragen, das Wachstumssegment Bio voranzubringen. Mit neuen und innovativen Vermarktungskonzepten kann der positive Verlauf noch weiter ausgebaut werden.

**Prof. Dr. Achim Spiller**  
Institut für Agrarökonomie,  
Universität Göttingen



Neues Konzept: Die Bio-Fans unter den Stars

# Prominenter Einsatz für Bio

**Mit neuem Konzept wird die Presse- und Medienarbeit des Bundesprogramms Ökologischer Landbau fortgesetzt – und zwar mit prominenter Unterstützung. Bekannte Schauspieler, Moderatoren, Autoren und andere Prominente aus der Unterhaltungsbranche setzen sich ab sofort medienwirksam für Bio ein. Sie geben abstrakten Bio-Themen ein sympathisches Gesicht und wirken als Türöffner für die Berichterstattung in verbrauchernahen Medien, die bisher nicht oder nur oberflächlich über den Ökolandbau und seine Produkte berichtet haben.**



**Barbara Hahlweg**  
(ZDF-Moderatorin)

„Bio-Produkte sind natürlich und kommen ohne chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel aus. Das schützt die Umwelt.“



**Manon Straché**  
(Schauspielerin)

„Ich zahle lieber ein paar Cent mehr für ein Bio-Ei, bevor ich Eier von Hühnern aus Legebatterien kaufe. Tiere sind Lebewesen, keine Produktionsmaschinen.“



**Jenny Jürgens**  
(Schauspielerin)

„Obst oder Gemüse aus ökologischem Anbau schmecken mir einfach besser. Die etwas höheren Preise nehme ich gerne in Kauf, denn ich weiß, ich tue mir mit Bio-Lebensmitteln etwas Gutes.“

Die prominenten Bio-Fans unterstützen das Thema Bio in erster Linie über die Pressearbeit in ihrer Region, indem sie beispielsweise bei lokalen Events mit den United Cooks Bio-Kochen zelebrieren, Autogrammstunden geben oder zu Kinder- und Jugendaktionen erscheinen. Als attraktive Gesprächspartner stehen sie auch für Beiträge in Hörfunk, Fernsehen und Presse zur Verfügung, bei denen sie glaubwürdig und authentisch von ihrer Vorliebe für Bio-Produkte berichten. Das Konzept stammt von der Agentur Pleon Kohtes Klewes, die aktuell mit der Umsetzung der Presse- und

Medienarbeit zum Ökologischen Landbau beauftragt wurde. Wie wichtig den Stars das Thema Bio ist, beweist die Tatsache, dass sie für ihren Einsatz kein Honorar erhalten. Dennoch haben schon zahlreiche Prominente ihre Unterstützung zugesagt, unter anderem die Schauspieler Sophie Schütt, Renan Demirkan, Birge Schade, Georg Uecker, die Comedy-Stars Christoph Maria Herbst und Anka Zink, die Moderatoren Barbara Hahlweg, Marco Schreyll und Ole Tillmann, Bestseller-Autorin Susanne Fröhlich, Sternekoch Ralf Zacherl und viele andere.

## Nachrichten

### Naturkostbranche im Aufwind

Die im Bundesverband Naturkost Naturwaren Herstellung und Handel e.V. (BNN) vertretenen Großhändler haben für das erste Halbjahr 2004 eine Umsatzsteigerung von durchschnittlich 5,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gemeldet. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2003 stieg der Gesamtumsatz von 228,1 auf 240,4 Millionen Euro. Als ausschlaggebend für dieses positive Signal wertete der BNN den Umsatzsprung von 9,4 Prozent im Frischbereich, also bei Obst, Gemüse und Milchprodukten. Der Umsatzanteil des Frischbereichs steigt seit 2001 kontinuierlich an und trägt inzwischen fast 60 Prozent zum Gesamtumsatz bei. An den regelmäßigen Umsatzabfragen des BNN beteiligten sich 18 Großhandelsunternehmen.

### PR-Leitfäden online

Infos und Tipps für die Verbraucheransprache im ökologischen Landbau und bei Bio-Produkten finden Interessierte in Form von PR-Leitfäden online unter [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de). Die Sammlung aus 80 Mustertexten und 52 Aktionsideen ist ein nützliches Instrument

für alle, die sich im Ökolandbau engagieren und mit kleinen, gezielten Projekten die Verbraucher oder Medien ansprechen wollen. Das Basis-Know-how zur Öffentlichkeitsarbeit richtet sich sowohl an landwirtschaftliche Betriebe als auch an regionale Verbände bis hin zu Verarbeitern, Bio-Händlern und Großküchen. Die verschiedenen Textvorlagen lassen sich herunterladen und jeweils individuell bearbeiten.

