

Öko-Markt wächst weiter

Chancen & Herausforderungen

ISM Köln – 3. Februar 2009

Dipl.-Ing. agr. Markus Rippin

Marktforschung - Analysen
und Unternehmensberatung

www.agromilagro.de

AgroMilagro
research



Aktuelle Projekte

Marktdaten Deutschland

Marktdaten International

Leistungsspektrum

Referenzen

Willkommen bei AgroMilagro research !

Herzlich willkommen auf den Seiten von AgroMilagro research. Auf dieser Startseite finden Sie eine Auswahl unserer aktuellsten Publikationen zum kostenfreien Download. Die Texte und Abbildungen können frei für eigene Zwecke verwendet werden. Wir bitten lediglich darum, die Quelle AgroMilagro research und wenn möglich den Link auf unsere Homepage www.agromilagro.de immer mit anzugeben. Bitte senden Sie uns auch jeweils ein Belegexemplar per [Mail](#) oder [Post](#) zu.



Biofach India 29.4. - 1.5.09 in Mumbai

Wir sind vom 29. April bis 1. Mai auf der Biofach India in Mumbai vor Ort. Wenn wir Sie in irgendeiner Weise dort unterstützen können, werden wir das gerne tun. Wir können auch spezifische Recherchen durchführen oder Geschäftskontakte anbahnen. Suchen Sie Bio-Rohstoffe, dann können wir auch hier behilflich sein. Nehmen Sie mit uns [Kontakt](#) auf, wenn Sie daran Interesse haben.



We will be present on the Biofach India from 20th of April till 1st of Mai in Mumbai. Please feel free to [contact us](#), if you need any kind of support or have special research or information needs. As well we can arrange initial contacts to specific companies. If you search for organic supplies we would be glad to support you.

Neue Bio-Marktdaten

Neue Marktforschungsdaten bestätigen Öko-Wachstumstrend

Suche [»](#)

[Druckversion](#)

[Newsletter](#)

Öko-Marketingstudie 2008

Die Studie wertet 120 internationale Studien mit Blick auf Praxis relevante Ergebnisse für das Marketing von Öko-Produkten aus.



[PDF Download \(1,4 MB\)](#)

[PDF Kurzfassung \(523 KB\)](#)

[PDF Summary \(208 KB\)](#)

