

Deutschlandkarte

Die Bioladen-Dichte

In welchen Teilen Deutschlands neigen die Menschen eher zu Müsli und Biomilch? Und wo greift man lieber nach der Fleischwurst? Unsere Karte zeigt es

Wo gibt es die meisten Bioläden in Deutschland?

Wer Müsli und Biomilch frühstückt, der möchte der Natur und sich selbst Gutes tun. Dieses Verlangen ist unter Akademikern offenbar weitverbreitet. Jedenfalls gibt es, [wie unsere Karte zeigt](#), in Studentenstädten mehr Bioläden: vor allem in Freiburg, Regensburg und Heidelberg.

Offenbar neigt der süddeutsche Akademiker noch etwas stärker als der norddeutsche zum Bioprodukt, was daran liegen könnte, dass die Menschen im Süden wohlhabender sind, oder auch daran, dass im Norden die Landwirtschaft seltener ökologisch ist, und gerade unter Akademikern ist der Leitsatz verbreitet, man solle lokale Produkte kaufen.

Das Ost-West-Gefälle ist übrigens weniger groß als das zwischen dem Ruhrpott (und den Städten drum herum) und dem restlichen Deutschland. In Gelsenkirchen muss man von einer wahren Müslifeindlichkeit sprechen. Auch wenn dort längst nicht mehr jeder unter Tage arbeitet, so hat sich die Annahme gehalten, dass ein Müsli vielleicht gesund sei, richtig satt mache jedoch eher eine ganz normale mit Fleischwurst belegte Doppelstulle.

Mehr zum Thema

- [Deutschlandkarte Grüne Bürgermeister](#)

Recherche: Friederike Milbradt

<http://www.zeit.de/2009/45/Deutschlandkarte-45>

Bye-bye Biolädchen (TAZ 7.8.2008)

VON JOST MAURIN

Der Boom in Bio-Fachgeschäften ist vorbei. Erstmals seit mehr als fünf Jahren haben auf Öko-Lebensmittel spezialisierte Läden in einem Quartal weniger verkauft als im Vorjahreszeitraum. Das ist das Ergebnis des aktuellen Umsatzbarometers Biohandel. Auch das Fachhandelsbarometer Naturkost stellt einen Einbruch fest. Als Grund für den Umsatzrückgang bei den klassischen Bioläden nennen Branchenexperten unter anderem die Inflation und die Konkurrenz durch konventionelle Supermarktketten.

Um durchschnittlich 2,1 Prozent sei der Umsatz bei Bio-Fachgeschäften in den Monaten April bis Juni zurückgegangen, sagte Umsatzbarometer-Herausgeber Klaus Braun der taz am Mittwoch. Horst Hartmann ist in seinem Fachhandelsbarometer Naturkost sogar noch ein bisschen pessimistischer. Er kommt auf ein Minus von 2,8 Prozent. Die Differenz erklärt sich dadurch, dass Braun mehr größere Läden berücksichtigt als sein Konkurrent.

Für Deutschlands rund 3.000 Biogeschäfte stellt der Rückgang eine völlig neue Situation dar. Ihre Umsätze waren in den vergangenen Jahren im Schnitt stets kräftig gewachsen, so zuletzt 2007 um 9,6 Prozent. Nun verzeichnete Braun das erste Mal seit 2003 ein Quartal im Minus.

"Am Schlimmsten sieht es bei den kleinen Läden aus", sagt der Biobranchen-Experte. So hätten Hofläden drei Prozent eingebüßt. Die Bio-Supermärkte dagegen kamen mit einem Minus von 2,1 Prozent davon. "Auf größerer Fläche kauft der Kunde mehr", erklärt Brauns Konkurrent Hartmann. Dort könnten die Händler ihre Produkte übersichtlicher präsentieren. "Der Einkaufskomfort ist besser."

Für Braun steht aber auch fest: "Der Bioboom allgemein ist nicht vorbei." Denn der Anteil von Öko-Produkten an allen verkauften Lebensmitteln wachse weiter. Braun sieht den wichtigsten Grund für den Rückgang bei den Fachgeschäften deshalb vor allem in der Konkurrenz durch die konventionellen Ketten, die ebenfalls Bioprodukte verkaufen. "Der konventionelle Lebensmittelhandel hat stark aufgerüstet", sagt Hartmann.

Tatsächlich haben Ketten wie Edeka, Aldi und Plus nun ebenfalls hunderte Öko-Waren im Angebot. Bereits in der Vergangenheit profitierten die Konventionellen stärker vom Wachstum des Bio-Umsatzes als die Fachhändler. "Und jetzt schwindet wegen der gestiegenen Inflation die Kaufkraft der Leute. Deshalb kaufen sie weniger oder billiger Bio", erklärt Braun. Billiger - das können die Discounter schon wegen ihrer schieren Größe besser als der Öko-Fachhandel.

Auch die Zukunft sieht eher düster für die Kleinen aus: Für das gesamte Jahr 2008 rechnen beide Marktforscher für die bisher erfolgsverwöhnte Branche allenfalls "mit einer schwarzen Null" - weder Plus noch Minus.

Die Marktforscher geben die kleinen Läden aber noch nicht verloren. "Sie müssen sich profilieren", sagt Hartmann. Er empfiehlt den Händlern, auf ein Vollsortiment zu verzichten und sich zu spezialisieren: zum Beispiel auf Brot, Käse oder Frischprodukte. "Außerdem müsste man sich mal wieder auf die sinnvollen Dinge besinnen, die auch von den Kunden honoriert werden." So sollten die Läden ihr Umweltbewusstsein stärker herausstellen und auf klimafreundliche, regional und fair erzeugte Waren setzen. "Stattdessen kriegen wir Bananen aus Gott-weiß-woher", meint Hartmann.