### Ethikmanagement für den Öko-Handel?

Das Kriterium „Bio“ ist nicht mehr allein ausschlaggebend für die Kaufentscheidung. Vielmehr achten die Verbraucher beim Einkauf im anonymen werdenden Ökomarkt zunehmend auch auf die Unternehmensethik. Viele konventionelle Händler bemühen sich seit Jahren gezielt um ein gutes ethisches Image. In der stärker auf Direktvermarktung und persönliche Kontakte ausgerichteten Naturwaren- und Naturkostbranche schien dies bislang nicht erforderlich zu sein. Dies könnte sich jetzt ändern, so dass nach der Ära des Umweltmanagements nun die Zeit der Ethikmanage-

mentsysteme anbrechen könnte. Deren Aufgabe ist es, betriebliche Managementkompetenz systematisch mit ethischen Anliegen zu verbinden. Den Unternehmen wird ein Orientierungsrahmen für alle ethisch bedeutsamen Bereiche gegeben, von der Lieferantenbeurteilung über die Personalauswahl bis zum gesellschaftlichen Engagement. Ob sich Konzepte des Ethikmanagements wie das „WertManagement-System“ des Konstanzer Zentrums für Wirtschaftsethik (ZfW) auch in der Naturkostbranche umsetzen lassen, wird derzeit im Rahmen eines Projektes des Bundesprogramms Ökologischer Landbau untersucht. Durchgeführt wird das Forschungsvorhaben vom Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Betriebliche Umweltpolitik (LAUB) der Universität Oldenburg in Zusammenarbeit mit dem ZfW und dem Bundesverband Naturkost Naturwaren Herstellung und Handel e.V. (BNN).

### Weitere Infos:

LAUB, Universität Oldenburg  
[www.laub-net.de](http://www.laub-net.de)

Das deutsche Bio-Siegel steht Pate: BIO AUSTRIA entwickelt das österreichische Pendant

# Ein Bio-Zeichen für Österreich



Roswitha Reisinger  
Geschäftsführerin BIO AUSTRIA

**Auf dem österreichischen Markt machen sich derzeit 13 Verbandszeichen, 28 Bio-Markenzeichen sowie das staatliche Bio-Zeichen der AMA (Agrarmarkt Austria) gegenseitig Konkurrenz. Das soll sich Anfang 2005 ändern: BIO AUSTRIA, der Zusammenschluss der österreichischen Bio-Bauern, entwickelt derzeit ein einheitliches, österreichisches Bio-Erkennungszeichen. Das deutsche Bio-Siegel stand dafür Pate.**

Österreich ist eine der führenden Bio-Nationen in Europa. Über 300.000 Hektar der landwirtschaftlichen Nutzfläche werden ökologisch bewirtschaftet, das entspricht einem Flächenanteil von 12,9 Prozent. Aktuell ist daher der Ausbau von Absatzmärkten für Bio-Produkte neben der Weiterentwicklung des Ökolandbaus die wichtigste Aufgabe der neuen Dachorganisation BIO AUSTRIA.

Bis 2008 soll das gemeinsame Bio-Erkennungszeichen etabliert sein, und zwar mit einem hohen Bekanntheitsgrad. Oberstes Ziel ist es, den Verbrauchern mit einem einheitlichen Bio-Erkennungszeichen Orientierung und Sicherheit beim Einkauf zu geben. Denn das derzeitige AMA-Bio-Zeichen hat zwar einen hohen Bekanntheitsgrad, wird aber von vielen Verbrauchern immer wieder mit dem konventionellen Gütesiegel der AMA verwechselt, da auch die konventionelle Landwirtschaft naturnah dargestellt wird. Hinzu kommt, dass in Österreich alle großen Ketten des Lebensmitteleinzelhandels eigene umsatzstarke Bio-Marken entwickelt haben, so dass der Markt für Bio-Produkte für die Verbraucher nur schwer überschaubar ist.

Im Interview schildert Roswitha Reisinger, Geschäftsführerin von BIO AUSTRIA, den aktuellen Stand der Entwicklung und die Ziele des österreichischen Biozeichens.

**BIO AUSTRIA legt Wert darauf, ein einheitliches Bio-Zeichen mit hohem Bekanntheitsgrad zu etablieren – Kriterien, die auch das deutsche Bio-Siegel auszeichnen. Inwiefern hatte es eine Vorbildfunktion?**

In Deutschland ist es mit einem einheitlichen Bio-Siegel gelungen, den Konsumenten die Erkennbarkeit von biologischen Lebensmitteln zu erleichtern. Das ist auch eines der großen Anliegen von BIO AUSTRIA – so gesehen kann man hier von einer Vorbildfunktion oder besser gesagt einer Gemeinsamkeit sprechen. Der hohe Bekanntheitsgrad des deutschen Bio-Siegels zeigt auch, dass es von den Konsumenten angenommen wird. Natürlich ist die Etablierung eines neuen, einheitlichen Bio-Siegels nur mit Hilfe einer großen Kampagne möglich. Hier hoffen wir auf eine Vorbildwirkung für die österreichische Politik und den Handel.