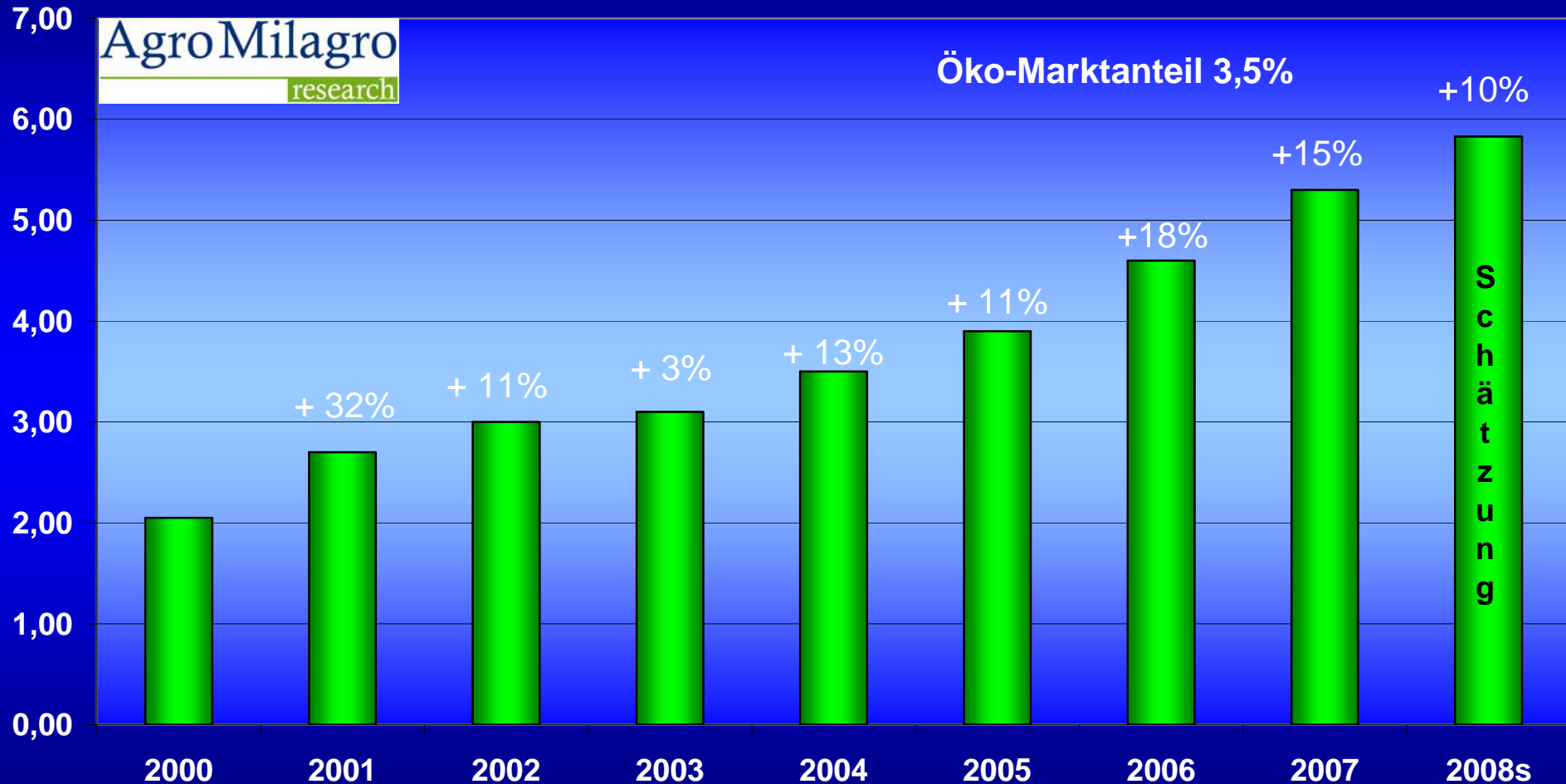
Öko-Absatzpotenziale 2012

Die Studie prognostiziert auf Basis der Angaben von knapp 90 befragten Unternehmen im Großraum Nordrhein-Westfalen den künftigen Bedarf an Öko-Rohstoffen bis zum Jahr 2012.

Umsatzentwicklung der Bio-Lebensmittel in Deutschland

(ohne Genußmittel und Außer-Haus-Verzehr)

Mrd. Euro



Prof. U. Hamm, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing, Uni Kassel; M. Rippin, AgroMilagro research 2008, s=Schätzung AgroMilagro research