Aber dass dieser Wandel notwendig ist, scheinen bisher nur wenige Händler erkannt zu haben. So sei das Thema Klimawandel bei vielen Händlern noch nicht angekommen, sagte Hartmann. Und das kann er auch mit Zahlen belegen: Auf die Frage nach dem Engagement der Läden beim Thema CO₂-Belastung antworteten 47 Prozent, sie hielten es noch für unbedeutend oder äußerten sich überhaupt nicht dazu. Hartmann: "Die Branche hat ihre neuen ethischen Aufgaben noch gar nicht aufgegriffen."

Er hofft nun, dass die Umsatzrückgänge die Händler wachrütteln. "Die Leute bewegen sich erst, wenn es wehtut", sagt der Branchenexperte. Beschleunigen will er den Bewusstseinswandel mit einem Fachkongress im November in Berlin. Dort sollen Händler über Alternativen zu ihrem in Schwierigkeiten geratenen Geschäftsmodell diskutieren.

<http://www.taz.de/1/archiv/digitaz/artikel/?ressort=sw&dig=2008%2F08%2F07%2Fa0054&cHash=c610b7b315>

Hauptgeschäft für Bio-Käufer



Angaben in Prozent

40,5 Super-/Verbrauchermarkt

25,9 Discounter

3,1 Drogeriemarkt

8,3 Kleiner Bio-Laden

8,3 Wochenmarkt

7,5 Bio-Supermärkte

3,9 Bio-Bauern

2,4 Reformhaus

Quelle: Hauptverband des Deutschen Einzelhandels; Grafik: taz

Boom bei Biolebensmitteln wird schwächer

Noch vor einem Jahr lagen die Wachstumsraten von frischen Ökolebensmitteln bei rund 20 Prozent. Jetzt sind es nur noch 3,9 Prozent. Als Gründe machen Marktforscher Lieferprobleme und eine getrübbte Konsumstimmung aus

BERLIN taz Das Wachstum in der Biobranche schwächt sich ab. Zwar gaben die Verbraucher in Deutschland im 1. Halbjahr 2008 für frische Ökolebensmittel noch 3,9 Prozent mehr aus als im Vorjahreszeitraum, damals aber waren die Ausgaben in konventionellen und Fachgeschäften im Jahresvergleich um rund 20 Prozent gewachsen.

Besser sieht es bei verarbeiteten Produkte wie Müsli im herkömmlichen Lebensmitteleinzelhandel aus: Der Umsatz wuchs um rund ein Drittel. Doch auch hier verlangsamte sich das Wachstum, denn vor einem Jahr hatte das Plus noch 45 Prozent betragen. Die aktuellen Zahlen stammen von der Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für

Agrarprodukte (ZMP), die sich ihrerseits auf das Forschungsinstitut Nielsen und die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) beruft.

Als Gründe nannte der Leiter der ZMP-Marktforschung, Paul Michels, unter anderem Angebotsengpässe bei Frischware. "Zeitweise fehlten beispielsweise Möhren, Zwiebeln und Kartoffeln in den Regalen einiger konventioneller Ketten", sagte der Experte. Aber auch die höheren Preise für Nahrungsmittel, Kraftstoff und Energie machten sich bemerkbar. "Sporadische Biokunden haben auch mal einen Bioeinkauf weggelassen, den sie sich vor einem Jahr noch in besserer Konsumstimmung gegönnt haben", erklärte Michels.

Zudem gibt es laut ZMP weniger Markteinführungen neuer Bioprodukte, die meist automatisch ein Umsatzplus bringen. Schließlich bieten schon sehr viele Ketten und Hersteller solche Waren an. Da bleibt weniger Raum für Innovationen.

Ein Biofachmann, der nicht namentlich genannt werden wollte, wies auch auf die Schwierigkeiten bei der Biosupermarktkette Basic hin. Die hatte bislang stets neue Filialen eröffnet, seit dem geplatzten Einstieg des Discounters Lidl ist mit der Expansion erst einmal Schluss.

Branchenvertreter gaben sich aber keinesfalls beunruhigt, weil das Umsatzwachstum zurückgeht. "Angesichts eines knappen Angebotes an Biowaren konnte nicht mit einem anhaltenden Wachstum von 15 bis 18 Prozent gerechnet werden", sagte Alexander Gerber, Geschäftsführer des Spitzenverbands Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW). Die größte Ökobauernorganisation Bioland bewertete die Zahlen als durchaus positiv. "Bio wächst gegen den Trend", erklärte Sprecher Gerald Wehde. Die Zuwächse bei Ökolebensmitteln seien immer noch größer als bei konventionellen.

Beide Verbändevertreter nutzten die Daten, um alte Forderungen zu erneuern. Zum Beispiel Gerber: "Wir brauchen mehr Landwirte, die Bio produzieren." Wehde verlangte deshalb, die Subventionen für Biobauern zu erhöhen. Der BÖLW gab auch eine Empfehlung an seine eigenen Leute: "Wir müssen kommunizieren, dass Bio nicht gleich hochpreisig ist." Oft lägen die Kosten für Ökoprodukte im Mittelfeld der Spanne zwischen billigen und teuren konventionellen Waren. JOST MAURIN

[http://www.taz.de/1/archiv/print-archiv/printressorts/digi-
artikel/?ressort=wu&dig=2008%2F09%2F05%2Fa0057&cHash=c4990d5a66](http://www.taz.de/1/archiv/print-archiv/printressorts/digi-
artikel/?ressort=wu&dig=2008%2F09%2F05%2Fa0057&cHash=c4990d5a66)

Neues Online-Portal für Produktdaten im Naturkostfachhandel

Posted By [food-monitor](#) On 7 . November 2008 @ 13:51 In [Bio und Ökolandbau](#)
Datenaustausch: schnell, einfach und fehlerfrei - dafür steht das neue Online-Portal für Produktdaten, das der BNN Herstellung und Handel in Kooperation mit ecoinform, der größten Datenbank für Bio-Produkte in Deutschland, entwickelt hat und das ab sofort auf der BNN-Homepage freigeschaltet ist.