**In der österreichischen Presse wird im Bezug auf das einheitliche Biozeichen von Unstimmigkeiten zwischen AMA und BIO AUSTRIA berichtet. Warum möchten Sie ein neues Bio-Erkennungszeichen etablieren?**

In Österreich konkurrieren derzeit die beiden Biozeichen von der AMA und BIO ERNTE AUSTRIA, und ebenso die beiden dahinter liegenden Qualitätssicherungssysteme. Ziel von BIO AUSTRIA ist es daher, den Konsumenten EIN Bio-Erkennungszeichen anzubieten, hinter dem EIN Basisqualitätssicherungssystem steht, in das die gesamte Wertschöpfungskette eingebunden ist. Dazu haben wir Konzepte entwickelt und vor einem Jahr Gespräche mit der AMA aufgenommen. Ein Ergebnis konnte bisher noch nicht erzielt werden, vor allem weil wir unterschiedliche Vorstellungen zur Qualitätssicherung haben. Ein neues Bio-Erkennungszeichen ist aus unserer Sicht notwendig, weil wir damit den Konsumenten signalisieren, „da hat eine Weiterentwicklung stattgefunden“. Das bisherige Siegel weist ja nicht wirklich auf Bio hin und wird immer wieder mit dem konventionellen Gütesiegel der AMA verwechselt.

**Würden Sie in Kauf nehmen, dass das AMA-Biozeichen bestehen bleibt?**

Wir hoffen auf eine Einigung. Die Schaffung eines neuen, einheitlichen Bio-Erkennungszei-

chens ist voll und ganz im Sinne der Konsumenten, und dafür sollten sich alle Beteiligten anstrengen. Kommt es nicht zu Stande, überlegen wir die Etablierung eines BIO AUSTRIA-Qualitätssiegels.

**Wann wird das neue Bio-Erkennungszeichen am Markt eingeführt?**

Geplant war die Einführung des neuen Erkennungszeichens für Bio-Produkte mit Beginn 2005. Wir sind überzeugt, dass es im Lauf des ersten Halbjahres 2005 starten wird. 2008 soll das Zeichen mehr als 80 Prozent Bekanntheitsgrad haben.

**Was sind die dringlichsten Projekte von BIO AUSTRIA in der nächsten Zeit?**

Es gilt, die neue Struktur sowie den Prozess BIO AUSTRIA erfolgreich zu festigen und die Verhandlungen mit der AMA zu einem Abschluss zu bringen. Große Bemühungen gibt es für eine Absatzsteigerung im Milch- und Fleischbereich. Und hinsichtlich der agrarpolitischen Rahmenbedingungen (ÖPUL) sowie der Gentechnikfreiheit in Österreich wartet viel Lobbyarbeit auf uns.

## Der Verband

### BIO AUSTRIA

ist die neue, gemeinsame Organisation der österreichischen Biobauern, die Eigentümer und Mitglieder sind. Die 19 österreichischen Bioverbände bleiben bestehen und werden außerordentliche Mitglieder, mit denen Kooperationsvereinbarungen getroffen werden.

Alle Verbände haben in ihren Voll- oder Delegiertenversammlungen das Grundkonzept von BIO AUSTRIA angenommen. Auf Bundesebene hat BIO AUSTRIA den Auftrag, bereits 2004 verbandsübergreifend zusammenzuarbeiten, was seit Juni der Fall ist. Kürzlich wurde das BIO AUSTRIA-Büro Wien offiziell eröffnet, in das im Laufe des Sommers sechs Verbände eingezogen sind. Im nächsten Schritt werden die Statuten erarbeitet und das Verbandssiegel entwickelt. Anfang des Jahres 2005 wird BIO AUSTRIA offiziell und rechtlich an den Start gehen.

InterMeat/InterMopro: Viel Informationsbedarf am BMVEL-Stand „Ökologischer Landbau und Verarbeitung“

# Wachsendes Bio-Interesse

**Angesichts der positiven Entwicklung des Bio-Lebensmittelmarktes steigt der Informationsbedarf zum Thema Bio stark an. Die kostenlose Fachberatung und das umfassende Informationsangebot am Stand des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) waren bei den Fachbesuchern der InterMeat/InterMopro in Düsseldorf noch stärker gefragt als im letzten Jahr.**



Extrem-Bergsteiger Reinhold Messner auf der InterMeat/InterMopro am Stand des BMVEL