Dipl.-Ing. agr. Markus Rippin

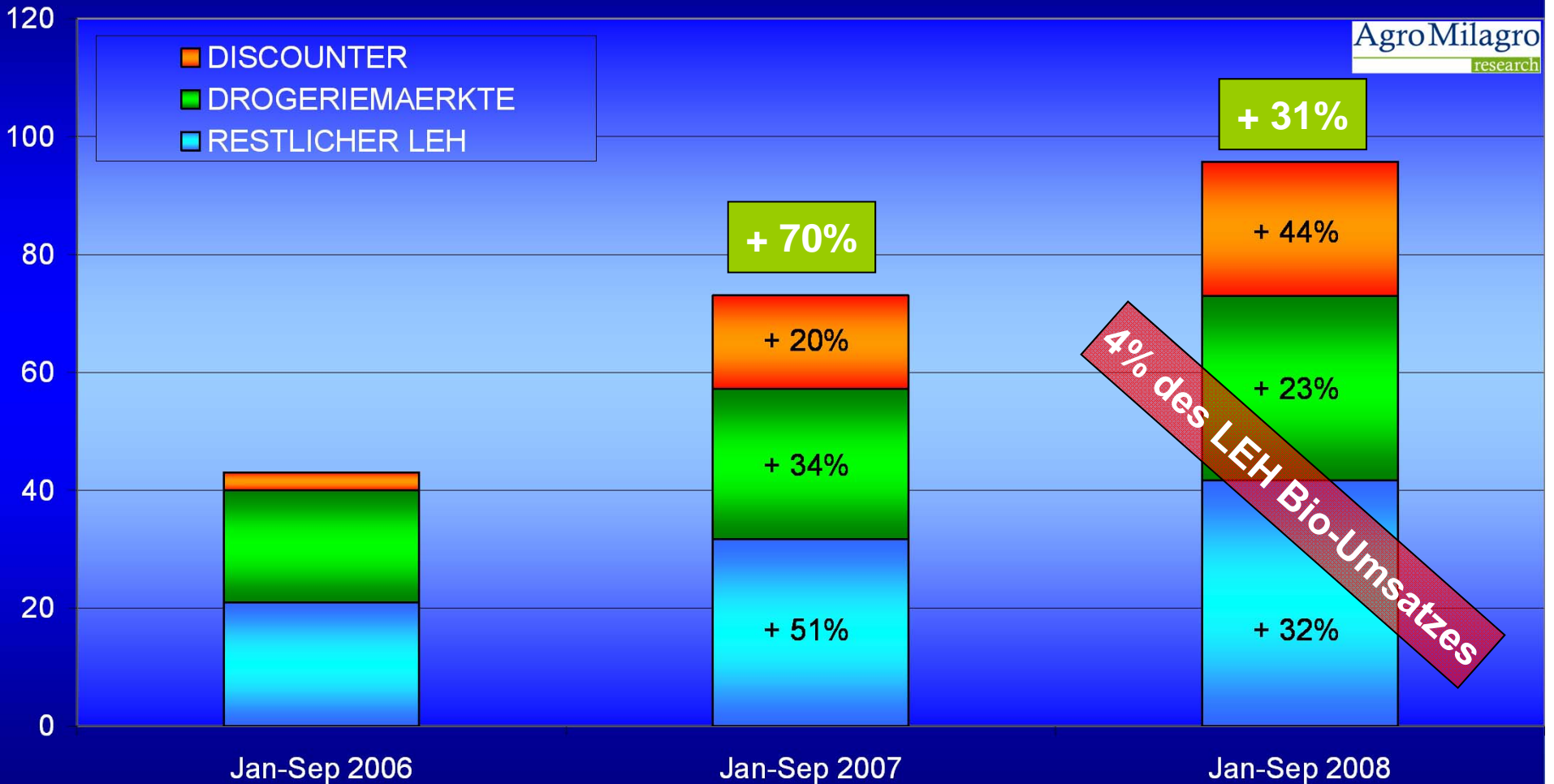
Marktforschung - Analysen
und Unternehmensberatung