Herstellerportal Produktdaten: Vereinfachter Datentransfer - verbesserte Kommunikation

Der Transfer vollständiger und aktueller Daten zu den verfügbaren Bio-Produkten ist auch im

Naturkostfachhandel das A und O für den reibungslosen Ablauf von Ein- und Verkauf. Mit dem neuen zentralen Eingabeverfahren haben alle Naturkosthersteller die Möglichkeit, ihre Artikeldaten komfortabel und zuverlässig einzupflegen - Dopplungen und Fehler werden so vermieden. Der Arbeitsaufwand im Unternehmen reduziert sich spürbar, da die Daten nur einmal eingegeben werden müssen und anschließend an die Handelspartner weitergegeben werden. Mit der BNN-Produktdatenerfassung werden außer den Daten, die zur Identifikation eines Produkts erforderlich sind, zusätzlich Qualitätsparameter wie die Aromenkategorie (nach der BNN-Aromenempfehlung), das Identifikationskürzel und die Erfüllung des BNN-Volldeklarationsbeschlusses erfasst.

Der BNN Herstellung und Handel ist Schirmherr dieses Projekts und übernimmt für die ersten 50 Unternehmen, die sich neu an der Erfassung der Produktdaten beteiligen, als Anreiz die Zugangs- und Einweisungskosten in das System. Hersteller, die bereits beim BNN ihre Artikeldaten angegeben haben, können über das neue Portal auf ihre Daten zugreifen und diese kostenlos bearbeiten. Nach einmaliger Anmeldung stehen den Herstellern dort komfortable Tools zur Eingabe und Pflege der elementaren Produktdaten zur Verfügung. Dateneingaben und Aktualisierungen werden nur noch einmalig in diesem Portal durchgeführt. Naturkostgroßhändler im BNN erhalten die Daten wie bisher ebenfalls kostenlos. Nicht im BNN organisierte Unternehmen zahlen eine einmalige Gebühr.

Quelle: BNN

Article printed from food-monitor: <http://www.food-monitor.de>

URL to article: <http://www.food-monitor.de/agrar/bio-und-oekolandbau/neues-online-portal-fuer-produktdaten-im-naturkostfachhandel/>

19.11.2008 | 09:43 Uhr

Verbraucher wollen umweltfreundliche Agrarpolitik Greenpeace: Geplante Agrarbeschlüsse verschärfen Klimaproblem

Hamburg/Brüssel (ots) - Nach einer aktuellen Umfrage von Greenpeace spricht sich eine große Mehrheit der Bundesbürger für eine klimafreundliche europäische Landwirtschaftspolitik aus. Dazu zählt die Kürzung der Agrarsubventionen zugunsten von mehr Klima- und Umweltschutz (60,6 Prozent der Befragten). Außerdem soll die Milcherzeugung auf den Bedarf im Binnenmarkt begrenzt bleiben (75,5 Prozent). Die aktuell in Brüssel zu einem "Gesundheitscheck" der Agrarpolitik tagenden Landwirtschaftsminister planen hingegen eine Erhöhung der Milchquoten um fünf Prozent. Nach Schätzungen von Greenpeace müssten dafür allein in Deutschland 200.000 Kühe mehr gehalten werden. Die Treibhausgasemissionen der Tiere würden rund einer Million Tonnen CO₂ entsprechen. Ebenso viele Klimagasen stoßen eine halbe Million Autos aus.

"Von einem Gesundheitscheck kann hier keine Rede sein", sagt Martin Hofstetter, Landwirtschaftsexperte von Greenpeace. "Die europäische Landwirtschaft leidet nicht unter Schnupfen, sie hängt am Subventionstropf auf der Intensivstation. Mit ihren Beschlüssen verschärfen die europäischen Agrarminister Umwelt- und Klimaprobleme und treiben gleichzeitig bäuerliche Betriebe in den Ruin. Fünf Prozent mehr Milch bedeuten steigende Treibhausgasen, sinkende Erzeugerpreise und teure Überschüsse."

Im Auftrag von Greenpeace hat die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im November 2008 eine repräsentative Umfrage unter 1.000 Bundesbürgern durchgeführt. Drei Viertel der Befragten stimmten einer Begrenzung der Milchproduktion zu, auch wenn dies zu höheren Preisen führen würde. Für den subventionierten Export von überschüssigen Molkereiprodukten setzten sich dagegen nur ein Drittel der Befragten ein.

"Den Verbrauchern liegt eine gerechte Bezahlung der Milchbauern mehr am Herzen als die Exportinteressen der Molkereiindustrie", sagt Hofstetter. "Trotzdem ruft der Milchindustrieverband nach neuen Exportsubventionen. Da es aber weder innerhalb noch außerhalb der EU eine zusätzliche Nachfrage nach Milchprodukten gibt, füllen sich die Lager schon wieder mit Milchpulver und Butter."

Greenpeace fordert die Agrarminister auf, die Milcherzeugung auf den tatsächlichen Bedarf zu begrenzen und einen größeren Anteil der Fördermittel für Klimaschutzmaßnahmen zu verwenden. Durch eine Klimasteuer auf Stickstoffdünger, ein Verbot von Grünlandumbruch, eine Wiedervernässung von Moorböden und der Reduzierung der Fleisch- und Milcherzeugung könnte zudem rund die Hälfte der Klimagas-Emissionen aus der Landwirtschaft eingespart werden.