„Im Vergleich zum vergangenen Jahr ist der Informationsbedarf zum Thema Bio bei den Fachbesuchern deutlich gestiegen“, stellte Fachberater Michael Stienen fest. „Unternehmen vom kleineren Handwerksfachbetrieb bis zu großen Lebensmittelproduzenten nutzen das Angebot am Messestand ebenso wie Vertreter des Lebensmitteleinzelhandels.“ Vor allem Fragen zur Beschaffung von Bio-Produkten beschäftigen die Vertreter von Herstellern und Händlern. Wo bekommt man ökologisch produzierte Rohstoffe her? Wer kann dem Handel ein Bio-Vollsortiment liefern oder zumindest kontinuierliche Mengen zusagen? Mit diesen Problemen wandten sich zahlreiche Besucher auf der InterMeat/InterMopro an die Fachberater des BMVEL-Stands „Ökologischer Landbau und Verarbeitung“. Die Frage, ob Bio drin ist, wo Bio drauf steht, sei dank des staatlichen Bio-Siegels hingegen in den Hintergrund getreten, so die Experten.

Dass Bio-Produkte im Gesamtsortiment keine „Einzelgänger“ mehr sind, sondern die Verbraucher aus einer großen Produktvielfalt in Bio-Qualität wählen können, zeigte in Halle 4 eine umfangreiche Bio-Produktausstellung für Fleisch- und Wurstwaren sowie für Molkereiprodukte. Auf den Bio-Geschmack kamen die Fachbesucher spätestens beim Bio-Barbecue der Bio-Kochvereinigung „United Cooks of Nature“. Und auch unter den Käsesnacks an der CMA-Käsebar war Bio der Renner: Carsten Girlich (United Cook of Nature) demonstrierte dort ebenso gekonnt wie schmackhaft seine Liebe zu deutschem Bio-Käse.

Visionär ging es beim Bio InVision Camp® am Messestand des BMVEL zu: Fleischer- und Molkereimeister demonstrierten mit viel Kreativität und Innovationsfreude, wie sie sich die Bio-Zukunft vorstellen. Ihre Ideen hatten die angehenden Fleischer- und Molkereimeister zuvor in einem eintägigen Workshop erarbeitet.

## 1. Bio Handels-Forum in Köln

# Zukunftsmarkt Bio

**Schon heute werden im Einzelhandel 3 Mrd. Euro mit Bio-Lebensmitteln umgesetzt – Tendenz steigend. Vor allem der traditionelle Lebensmitteleinzelhandel bietet noch ein erhebliches ungenutztes Marktpotenzial, darin sind sich die Experten einig. Genau hier setzte das erste Bio Handels-Forum an, das am 21./22. September in Köln Premiere feierte. 170 Teilnehmer aus Lebensmitteleinzelhandel, Dienstleistungs- und Logistikbranche informierten sich über die Chancen einer erfolgreichen Bio-Vermarktung.**

Die inhaltliche Bandbreite des hochkarätig besetzten Kongressprogramms reichte von Analysen und Marktforschungsergebnissen bis hin zu erfolgreichen Konzepten, die mit Praxisbeispielen unterfüttert und in Workshops vertieft wurden. Ergänzend zum Tagungsprogramm zeigten 31 Bio-Hersteller in einer begleitenden Ausstellung ein umfassendes Sortiment von Bio-Produkten zur Erfüllung des Kundenwunsches nach Bio-Premiumprodukten im Lebensmitteleinzelhandel. Das Bundesministerium für

Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) war auf dem Bio Handels-Forum mit einer eigenen Infotheke, einer Bio-Produktausstellung sowie einem Schaukocher der Bio-Kochvereinigung „United Cooks of Nature“ vertreten.

Mit dem ersten Bio Handels-Forum ist es den Veranstaltern von Koelnmesse, bioPress Verlag, CMA Centrale Marketing-Gesellschaft

der deutschen Agrarwirtschaft mbH und BMVEL gelungen, eine neue und effektive Kommunikationsplattform für Entscheider im Bio-Segment des Lebensmitteleinzelhandels und der Lebensmittelhersteller zu etablieren. Dieses Fazit zogen die Veranstalter zum Abschluss der zweitägigen Kongressmesse. „Durch das Bio Handels-Forum haben wir ein Instrument an den Start gebracht, das für Hersteller und Handel wichtige Impulse für die Vermarktung und den Ausbau des Bio-Angebots gesetzt hat“, so Wolfgang Kranz, Geschäftsführer der Koelnmesse. „Wir werden das Bio Handels-Forum im Dialog mit unseren Partnern bedarfsgerecht weiterentwickeln. Alles in allem sind die Ergebnisse so ermutigend, dass wir das Thema zur kommenden Anuga und darüber hinaus weiterführen werden“, betonte Kranz.



