

@grar.de Aktuell - 30.09.2002

Neue Studien zum Bio-Markt

London (agrar.de) - Der Nitrofen-Skandal hat dem deutschen Bio-Markt – und speziell dem Fleischsektor - einen starken Rückschlag versetzt.

Eine neue Studie zum deutschen Bio-Markt, erstellt vom britischen Beratungsunternehmen [Organic Monitor](#) diagnostiziert einen Rückgang der Biofleisch-Verkäufe um 24 Prozent oder 481 Millionen Euro. Dennoch bleibt der deutsche Bio-Markt der größte in Europa.

Gerade Supermärkte verspürten den Vertrauensverlust durch verunreinigtes Bio-Getreide. Zum Höhepunkt des Nitrofen-Skandals halbierte sich sogar die Nachfrage im Bereich Geflügel gegenüber den Vorjahr. Nicht ganz so schlimm traf es Fachgeschäfte, Biometzger und Hofläden, die laut Studie bereits eine langsame Erholung der Umsätze auf das Niveau 'davor' vermelden.

Der Bio-Fachhandel und die Biometzger bleiben die wichtigsten Vertriebskanäle für Biofleisch. Nach Einschätzung des Organic Monitor werden sie ihre Marktposition trotz des steigenden Interesses der Supermärkte an der Ware behaupten. Für die Erholung der Preise sehen die Marktforscher allerdings schwarz. Auch wenn sich das Verbrauchervertrauen erholen werden dürfte - auch durch Überkapazitäten am Markt - ein gewisser Preisdruck erhalten bleiben.

Eine weitere Studie hat das EU-Projekt für Ökologische Vermarktungsinitiativen und ländliche Entwicklung, [OMlaRD](#), veröffentlicht. Ziele des Projektes OMlaRD sind die Analyse der Entwicklung des Biomarktes in Europa, die Analyse der Erfolgsfaktoren von Vermarktungsinitiativen, die Bewertung der positiven Effekte einer Vermarktungsinitiativen auf eine nachhaltigen Regionalentwicklung und die Untersuchung von Konsumententrends und -anforderungen.

Die Studie kann beim [Organic Centre Wales](#) bestellt werden ([Formular](#)), eine deutsche [Zusammenfassung](#) kann in Netz abgerufen werden.

Der Weg vom Feld ins Supermarktregal

Mehrere Studien zum Bio-Markt in Deutschland, Frankreich und in Europa hat die Unternehmensberatung [Synergie](#) mit verschiedenen Partnern erstellt. Ziel dieser Studien ist es, Herstellern und Erzeugern von Bio-Produkten Ansätze für einen Weg in die Regale des selbstständigen Lebensmitteleinzelhandels aufzuzeigen.

Nach Einschätzung von Synergie verlieren sich die Bio-Produkte noch immer im Regal, weite Sortimentsbereiche sind garnicht oder nur spärlich abgedeckt.

Selbstständige Händler können diese Lücke nutzen und sich mit Erweiterung des Bio-Sortiments vom Wettbewerb abheben und ihr Unternehmen neu positionieren. Dies sei auch eine Chance für Erzeuger und Produzenten von Bio-Produkten, sich neben dem klassischen Naturkosthandel einen weiteren Vertriebsweg zu erschliessen.

'Unsere Beratungsalltag zeigt,' so Christoph Spahn von Synergie, 'dass zu wenig Erfahrungswerte vorhanden sind, um einfache und effektive Bio-Vermarktungskonzepte zu erstellen. Hier bedarf es fundierter Branchenkenntnis. Daher der Ansatz von Synergie, den Markt und seine Anforderungen für die Anbieter mit diesen Studien transparent zu machen.'

Bereits im vergangenen Jahr untersuchte Synergie in einer Studie im Auftrag der CMA und ZMP die 'Erfolgsfaktoren von Bio-Lebensmitteln im konventionellen LEH' ([Zusammenfassung der deutschen Studie](#))

'Convenience- und Allergikerprodukte sind die Renner der Zukunft'

Zu diesem Urteil kommt die [Biofachhandelsstudie Schweiz](#). Auf 25 Seiten präsentiert [Bio Plus AG](#) die erste Studie über den Bio Fachhandel Schweiz mit gesammelten Meinungen aus dem Markt. Überprüft wird die Wandlung der schweizerischen Bio-Branche auf den Gebieten des Sortiments, der Positionierung, der Verkaufsargumente, der Anforderungen und mehr.

Links zum Thema [Bio-Handel und Vermarktung](#).