Achtung Redaktionen: Rückfragen bitte an Martin Hofstetter, Tel. 0171-8706 645 oder Pressesprecherin Simone Miller, Tel. 0171-8706 647. Die GfK-Umfrage finden Sie im Internet: www.greenpeace.de.

http://www.presseportal.de/pm/6343/1304455/greenpeace_e_v

17.11.2008 | 09:55 Uhr

Ökobarometer 2008: Discounter legen beim Verkauf von Bioprodukten zu Biofachhandel mit Vertrauensbonus



Ökobarometer 2008 / Bevorzugter Einkaufsort und Vertrauen in Biowaren. / Die ...

Bonn / Berlin (ots) - In Punkto Qualität vertrauen deutsche Biokunden vor allem Lebensmitteln aus dem Naturkostfachhandel. Dennoch kauft die Mehrheit der Verbraucher ihre Bioprodukte bevorzugt in Supermärkten und Discountern. Dies sind die Kernergebnisse des Ökobarometers 2008, das das Marktforschungsinstitut TNS Emnid im Auftrag des

Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) erstellt hat. Für die jährliche repräsentative Studie wurden Ende Oktober 2008 rund 1.000 Bundesbürger ab 14 Jahren zu ihrem Konsumverhalten bei Biolebensmitteln befragt. 53 Prozent der Deutschen greifen demnach gelegentlich, 17 Prozent sogar häufig zu Biowaren. Ein knappes Drittel (29 Prozent) der Befragten gibt an, nie Lebensmittel mit dem Bio-Siegel zu kaufen. Die im Vergleich zur Vorjahresbefragung nahezu identischen Zahlen belegen, dass Bioprodukte mittlerweile einen festen Platz im Einkaufswagen der Verbraucher gefunden haben.

Mehr Bioauswahl in Discountern und Supermärkten

Knapp die Hälfte aller Befragten gibt an, hinsichtlich Qualität und Erfüllung der strengen Kriterien des Ökolandbaus vor allem Lebensmitteln aus Naturkostfachgeschäften (46 Prozent), Reformhäusern (37 Prozent), Biometzgereien (49 Prozent) und Biobäckereien (45 Prozent) zu vertrauen. Konventionelle Supermärkte (10 Prozent) und Discounter (8 Prozent) belegen hier nur hintere Plätze. Das Kaufverhalten spiegelt diese Einschätzung jedoch nicht wieder. Bei der Frage nach dem bevorzugten Ort für den Kauf von Biolebensmitteln belegen die konventionellen Supermärkte mit 77 Prozent wie in den vergangenen Jahren eindeutig den Spitzenplatz. Neu auf Platz zwei mit nun 62 Prozent liegen die Discounter. Sie konnten ihren Wert innerhalb eines Jahres um 8 Prozentpunkte steigern. Die erstmalig spezifisch erfassten Biosupermärkte kommen auf einen Wert von 19 Prozentpunkten.

Die möglichen Gründe für die Diskrepanz zwischen Einschätzung und Einkauf sind vielfältig. Angesichts der insgesamt schlechter werdenden Konsumstimmung scheinen viele Biokunden verstärkt zu günstigeren Bioprodukten zu greifen. Dass viele Supermärkte und Discounter ihre Biosortimente in letzter Zeit deutlich ausgebaut haben, könnte ein weiterer Grund sein. Als Folge nehmen offenbar immer mehr Verbraucher die Möglichkeit wahr, konventionell und ökologisch erzeugte Produkte bequem in einem Geschäft zu kaufen. Für einen Teil der Biokunden mag darüber hinaus eine Rolle spielen, dass die verbreiteten Supermärkte und Discounter vielfach schneller zu erreichen sind, als Naturkostfachgeschäfte. Hinzu kommt, dass die strengen rechtlichen Auflagen für alle in Deutschland angebotenen Biolebensmittel gelten - egal, ob sie aus dem Reformhaus oder aus Discountern stammen. Kennzeichen hierfür ist das sechseckige Bio-Siegel. "Das Siegel gibt vielen Verbrauchern die Gewissheit, auch in Discountern sorgfältig geprüfte Bioprodukte erwerben zu können", so Elmar Seck von der Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE).

Klimaaspekt wird zunehmend wichtiger

Wichtigster Aspekt beim Kauf von Biolebensmitteln ist für 66 Prozent der Befragten die Vermeidung von Rückständen chemisch-synthetischer Pflanzenschutzmittel. Für 64 Prozent sind die optimale Frische und Qualität der Waren ausschlaggebend. Die Einhaltung von Sozialstandards und die persönliche Bekanntschaft mit Biobauern zählen knapp 40 Prozent der Umfrageteilnehmer zu den wichtigsten Aspekten. Immer bedeutender wird den Verbrauchern der positive Beitrag, den ökologisch erzeugte Produkte für den Klimaschutz leisten. 37 Prozent der Befragten erachten dies mittlerweile als besonders wichtig.

Alle Ergebnisse des aktuellen Ökobarometers 2008 sind im Internet unter <http://www.oekolandbau.de/journalisten> abrufbar.

Pressekontakt:

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau
Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn
Elmar Seck
Tel. 0228. 99 68 45-29 26
Fax: 0228. 99 68 45-29 07
E-Mail: Elmar.Seck@ble.de
Internet: www.oekolandbau.de

Pressebüro Ökolandbau
Caroline Brückner
Kaiserstraße 33, 53113 Bonn
Tel. 0228. 9 15 14-352
Fax: 0228. 9 15 14-145
E-Mail: Caroline.Brueckner@pleon.com, oekolandbau@pleon.com

http://www.presseportal.de/pm/52881/1302749/ble_bundesprogramm_oekologischer_landbau

Bio gedeiht trotz Wirtschaftskrise

Posted By [food-monitor](#) On 14 . Januar 2009 @ 11:37 In [Bio und Ökolandbau](#) | [Comments Disabled](#)