Die Bio-Produktausstellung auf dem 1. Bio Handels-Forum in Köln

### Terminhinweis

Das 2. Bio Handels-Forum findet statt vom 11. bis 12. September 2006.

Über 15.000 Besucher genossen die „Arena der Sinne“ in der Innenstadt

# Bio-Erlebnistag NRW auf dem Kölner Neumarkt

**Vom belebten Innenstadtplatz wandelte sich der Kölner Neumarkt am 18. September zur „Arena der Sinne“. Genuss, Wohlbefinden und Sinnesfreude standen im Mittelpunkt des Bio-Erlebnistags, bei dem Landwirte, Verarbeiter und Bio-Händler zeigten, was der Ökolandbau zu bieten hat. Schaukochen, vielfältige Leckereien, Live-Musik und prominente Bühnengäste machten den Besuchern Lust, an den einzelnen Stationen der Arena Bio zu erleben.**

Gemeinsam mit dem Kölner Bürgermeister Manfred Wolf eröffnete NRW-Umweltministerin Bärbel Höhn den Bio-Erlebnistag Nordrhein-Westfalen auf dem Neumarkt. Das anschließende Bühnenprogramm bot Infotainment vom Feinsten: Schaukochen mit Küchenmeister Markus Haxter, Gartenbautipps mit WDR-Gärtnerin Ulrike Lindner, Tanzpantomime des Hackschen Hoftheaters sowie Live-Musik. Und nicht zuletzt Kinderspaß mit dem Umweltkasper und den berühmten Piraten „Die unsinkbaren Drei“ aus der WDR-Sendung Lili-puz. Das Programm lud nicht nur zum Zuschauen und Zuhören, sondern auch zum Mitmachen ein: Beim Publikumsspiel „Wer wird Bio'när“ gab es als Hauptgewinn ein Wochenende in einem Bio-Hotel zu gewinnen.

Zentrum der „Arena der Sinne“ war der Bio-Lustgarten. Hier luden Bio-Bauern und Verarbeiter des Ökomarktes Köln außerhalb der üblichen Marktzeiten zum Probieren und Genießen ihrer Produkte ein. Mit aufgezogenen Kochmützen brien, backten, kochten und grillten sie für die Besucher auf dem Neumarkt. Bio-Winzer kredenzt dazu Sekt und Wein aus ökologischem Anbau, Käsereien boten regionale Spezialitäten an und Bio-Gärtnerinnen und -Obstbauern frisches Obst und Gemüse. Wie gut Bio und gehobene Gastronomie zusammenpassen, demonstrierten die Köche des Bad Münstereifeler Restaurants „Bio Mio“. Im „Bistro Agraria“ servierten sie kleine Menüs und hochwertige Snacks aus der Bio-Küche.

Beschaulich und entspannt ging es in der Bio-Oase zu. Im Wellness-Zelt informierten Kosmetikerinnen und Experten über Naturkosmetik. Bei Schminkaktionen und Massagen konnten sich die Besucher verwöhnen lassen. Nebenbei gab es Informationen über Naturkosmetik und deren Bezugsquellen.



NRW-Landesumweltministerin Bärbel Höhn in der „Arena der Sinne“

Der ÖkoCampus war die Anlaufstelle für alle, die Fragen zum Thema Ökolandbau hatten: Woran erkennt man Bio-Produkte? Welche Richtlinien gibt es? Wer kontrolliert, ob sie eingehalten werden? Hier standen Fachleute der Öko-Anbauverbände und der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen den Verbrauchern Rede und Antwort. Kostenlose Infobroschüren rund um das Thema „Bio“ lagen für die Besucher bereit. Außerdem konnte man im ÖkoCampus Bio-Produkte probieren und ihre Qualität diskutieren – etwa bei verschiedenen Slow-Food-Geschmacksseminaren.

Der Kölner Bio-Erlebnistag wurde von den vier ökologischen Anbauverbänden Bioland, Demeter, Naturland und Biokreis, der Landwirtschaftskammer NRW sowie der Agentur tk-script als „Arbeitsgemeinschaft bio nrw“ mit Unterstützung der Stadt Köln ausgerichtet. Der Kölner „Bio-Erlebnistag“ war eine von bundesweit sechs Veranstaltungen in diesem Jahr, bei denen die „Arena der Sinne“ zu Gast ist. Die Bio-Erlebnistage sind ein Projekt des Bundesprogramms Ökologischer Landbau.