www.agromilagro.de

AgroMilagro
research

Bio-Süßwarenumsätze im LEH 2006 - 2008

Mio.
Euro



AgroMilagro
research

AgroMilagro research auf Basis AC Nielsen Handelspanel

Dipl.-Ing. agr. Markus Rippin

Marktforschung - Analysen
und Unternehmensberatung

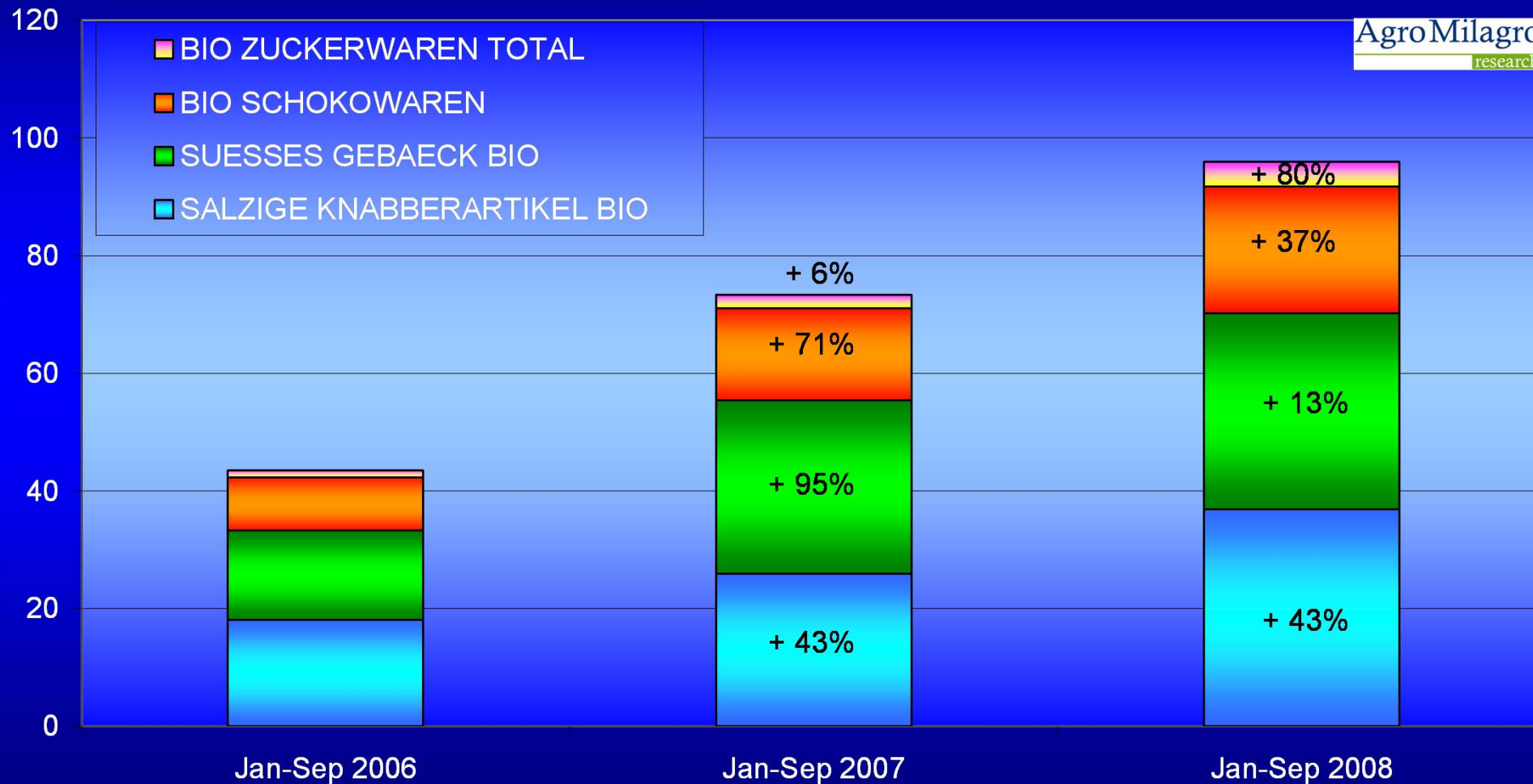
www.agromilagro.de

AgroMilagro
research

Mio.
Euro

Bio-Süßwarenumsätze im LEH 2006 - 2008

AgroMilagro
research



AgroMilagro research auf Basis AC Nielsen Handelspanel