BÖLW präsentiert Bilanz 2008

Der Handel mit Bio-Lebensmitteln wächst. 2008 legte der Bio-Handelsumsatz in Deutschland um ca. 10% auf jetzt 5,8 Mrd. Euro zu, so die aktuelle Schätzung der ZMP. Damit schwächt sich das Wachstum gegenüber den Vorjahren zwar leicht ab, bleibt aber im fünften Jahr in Folge zweistellig. „Dieses Wachstum zeigt, dass nach wie vor große Potenziale für die Ökologische Lebensmittelwirtschaft bestehen“, so Alexander Gerber, Geschäftsführer des Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW). „Die Verbraucher wollen umwelt- und tiergerecht erzeugte und gesunde Produkte. Diese Einstellung werfen sie in wirtschaftlich angespannten Zeiten gerade bei Lebensmitteln nicht einfach über Bord“, so Gerber auf der Bilanz-Presskonferenz des BÖLW. Vielmehr war zeitweise mangelnde Verfügbarkeit von Produkten wie Möhren, Kartoffeln und Dinkel ein Grund für ein nicht noch stärkeres Wachstum.

Zwar stieg im Jahr 2008 die Umstellungsrate bei den Bio-Betrieben, die sich einem Anbauverband des Ökologischen Landbaus anschlossen. Das Wachstum bleibt aber nach wie vor hinter dem Marktwachstum zurück. So wuchs die Zahl der Betriebe um 4,8% (Vorjahr 2,7%) auf 10.410 Bio-Betriebe, die Fläche nahm um 5% (Vorjahr 4,8%) auf 621.038 ha zu. Der BÖLW schätzt, dass 2008 insgesamt – also einschließlich der verbandslosen EU-Betriebe – 19.824 Betriebe 911.385 ha ökologisch bewirtschafteten. „Dabei beobachten wir den Trend, dass sich die leistungsfähigen Betriebe verstärkt den Verbänden des Ökologischen Landbaus anschließen“, zeigt sich Gerber erfreut.

„Die Zahlen zeigen, dass die Politik immer noch keine ausreichenden Konsequenzen aus der anhaltend starken Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln gezogen hat: Sie muss sich erheblich mehr für die Ausweitung des ökologischen Landbaus engagieren, damit die Chancen des Bio-Marktes der heimischen Landwirtschaft und Umwelt zugute kommen“, so Felix Prinz zu Löwenstein, Vorstandsvorsitzender des BÖLW. Es ist nicht die Aufgabe der Politik, Angebot und Nachfrage in Einklang zu bringen. Sie bekommt mit dem Öko-Landbau aber ein Paket aus einer Hand für Umwelt- und Ressourcenschutz, für Arbeitsplätze auf Bauernhöfen und in

der Lebensmittelwirtschaft. Öko-Landbau bietet auch Lösungen für die großen Herausforderungen Klimaschutz und Sicherung der Welternährung. „Die Politik muss daher zumindest Wettbewerbsgleichheit bei der Förderung, der Forschungsförderung und der Zuordnung von Folgekosten zwischen den Anbausystemen herstellen“, so Löwenstein.

Das Wachstum des Bio-Marktes geht mit strukturellen Veränderungen im Bio-Fachhandel einher. Den wachsenden Ansprüchen der Verbraucher folgend, geht der Trend zu den Bio-Supermärkten mit großem Sortiment. So nahm die Zahl der Bio-Supermärkte 2008 um 50 zu, gleichzeitig stagnierte die Gesamtzahl der Bio-Fachmärkte. Die Verkaufsfläche wuchs insgesamt um 36.750 m². Die kleineren „klassischen“ Bio-Läden stehen vor besonderen Herausforderungen: sie wachsen, weichen oder entwickeln sich zu beratungsstarken Spezialitätengeschäften. Manon Haccius von der Bio-Supermarktkette Alnatura ist sich sicher: „Der Markt bietet für alle Bio-Fachhändler gute Perspektiven, wenn es ihnen gelingt, professionell und beweglich auf die Wünsche ihrer Kunden einzugehen.“

Ansprechpartner: Dr. Alexander Gerber 0176.24050949
Tanja Barbian, Assistentin der Geschäftsführung, Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e.V. (BÖLW), Marienstraße 19-20, 10117 Berlin, Fon +49 30 28482 300, Fax +49 30 28482 309, barbian@boelw.de, info@boelw.de, www.boelw.de, www.keine-gentechnik.de

Quelle: BÖLW

Article printed from food-monitor: <http://www.food-monitor.de>

URL to article: <http://www.food-monitor.de/2009/01/bio-gedeiht-trotz-wirtschaftskrise/>

[Presse](#) > [Pressemeldungen](#) > 15. Januar 2009

[Bio bleibt attraktiver Wachstumsmarkt](#)

- [• Lebensmittelhandel steuert für 2008 erneut zweistelliges Wachstum an](#)
- [• Neue Bio-Studie von Nielsen bildet Wachstumstrends und -potenziale in relevanten Warengruppen ab](#)
- [• Hauptkonsumentengruppe von Bioprodukten zeigt sich von Rezession weitgehend unbeeinflusst](#)

Frankfurt am Main
15. Januar 2009

Der Wunsch nach einer gesunden Ernährung und ein wachsendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung beeinflussen heute die Kaufentscheidungen der Verbraucher und sind damit wesentliche Treiber des Bio-Wachstums. Wie stabil sich dieser

Markt entwickelt – auch unter den gegenwärtig negativen konjunkturellen Vorzeichen –, dies belegt eine neue Studie der Nielsen Company „BioTrends Deutschland 2009“.