**Weitere Informationen:** [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de)

## Events

### Ausstellung Ökolandbau auf Tour durch Deutschland

Was ist das Besondere an der ökologischen Landwirtschaft? Wie werden Bio-Produkte vom Saatgut bis zur Ladentheke erzeugt und verarbeitet? Antworten darauf gibt die Wanderausstellung Ökolandbau, die noch bis Dezember 2004 in mehrfacher Ausfertigung durch Deutschland tourt und an insgesamt 100 Standorten zu sehen sein wird. Auf unterhaltsame Weise bietet sie Verbrauchern jedes Alters die Chance, sich ein Bild von der zeitgemäßen ökologischen Landwirtschaft und Lebensmittelverarbeitung zu machen. Ambiente und Technik der Ausstel-

lung spiegeln Modernität und Kreativität wider: Es gibt eine Fülle von mobilen Elementen, die von den Besuchern bedient oder bewegt werden können und zum Ausprobieren und Mitmachen anregen. Gestaltung, Bild- und Tontechnik verbinden sich zu einer elementaren Sinneserfahrung für die Besucher. Die Wanderausstellung ist eine Maßnahme des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Weitere Informationen sowie die aktuellen Tour-Termine sind im Internet abrufbar: [www.wanderausstellung.org](http://www.wanderausstellung.org) oder [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de).

Schon in jeder dritten Großküche stehen Bio-Produkte auf dem Speiseplan

# Großküchen im Bio-Trend

**„Bio“ wird immer häufiger auch außer Haus angeboten: Schon ein Drittel der Großküchen verwenden ökologisch erzeugte Produkte, so das Ergebnis einer aktuellen repräsentativen Umfrage der Universität Hohenheim im Auftrag des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Die Großküchen der Gemeinschaftsverpflegung könnten zum Trendsetter werden und Bio-Produkte der breiten Masse schmackhaft machen – vorausgesetzt, Küchen- und Geschäftsleitung unterstützen das innovative Küchenkonzept.**

Die Forscher der Universität befragten die Verantwortlichen von 618 Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung und 676 Küchen der Gastronomie, ob und in welchem Umfang sie Zutaten aus ökologischem Anbau verwenden. 31 Prozent gaben an, ökologisch erzeugte Lebensmittel nach EG-Öko-Verordnung zu verwenden. Vor allem Kartoffeln, Eier, Gemüse und Obst aus ökologischem Anbau sind in den Großküchen gefragt. Als Gründe gaben die Befragten Gesundheits-, Qualitäts- und Umweltaspekte an. Küchen in Vorsorge- und Reha-Einrichtungen, Kindertagesstätten sowie Kinderheimen, deren Küchenkonzept besonders durch Motive wie Gesundheit und Ökologie geprägt ist, verwenden überdurchschnittlich viele Bio-Lebensmittel.

„Nur wenn Bio Unterstützung ‚von oben‘ erhält, kann sich Bio-Essen auch in den übrigen Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung auf breiter Front durchsetzen“, ist sich Diplom-Sozialwissenschaftlerin Jana Rückert-



John sicher. Die Studie zeige aber auch, dass nicht nur Geschäfts- und Küchenleitung gefragt sind, um Bio-Produkten in Großküchen eine Chance zu geben.

## Akzeptanz auf allen Ebenen

Auch bei den Küchenmitarbeitern, Lieferanten und Gästen müsse die Akzeptanz stimmen: „Die vielen Akteure in der Außer-Haus-Verpflegung müssen an einem Strang ziehen, sonst verpassen sie den Trend“, so Jana Rückert-John.



## „10 % Bio – das kann jeder!“

Unter diesem Motto informiert das Bundesprogramm Ökologischer Landbau mit einer Informationskampagne Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung. Schon das Motto zeigt, dass es nicht vorrangig darum geht, Speisenplanung und Einkauf in den Großküchen komplett auf Bio-Zutaten umzustellen. Auf Veranstaltungen und in Workshops werden mögliche Wege aufgezeigt, Bio-Produkte möglichst kostenneutral und dennoch wirksam in das Speisenangebot zu integrieren.

[www.biokannjeder.de](http://www.biokannjeder.de)

## Brandenburg

### Neuer Studiengang Ökolandbau und Vermarktung

30 Studierende werden in den kommenden drei Jahren an der brandenburgischen Fachhochschule Eberswalde den bundesweit ersten Bachelor-Studiengang „Ökolandbau und Vermarktung“ absolvieren. Neben einer umfassenden landwirtschaftlichen Ausbildung stehen Kenntnisse in Vermarktung, Unternehmensführung und Produktqualität auf dem Lehrplan. Die Ausbildung wird praxisnah in enger Kooperation mit ökologisch wirtschaftenden Partnerbetrieben der Region Barnim/Uckermark organisiert. Mit dem neuen Studienangebot soll der Bedarf an hoch qualifizierten landwirtschaftlichen Fachkräften gedeckt werden, der sich aus der modernen, multifunktionalen Landwirtschaft ergibt. Schirmherrin des neuen Ausbildungsangebots ist Bundeslandwirtschaftsministerin Renate Künast.