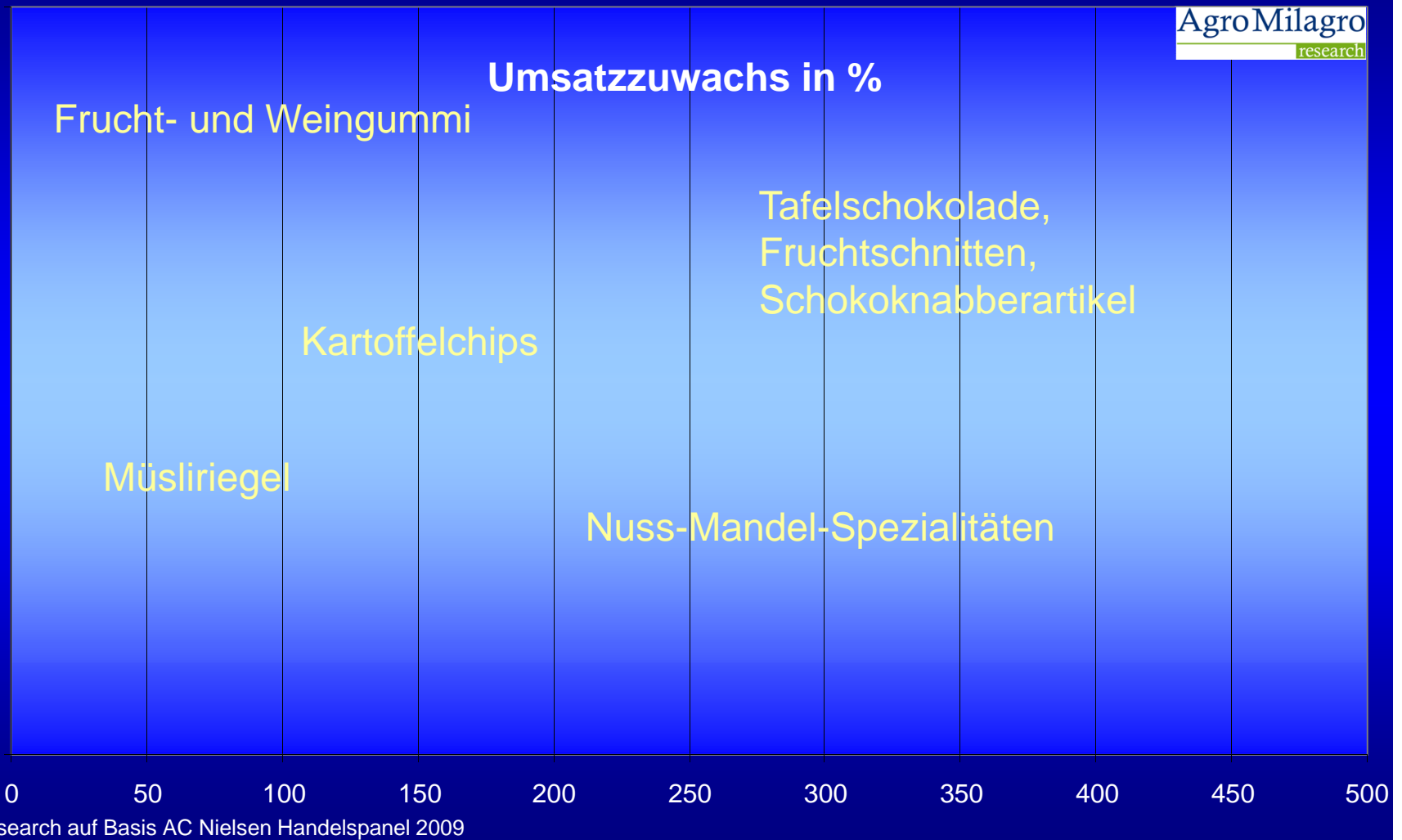
Dipl.-Ing. agr. Markus Rippin

Marktforschung - Analysen
und Unternehmensberatung

www.agromilagro.de

AgroMilagro
research

TOP's bei Bio-Süßwaren im LEH 2008



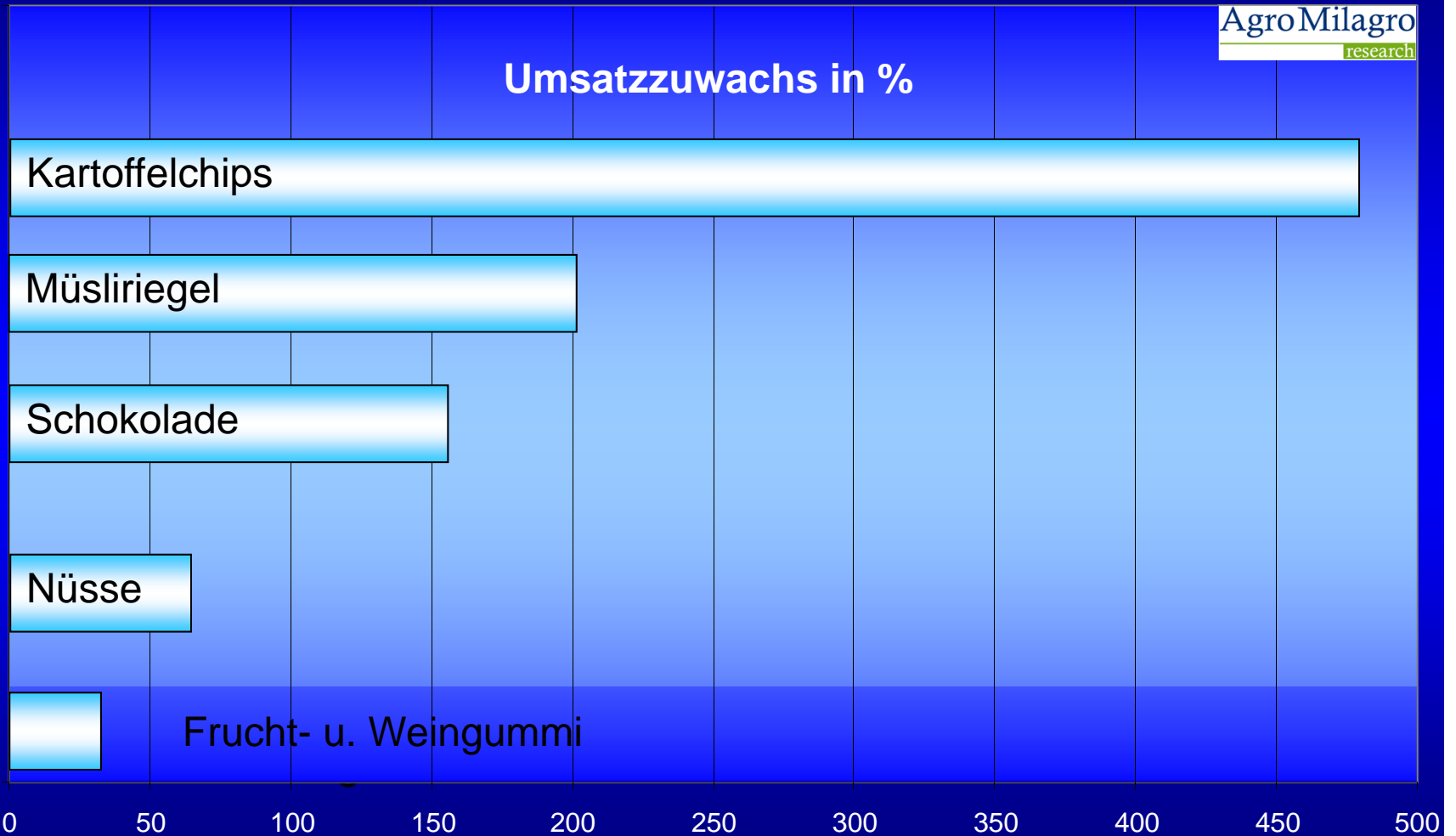
Dipl.-Ing. agr. Markus Rippin

Marktforschung - Analysen
und Unternehmensberatung

www.agromilagro.de

AgroMilagro
research

TOP's bei Bio-Süßwaren im LEH 2008



AgroMilagro research auf Basis AC Nielsen Handelspanel 2009