Beobachtet wurden von Nielsen insgesamt zwölf Warenklassen im Lebensmitteleinzelhandel sowie in Drogerie- und Getränkeabholmärkten (Alkoholfreie Getränke, süße Brotaufstriche, Feinkost, Fette und Öle, Gelbe Linie, Heißgetränke, Nassfertiggerichte, Süßwaren inkl. Salzige Snacks, Tiefkühlkost inkl. Eiskrem, Trockenfertigprodukte, Wein/Bier/Sekt, Weiße Linie)¹. Für diese Warenklassen meldet Nielsen im Zeitraum von Oktober 2007 bis September 2008 ein Umsatzwachstum von 29 Prozent auf 1,68 Mrd. Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum – die positive Entwicklung aus den Vorjahren setzte sich damit fort. Für das Gesamtjahr 2008 ist demnach mit einem deutlich zweistelligen Wachstum zu rechnen.

Zwar verläuft die Wachstumskurve inzwischen etwas flacher, weil mittlerweile alle Handelsunternehmen Produkte in Bioqualität aufgeschaltet haben und das Wachstum über eine steigende Anzahl von Geschäften damit an Grenzen stößt. Die nahezu flächendeckende Verfügbarkeit von Bio macht es den Verbrauchern jedoch leicht, ökologisch hergestellte Produkte zu kaufen und trägt dazu bei, dass immer mehr Verbraucher neben konventioneller Ware auch Bioprodukte in den Einkaufswagen legen.

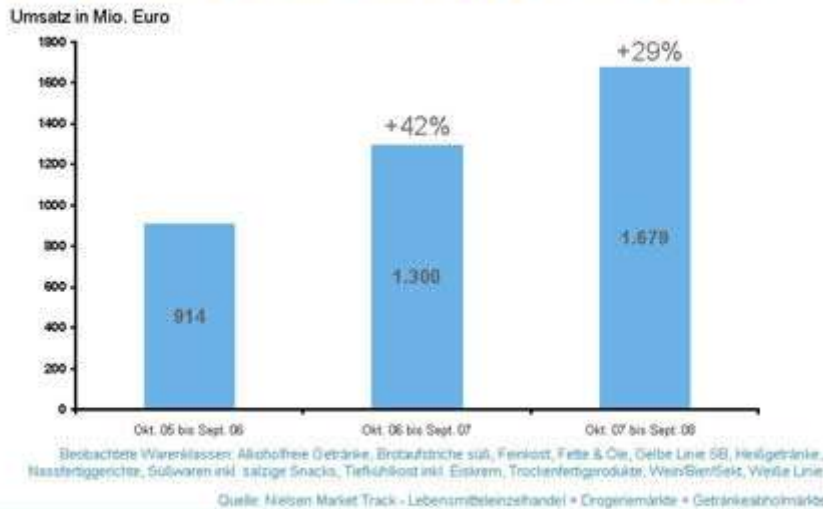
Die Studie „Nielsen BioTrends Deutschland 2009“ geht zudem auf Quartalsentwicklungen wichtiger Bio-Warenklassen wie Molkereiprodukte, Nahrungsmittel, Tiefkühlkost etc. ein. Die anschauliche Darstellung in Wort und Bild informiert darüber, in welchen Warengruppen derzeit besonders dynamische Entwicklungen zu verzeichnen sind und welche Vertriebskanäle davon profitieren. Segmentierungen der Biokäufer nach soziodemografischen Kriterien und persönlichen Einstellungen (Sinus-Milieus, LOHAS) sowie ihrer Affinität zu ökologisch erzeugten Lebensmitteln runden die Analyse des Bio-Marktes ab.

Insgesamt unterstützt die Studie Handel und Hersteller dabei, die Wachstumschancen in den jeweiligen Warengruppen und Käuferschichten gezielt auszuloten und daraus neue Wachstumsstrategien zu entwickeln. Sie ist ab Anfang Februar zum Preis von 400 Euro bei The Nielsen Company, Frankfurt, zu beziehen.

1) Die Datenerhebung basiert auf verpackten EAN-codierten Produkten – Obst, Gemüse, Frischfleisch und Eier sind nicht erfasst.

Abbildung:

Umsatzwachstum für Bioprodukte hält an.



nielsen

Confidential & Proprietary
Copyright © 2009 The Nielsen Company

Über The Nielsen Company

The Nielsen Company ist ein führendes globales Informations- und Medienunternehmen, das seinen Kunden weltweit essentielle und integrierte Marketing- und Media-Informationen sowie Analysen und Branchenexpertise zur Verfügung stellt. Nielsen nimmt führende Marktpositionen in den Bereichen Marketing- und Verbraucherinformationen, Media-Informationen zu Fernsehen, Online-, Mobil- und weiteren Medien, Fachmessen sowie Business Publications (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek) ein. Das in Privatbesitz befindliche Unternehmen ist in mehr als 100 Ländern aktiv mit Hauptsitz in New York (USA). Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nielsen.com.

Medienkontakt:

Maire-Luise Sebralla
Manager Client Communications

The Nielsen Company (Germany) GmbH
Insterburger Str. 16
D-60487 Frankfurt am Main

Tel.: +49 (0) 69 / 7938-630
E-Mail: marie-luise.sebralla@nielsen.com
<http://de.nielsen.com/news/PR20090115.shtml>

URL: <http://www.welt.de/wissenschaft/article3058163/Handel-mit-Bio-geraet-in-den-Strudel-der-Krise.html>

Ernährung

Handel mit Bio gerät in den Strudel der Krise

[\(2\)](#)

Von Michael Miersch 20. Januar 2009, 11:18 Uhr

Derzeit feiern sich die Bioverbände auf der Grünen Woche in Berlin: Doch in Wirklichkeit gerät auch der Ökoboomb durch die Finanzkrise ins Stocken. Große Bioketten und Spezialläden haben bereits mehrere Filialen geschlossen. Schuld daran sind veraltete Vorschriften – eine davon lautet: "Nur Biokost für Biotiere".

Foto: pa

Biokost für Bioschweine? Tierhalter klagen über Fütterungsvorschriften

mehr Bilder

[Mythen aus der Küche](#)

Cola löst Fleisch auf – und andere Märchen

[Mahlzeit!](#)

Wie gesund ist unser Essen?