#### Weitere Informationen:

[oekolandbau@fh-eberswalde.de](mailto:oekolandbau@fh-eberswalde.de)  
oder [www.fh-eberswalde.de/oelbv](http://www.fh-eberswalde.de/oelbv)

Marktinformationen zu Öko-Milch und Öko-Molkereiprodukten

# Anteil an Bio-Milch stabil

**Im Jahr 2003 wurden in Deutschland laut Statistik des Bundesverbraucherministeriums (BMVEL) 317.000 Tonnen „nach besonderen Regeln erzeugte“ Milch an Molkeereien geliefert. Der Anteil von Milch an der gesamten Milchanlieferung, die als Bio-Milch abgerechnet wurde, blieb im Vergleich zum Vorjahr mit etwa 1,3 Prozent unverändert.**



Insgesamt wurde im vergangenen Jahr 8,6 Prozent mehr Bio-Milch als 2002 an die Molkeereien geliefert. Im Vergleich dazu erhöhte sich die gesamte Milchlieferung in Deutschland um 2,6 Prozent.

Einen guten Überblick über Nachfragevolumina, Umsatzgrößen und Marktanteile liefert die neue Broschüre „Marktinformationen zu Öko-Milch & Öko-Molkereiprodukten in Deutschland“ des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft. Die Broschüre basiert auf Daten aus dem AC Nielsen Handelspanel sowie aus einem Projekt des Bundesprogramms Ökologischer Landbau, die im Auftrag der ZMP/CMA über das Mailpanel der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ermittelt wurden.

**Unter [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de) steht die Öko-Milch-Broschüre zum Download bereit**



## Aktuelles

Steigender Bio-Anteil bei fair gehandelten Produkten

# Doppelt genießen: Bio & fair

**Immer mehr fair gehandelte Produkte stammen aus kontrolliert ökologischem Anbau. Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung ergänzen sich die Prinzipien des Fairen Handels und des ökologischen Landbaus ideal.**

Mehr als 40 Prozent der fair gehandelten Nahrungsmittel sind bereits Bio-Produkte und



tragen neben dem TransFair-Zeichen auch ein Bio-Siegel – Tendenz steigend. Die Geschäftsentwicklung der gepa, die überwiegend mit biologisch angebauten Produkten handelt, weist in dieselbe Richtung: Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte der gepa-Umsatz in Supermärkten um 16 Prozent gesteigert werden. Dabei habe insbesondere das „Bio und fair“-Regal mit einem kompakten Produktangebot auf kleinem Raum eine wichtige Rolle gespielt, so gepa-Geschäftsführer Thomas Speck bei der Vorlage des Geschäftsberichts.

Neben strengen sozialen und wirtschaftlichen Kriterien wird im Rahmen des Fairen Handels viel Wert auf eine nachhaltige Produktion im Einklang mit der Natur gelegt. Dabei kommen umweltverträgliche und schonende Anbau- und Verarbeitungsmethoden zum Einsatz. Die grundlegenden Menschenrechte werden eingehalten, Kinderarbeit ist verboten und die Arbeiter erhalten faire Löhne sowie eine soziale Absicherung. Die bundesweit in vielen

Supermärkten, Kaufhäusern und Weltläden erhältlichen fair gehandelten Produkte stehen damit für Qualität auf ganzer Linie.



## Messetermine

**18.11.2004**

Bio-Infomarkt für Köche und Küchenleiter, im Anschluss Eröffnung der GOURMET-Messe Dresden

**21.01.2005**

Internationale Grüne Woche Berlin

**24.02.2005**

BioFach Nürnberg

**16.03.2005**

BioPro Essen

Das Bio-Siegel – etabliertes Erkennungszeichen für Bio-Lebensmittel

# Die Erfolgsstory geht weiter

**Mit einem Bekanntheitsgrad von knapp 70 Prozent hat sich das Bio-Siegel neben den Markenzeichen der Öko-Anbauverbände zum maßgeblichen Erkennungszeichen für Bio-Lebensmittel entwickelt.**

Bis zum 30. September 2004 haben 1.184 Unternehmen die Nutzung des Bio-Siegels für 22.925 Produkte bei der Informationsstelle Bio-Siegel angezeigt. Die Produktvielfalt nimmt in allen Warengruppen fast gleich stark zu, am häufigsten tragen nach wie vor Brot und Backwaren sowie Fleisch- und Wurstwaren das Bio-Siegel. „Convenience“-Produkte holen jedoch kräftig auf: Schon rund 30 Prozent der mit dem Bio-Siegel gekennzeichneten Lebensmittel gehören zu dieser Warengruppe, die Tiefkühlprodukte und andere verarbeitete Produkte umfasst.

