

# **Bio-Markt Europa - was neu ist und was den Markt bewegt**

Auf der Biofach 2006 in Nürnberg (Deutschland) wurden die wichtigsten Trends im europäischen Bio-Markt vorgestellt. Vor allem Discounter und Bio-Supermärkte sind die neuen Triebkräfte der Bio-Marktentwicklung in Europa.

Der Bio-Markt in Europa ist weiterhin auf Wachstumskurs. Dies wurde vom FiBL auf der weltweit grössten Fachmesse für Bio-Produkte, der Biofach in Nürnberg, am 18.02.2006 gemeldet. In der Veranstaltung - Biomarkt Europa: Was ist neu, was bewegt den Markt - wurde die Marktentwicklung nachgezeichnet und die wichtigsten Trends im europäischen Bio-Markt vorgestellt.

In den meisten Ländern Europas finden mehr und mehr Konsumenten Geschmack am Bio-Produkt. Der europäische Bio-Markt wächst in 2004 um ca. 5% auf 12.5 Mrd. Euro (SFr 18.8 Mrd.). Knapp 30% aller europäischen Bio-Produkte werden in Deutschland verkauft, in der relativ kleinen Schweiz immerhin 6%. Betrachtet man die Pro-Kopf-Ausgaben der Konsumenten mit Bio-Produkten nimmt die Schweiz immer noch unangefochten die führende Stellung im europäischen Bio-Markt ein. Während die Eidgenossen jährlich 107 Euro (SFr 160) für Bio-Produkte ausgeben, so sind dies im europäischen Durchschnitt nur 28 Euro (SFr 42). Die größten Wachstumsmärkte befinden sich momentan in Deutschland und Großbritannien (ca. 15% jährlicher Zuwachs) sowie in den neuen Beitrittsstaaten der EU (ca. 20%).

## **Trend geht zu Bio + Fair Trade**

Gestützt durch die zunehmende Bedeutung sozial ethischer Kriterien beim Handel und Konsum von Nahrungsmitteln (als Gegenteil zur Globalisierung) bieten vor allem Fair Trade gehandelte Bio-Produkte momentan große Wachstumspotentiale. Die Schweiz als zweitgrößter Markt für Lebensmittel unter Fair Trade-Labeln (hinter Großbritannien) verzeichnete in den letzten Jahren zweistellige Zuwachsraten. Dabei wird der Anteil an Bio-Produkten unter den Fair-Trade-Nahrungsmitteln immer größer. Immerhin 92% des im Jahr 2004 in der Schweiz verkauften Zuckers, 83% des Kakaos, 56% des Kaffees und 40% des Tees aus Fair Trade Produktion wurden nach Bio-Richtlinien erzeugt.

## **Trend geht zu Bio im Bio-Supermarkt und Discounter**

Sowohl der Handel von Bio-Produkten über konventionelle Vertriebskanäle, wie Großverteilern, wie auch der Bio-Fachhandel erleben momentan eine Phase der Strukturveränderung. Am Beispiel Deutschland, dem größten europäischen Bio-Markt kann exemplarisch gezeigt werden, dass Bio-Produkte mehr und mehr über Discounter wie Aldi als auch über Bio-Supermärkte vertrieben werden. In Deutschland wurden im Jahr 2005 bereits fast 2/3 aller Bio-Möhren und Bio-Kartoffeln über Aldi verkauft. Auch in Österreich wird der Einfluss von Aldi (Hofer) als Vermarkter von Bio-Produkten immer größer. Dass dabei die Produzenten bei der Belieferung an Aldi preislich nicht schlechter gestellt sind als in der

Vermarktung über viele Naturkostgrosshändler ist zumindest für Aldi-Lieferanten kein Geheimnis.

Auch der Bio-Fachhandel in Europa erfährt eine Professionalisierung. Der Trend geht hin zu größeren Verkaufsflächen und Bio-Sortimenten, modernerem Interieur, besserer Produktqualität und Sortimentspflege sowie besseren Standorten für die Läden. All dies bieten Bio-Supermärkte heute und sprechen damit viele Kunden an, die früher keine oder nur wenig Bio-Produkte kauften. In Deutschland existieren bereits 300 Bio-Supermärkte. Allein im Jahr 2005 entstanden in Deutschland 60 neue Bio-Supermärkte. Die führenden deutschen Anbieter von Bio-Supermärkten, Basic und Alnatura, verzeichneten im letzten Jahr Zuwachsraten von 38% bzw. 26%.

Auch für die Zukunft sind die Wachstumsprognosen optimistisch. Wie der renommierte Trendforscher Matthias Horx in seinem Einleitungsvortrag zur Biofach 2006 sagte, wird nach der Phase der Discountorientierung die Zukunft im Lebensmittelmarkt v.a. durch ökologisch und ethisch überzeugende Innovationen geprägt sein. Also gute Aussichten für Bio & Co. in Europa.

Letzte Aktualisierung: 10.02.2006