[Ernährungs-Irrtümer](#)

Deutsche wissen wenig über Ernährung

[Geschmacksnerven](#)

Die sieben Regeln des Genusses

[Gefährlich salzig?](#)

So viel Salz steckt in Lebensmitteln

Zur Grünen Woche präsentieren sich die Bioverbände höchst selbstbewusst. Umsatzsteigerung: Zehn Prozent! Tusch und Applaus! In Zeiten der Wirtschaftskrise würden sich die meisten Branchen solch ein Wachstum wünschen. Der Auftritt wirkt jedoch nicht mehr ganz so strahlend, wenn man sich die Entwicklung des Biomarktes etwas genauer ansieht. Das bisher gewohnte Wachstum verlangsamt sich deutlich. Erstmals wurde nur knapp ein zweistelliges Ergebnis erreicht (2005 betrug es noch 15 Prozent). Basic, die zweitgrößte Biokette, musste vergangenes Jahr mehrere Filialen schließen. Auch viele kleinere Spezialläden machen dicht, weil die Käufer lieber bei den billigen Bioangeboten der Supermärkte zugreifen. Der Anteil am Gesamtumsatz der Lebensmittel dümpelt bei 3,2 Prozent. Nach wie vor sind 96,8 Prozent der verkauften Lebensmittel nicht „Bio“. Ein

Zahlenverhältnis, das durch die häufige Berichterstattung über diesen Zweig der Landwirtschaft leicht in Vergessenheit gerät. Der anvisierte 20-Prozent-Anteil am Lebensmittelmarkt, von dem zu Renate Künasts Zeiten noch die Rede war, liegt in weiter Ferne. Die „taz“ startete im Herbst eine Serie über „Wege aus der Krise des Biofachhandels“. „Bio lässt Federn“, schrieb die „Frankfurter Rundschau“. Es knistert im Gebälk.

In anderen Ländern sind die Probleme größer. Blickt man in britische Zeitungen, zeigt sich ein Bild des Jammers. Innerhalb von drei Monaten sank dort der Absatz um zehn Prozent, während er bei Lebensmitteln insgesamt anstieg. Zeitungen titelten „Farmer wenden sich vom Biolandbau ab“ und „Biolandbau – das jüngste Opfer der Kreditkrise“. Biobauern wandten sich an die Regierung in London, sie möge ihre strengen Richtlinien bitte für eine Weile aussetzen. Das Biofutter für die Tiere sei zu teuer, um wirtschaftlich zu produzieren.

In schlechten Zeiten spielen auch für die arrivierte, städtische Mittelschicht Lebensmittelpreise wieder eine größere Rolle. Was gestern noch ein wuchtiges Bekenntnis zu einem moralisch vorbildlichen Lebensstil war, erscheint heute als verzichtbarer Luxus.

Nun rächt sich das Festhalten an überkommenen Dogmen. Eine dieser unsinnigen Regeln lautet „Nur Biokost für Biotiere“. Ist es den meisten Kunden wirklich so wichtig, dass das Huhn, von dem das Frühstücksei stammt, mit reinem Biofutter ernährt wurde? Oder geht es ihnen nicht viel mehr darum, dass Tiere ordentlich behandelt und nicht in kleine Käfige gestopft werden? Eine Lockerung der Futtervorschriften und anderer sachlich unbegründeter Beschränkungen wäre kein Verrat an der heiligen Lehre, sondern eine pragmatische und vernünftige Antwort auf wissenschaftliche Erkenntnisse und veränderte Bedingungen. Tierhalter klagten hinter vorgehaltener Hand schon länger, dass es die pingeligen Fütterungsvorschriften extrem schwierig machen, Schweine (die in Deutschland mit großem Abstand wichtigsten Fleischtiere) artgerecht zu ernähren. Wer sie nicht umgeht, riskiert kranke Tiere. Für Bauern in armen Ländern sind solche Dogmen noch viel schwieriger einzuhalten. Bei einem Branchenkongress im Oktober schimpfte ein Experte für Tropenlandbau: „Das hat etwas Kolonialistisches.“ Er forderte, die Regeln an die Standorte anzupassen, damit auch Bauern, die in Asien, Afrika und Lateinamerika mit mageren Böden zurechtkommen müssen, Zugang zum europäischen Biomarkt erhalten und ihr Einkommen steigern können.

Umfrage

Kaufen Sie angesichts der Finanzkrise weniger Bioprodukte?

- Ja, ich kann mir immer weniger Bioprodukte leisten
- Nein, ich kaufe auch weiterhin Bioprodukte wie gewohnt
- Ich verzichte generell auf Bioprodukte

[abstimmen](#)
[Ergebnis](#)

Anbauregeln, die zu Anfang des 20. Jahrhunderts von den Erfindern der Biolandwirtschaft formuliert wurden, erweisen sich zunehmend als wirklichkeitsfremd. Die Agrarwissenschaften haben seither viele Fortschritte gemacht. Eine neue Generation von

Landwirten hat aus der Kritik an Chemieexzessen und Überdüngung gelernt. Sie arbeitet mit modernen Methoden oftmals ökologischer als der erstarrte Biolandbau. „Bio“ kann nicht die Welt retten, schon aus ökologischen Gründen nicht. Eine Anbauform, die mindestens ein Drittel mehr Fläche für den gleichen Ertrag benötigt, ist angesichts der schrumpfenden Naturräume nicht nachhaltig. Ökologen weisen darauf hin, dass Mineraldünger viel besser dosiert auf den Acker gestreut werden kann als Tierfäkalien. Sie müssen entsorgt werden, wenn die Tanks voll sind – und das ist oftmals nicht die Zeit, in der die Pflanzen den Dünger brauchen und aufnehmen können. Überdüngung kommt bei Biobauern deshalb mindestens ebenso oft vor wie bei ihren konventionellen Kollegen.