Der Großteil der Unternehmen, die das Bio-Siegel für ihre Produkte nutzen, stammt aus dem verarbeitenden Bereich (31,7 Prozent), gefolgt von Unternehmen mit Mischfunktion (29,6 Prozent), die neben der Tätig-

keit als Verarbeiter Bio-Produkte auch erzeugen oder handeln. Die Landwirte stellen rund 24,3 Prozent der Betriebe und jedes siebte Unternehmen (15,4 Prozent) ist dem Fach- oder Lebensmitteleinzelhandel zuzurechnen.

## Unkomplizierte Anmeldung

Unternehmen, die ökologisch produzierte Lebensmittel (nach EG-Öko-Verordnung) mit dem Bio-Siegel kennzeichnen wollen, müssen diese vor dem In-Verkehr-Bringen bei der Informationsstelle Bio-Siegel anzeigen. Dort werden die Produkte erfasst und monatlich in einem Marktimplementierungsbericht statistisch aufbereitet. Der Bericht steht im Internet zum Download bereit. Über die Internet-Datenbank der Informationsstelle Bio-Siegel können Siegel-Nutzer und Interessenten zudem online Produkte anmelden, ihre Daten bearbeiten oder Siegel-Nutzer nach Kriterien wie Produktgruppen oder regionalen Vorgaben komfortabel recherchieren.

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

## Nachrichten

Fachinformationsportal Ökolandbau NRW

# Neues Online-Portal

**Im August ist das NRW-Portal zum Ökolandbau unter [www.oekolandbau.nrw.de](http://www.oekolandbau.nrw.de) überarbeitet ans Netz gegangen.**

Es bietet vorrangig Landwirten und Gärtnern, aber auch Verbrauchern, Fachberatern und Multiplikatoren umfassende Informationen zu allen Themen des ökologischen Landbaus. Das Fachinformationsportal ist über-

sichtlich in die drei Bereiche „Umstellung“, „Fachinfo“ und „Service“ gegliedert. Die Grundlagen des ökologischen Landbaus sind im Bereich Umstellung abrufbar. Weiterführende Fakten zu speziellen Fachthemen wie beispielsweise zur Haltung, Fütterung und Gesundheit von Nutztieren sowie aktuelle Informationen aus der Beratung werden unter „Fachinfo“ angeboten. Im Servicebereich sind beispielsweise Ergebnisse aktueller Anbauversuche sowie ein Überblick zu Beratungsangeboten verfügbar. Aktuelle Meldungen sowie Adressen, Termine und ein Marktplatz ergänzen das Angebot.

Das Fachinformationsportal ist ein Projekt der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen und des Ministeriums für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz NRW.

[www.oekolandbau.nrw.de](http://www.oekolandbau.nrw.de)

## Kontakt Bio-Siegel

### Informationsstelle Bio-Siegel

Godesberger Allee 125-127  
53175 Bonn  
Tel. 02 28 / 536 89 - 0  
Fax 02 28 / 536 89 - 29  
[info@bio-siegel.de](mailto:info@bio-siegel.de)

### Internetangebote

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

## Nachrichten

### Brandenburg: Bio macht Schule

Zum Beginn des neuen Schuljahres gab der brandenburgische Bildungsminister Steffen Reiche den Startschuss für die Bildungsinitiative „BIOmachtSCHULE“. Ziel der öffentlich-privaten Partnerschaft ist es, die Kinder wieder auf den Geschmack natürlicher Lebensmittel zu bringen.

Die Themen Ökologischer Landbau und Bewusste Ernährung werden im laufenden Schuljahr an brandenburgischen Schulen aufmerksamkeitsstark vermittelt. Dazu legt das Bildungsministerium mit Unterstützung des Hersteller-Netzwerkes „Bio in Markenqualität“ ein umfangreiches Programm für Schüler, Lehrkräfte und Eltern auf, das beispielsweise einen Bio-Kochwettbewerb oder einen Bio-Jugendmedienpreis für Schülerzeitungen umfasst.

### Mehr Bio-Förderung im Nordosten

Mecklenburg-Vorpommern wolle den Absatz von Bio-Produkten stärker fördern, kündigte Landwirtschaftsminister Till Backhaus an. Wie AgraEurope berichtete, müsse sich der Schwerpunkt dabei weg von der Angebots- hin zur Nachfrageseite entwickeln. Höhere Fördersätze bei den Erzeuger-Zusammenschlüssen sollten demnach künftig zusätzliche Anreize in der Vermarktung setzen. Der Ökolandbau in Mecklenburg-Vorpommern müsse unter anderem durch die Entwicklung von Marketingstrategien auf hohem Niveau stabilisiert werden, so der Landesminister.



## Impressum

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

### Herausgeber:

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

Initiiert durch das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft

### Redaktion:

Pleon Kohtes Klewes GmbH  
Kaiserstr. 33  
53113 Bonn  
[www.pleon.com](http://www.pleon.com)