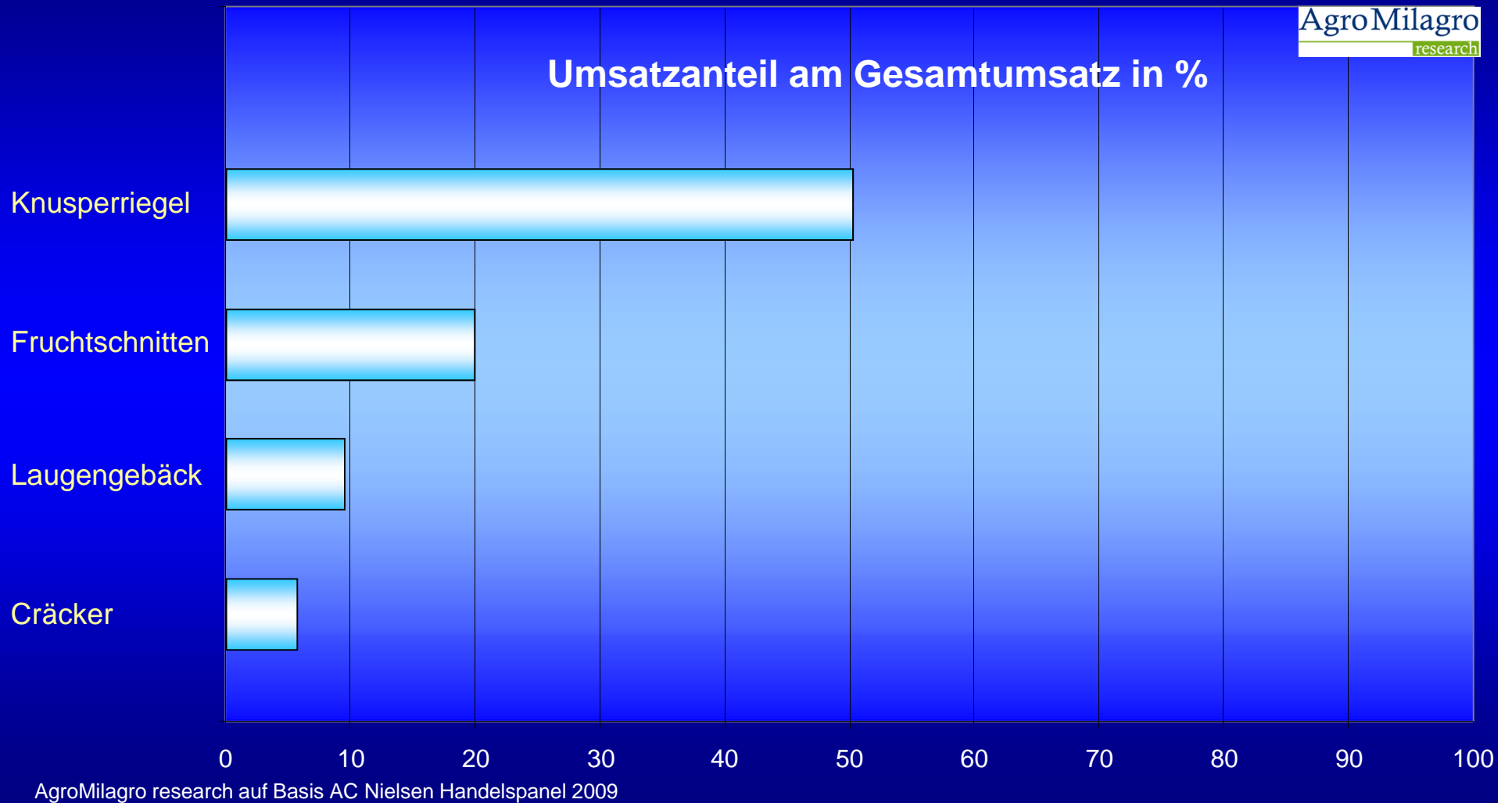
Dipl.-Ing. agr. Markus Rippin

Marktforschung - Analysen
und Unternehmensberatung

www.agromilagro.de

AgroMilagro
research

Marktanteile von Bio-Süßwaren im LEH



Dipl.-Ing. agr. Markus Rippin

Marktforschung - Analysen
und Unternehmensberatung

www.agromilagro.de

AgroMilagro
research

Unternehmens- & Marketingkonzept

Gesund¹

Genuss¹

Gerecht¹

GLAUBWÜRDIGKEIT

¹3-G-Modell der ÖkoStrategieBeratung

Dipl.-Ing. agr. Markus Rippin

Marktforschung - Analysen
und Unternehmensberatung

www.agromilagro.de

AgroMilagro
research

Prognose für den Bio-Markt

- Krisen -> Bewußtseinswandel verstärkt sich
Bedürfnis nach Vertrauen, Transparenz, Sicherheit
- Bio wird weiter wachsen (Glaubwürdigkeit !)
- Wie können Bio-Rohstoffbezüge glaubhaft
als „echt Bio“ vermittelt werden?
- Nur wer diese Frage löst, wird langfristig am
Bio-Markt erfolgreich sein!