Weiterführende Links

- [Zu kurze Speiseliste gefährdet die Menschheit](#)
- [Warum wir eine neue Grüne Revolution brauchen](#)
- [Lebensrettendes Reiskorn hat mächtige Gegner](#)
- [Wie Nahrung unsere Gene beeinflusst](#)
- ["Bio kann die Welt nicht retten"](#)
- [So gesund essen die Deutschen](#)
- [Deutschland steht vor einer Grünen Revolution](#)
- [2400 Liter Wasser für einen einzigen Hamburger](#)
- [Die Tomate des 21. Jahrhunderts](#)
- [Wie der Klimawandel unser Essen verändert](#)
- [Erhöhtes Krebsrisiko bei Fleisch- und Wurstessern](#)
- [Bloß keine Vitamine aus der Retorte](#)
- [Biokost schützt vor Krebs und Entzündungen](#)
- [Die größten Irrtümer bei der Ernährung](#)

Kein seriöser Agrarwissenschaftler behauptet, dass man mit den altertümlichen Methoden des Biolandbaus die Welt ernähren könnte. Durch die Fortschritte in der modernen Landwirtschaft ist es gelungen, genug Nahrung für eine Weltbevölkerung zu erzeugen, die sich seit 1950 mehr als verdoppelte. Dafür mussten nur zehn Prozent mehr Landfläche unter den Pflug genommen werden. Würden die Bauern der Welt mit Biomethoden arbeiten, gäbe es kaum noch Wälder, Steppen und Feuchtgebiete. Ein globaler Biolandbau wäre auch in anderer Hinsicht ein ökologisches Desaster. Denn ohne Mineraldünger müssten die gewaltigen Nutztierherden der Menschheit weiter aufgestockt werden, um den Dung zu erhalten, der für die Fruchtbarkeit der Ackerböden unverzichtbar ist. Doch schon heute sind die 20 Milliarden Nutztiere auf der Welt eines der größten planetaren Umweltprobleme.

Es wäre es an der Zeit, sich auf die Suche nach einer naturverträglichen und tierfreundlichen Landwirtschaft zu machen, die so sparsam wie möglich mit Dünger und Pestiziden umgeht. Die Landwirtschaft müsste die guten Ideen aus dem Biolandbau mit den Erkenntnissen der Agrarwissenschaft verbinden und die ökologischen Vorteile der Grünen Gentechnik intelligent nutzen. Sie müsste sich an sinnvollen Zielen orientieren und nicht an vermeintlich ewig gültigen Methoden. Es geht um die menschliche Gesundheit, um Boden- und Gewässerschutz, um Artenvielfalt und nicht zuletzt um Ernährungssicherheit. Wer diese Ziele verwirklicht, tut das Richtige, auch wenn er dabei Rudolf Steiners Gebote verletzt. Der heute in Deutschland vorherrschende integrierte Landbau ist bereits ein gutes Stück in diese Richtung gegangen.

Der Biolandbau steckt in der Falle seiner eigenen Ideologie. Wenn es wirklich stimmt, was seine Vertreter immer wieder behaupten, dass die normalen Lebensmittel uns schaden und

krank machen, dass nur „Bio“ gesund und vollwertig ist – dann müsste jede verantwortungsvolle Regierung sofort handeln. Die Gesundheitsbehörden müssten „Bio“ per Gesetz vorschreiben und damit die Bürger vor schleichender Vergiftung schützen. Die große Mehrheit der Nicht-Bio-Käufer ahnt jedoch, dass es in Wahrheit nicht so ist. Sie vertraut völlig zu Recht darauf, dass wir den Landwirten und Herstellern in aller Regel vertrauen können. Und dass die Behörden durch zahlreiche Kontrollen darauf achten, dass dieses Vertrauen nicht missbraucht wird. Wenn diese Kontrollen zuweilen versagen, drohen der Staatsanwalt und die wütende Empörung der Öffentlichkeit. Wegen echter und vermeintlicher Lebensmittelskandale wurden schon des Öfteren die Leiter von Bundesbehörden und auch Minister gefeuert. Dass es inzwischen etliche Fälle gab, wo auch Biolebensmittel wegen Schimmelpilzen und anderen Giftstoffen vom Markt genommen werden mussten, zeigt, dass es nichts auf der Welt gibt, was immer und überall perfekt funktioniert. Lebensmittel sind besonders sensible Produkte, doch hundertprozentige Risikofreiheit kann man nicht garantieren.

Keywords

- [Ernährung](#)
- [Gesundheit](#)
- [Bionahrung](#)
- [Biohandel](#)
- [Krise](#)
- [Vorschriften](#)

„Bio“ ist kein Rezept zur Weltrettung. Die Bioverbände sollten endlich ehrlich werden und zu dem stehen, was sie wirklich können. Ihre Landwirte und Verarbeiter stellen Luxusprodukte für besondere Ansprüche her – für Menschen, die möchten, dass ein Käse oder ein Schinken besonders lange reift, Nutztiere mit Würde behandelt werden und die Zubereitung der Lebensmittel nach alten Rezepten sowie traditionellen und oft arbeits- und zeitintensiven Methoden erfolgt. Warum also nicht einfach zugeben, dass „Bio“ eine besondere Form von Feinkost ist. Ihre speziellen Qualitätskriterien kann man mögen oder nicht. Auf dieser Basis kann „Bio“ eine dauerhafte Nische am Lebensmittelmarkt finden. Bleibt es bei der ideologischen Überhöhung, werden die Käufer früher oder später nach Beweisen für den vermeintlichen Gesundheits- und Weltrettungseffekt fragen. Irgendwann wird auch wieder die Stimme der Wissenschaft gehört.