

# Frankreich - Importe auch mit Bio-Siegel

Mit ca. 1,7 Mrd. Euro Umsatz und einem Anteil am gesamten Lebensmittelmarkt von ca. 2% ist der französische Markt für Öko-Produkte im Vergleich mit Deutschland vergleichsweise klein. Das staatliche AB-Logo dominiert nicht mehr so sehr wie früher den Markt, denn inzwischen haben auch ausländische Produkte ohne AB-Logo - wie z.B. das deutsche Bio-Siegel - beachtliche Verbreitung in Frankreich erreicht. Da die heimische Nachfrage mit Ausnahme von Milch, Getreide und z.T. Geflügel nicht durch die inländische Produktion gedeckt werden kann, sind diese Importe auch notwendig geworden.

Im Jahr 2005 ist die Zahl der Öko-Betriebe sowie die Fläche, nach einem Rückgang 2004, um 3% bzw. 5% gestiegen, so dass derzeit insgesamt 11.402 Öko-Betriebe eine Fläche von 560.838 ha bewirtschaften. Damit werden im Landesdurchschnitt etwa 2% der französischen Landbaufläche ökologisch bewirtschaftet. Nach Auffassung von Agence Bio legt das Wachstum des Öko-Landbaus in Frankreich derzeit eine Pause ein, nachdem sich die Zahl der Biobauern innerhalb der letzten 10 Jahre verdreifacht und die Flächen verfünffacht haben.

Die flächenmäßig stärksten Departements bleiben dabei die Regionen Midi-Pyrenäen (knapp 64.000 ha) und Pays de Loire (gut 56.000 ha). Wird bei dem insgesamt zu beobachtenden Flächenrückgang zwischen vollzertifizierter Öko-Fläche und Umstellungsflächen unterschieden, so zeigt sich, dass in letzter Zeit die vollzertifizierte Öko-Fläche um 15% angestiegen ist, während die Umstellungsflächen um 55% zurückgegangen sind. Der insgesamt beobachtete Rückgang der Öko-Flächen ist demnach hauptsächlich auf ein rückläufiges Umstellungsinteresse zurückzuführen. Dieser Trend zeichnete sich nach den Boom-Jahren 2001 und 2002 mit Zuwachsraten im zweistelligen Bereich erstmals im Jahr 2003 ab, als das Flächenwachstum insgesamt bei lediglich 1% lag und die Umstellungsflächen bereits einen Rückgang um 18% verzeichneten. Einen Grund für das verringerte Umstellungsinteresse könnte eine durch die Änderung der Förderrichtlinien in den Jahren 2002 und 2003 hervorgerufene Verunsicherung der Betriebe darstellen.

Ohnehin ist die Unterstützung der Öko-Branche durch den französischen Staat im Vergleich zu anderen Ländern wie bspw. Deutschland relativ gering, sieht man einmal von den Bemühungen der halbstaatlichen Agence Bio in Paris ab, die die Öko-Branche durch Forschung und Aktivitäten in der Öffentlichkeitsarbeit seit 1999 unterstützt.

Darüber hinaus gibt es noch die französische Interprofession für frisches Obst und Gemüse Interfel (Interprofession de la filière des fruits et légumes frais). Für den Zeitraum 2005 - 2007 ist die Fortsetzung ihrer Absatzförderungskampagne für Obst, Gemüse und Kartoffeln aus biologischem Anbau geplant. Die Werbemittel in Höhe von rund 2,1 Mio. Euro werden von der EU, dem Produktamt für Obst, Gemüse und Gartenbau Oniflor (Office national interprofessionnel des fruits, des légumes et de l'horticulture) und der Interprofession für Speisekartoffeln CNIPT (Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre) kofinanziert. Unter dem Motto "Natürlich! Bio-Obst und -Gemüse" ("Les fruits et légumes bio, c'est tout naturel.") sollen insgesamt rund 54 Mio. Werbekontakte geknüpft werden.

Laut Interfel wurden im Jahr 2003 fast die Hälfte des Öko-Gemüses über Wochenmärkte und Hofläden verkauft, lediglich 30 % im normalen Supermarkt und etwa 24 % in Fachgeschäften.

Die Hälfte der französischen Öko-Betriebe baut Getreide an, mehr als zwei Drittel verfügen über Grünland oder erzeugen Futtermittel und ein Drittel hält Milchkühe. Im Jahr 2005 konnten Zuwachsraten bei der Fleischerzeugung verzeichnet werden: Der Bestand an Milch- und Mutterkühen sowie Legehennen und Schafen auf Bio-Betrieben nahmen zwischen sechs und neun Prozent zu. Am stärksten wurden die biologische Ziegen- und Schweinehaltung mit einem Plus von zwölf beziehungsweise elf Prozent aufgestockt. Nur die ökologische Haltung von Mastgeflügel ging zurück, und zwar um zwei Prozent. Frankreichs Öko-Getreideflächen konnten 2005 ein Wachstum von 7% verzeichnen. Dabei konnte eine Anteilsverschiebung festgestellt werden: Während die Flächenanteile aller Futtergetreidearten zwischen 8% (Triticale) und 5% (Gerste) gesunken sind, konnten die Brotgetreidearten deutlich zulegen, die Weizenfläche bspw. stieg um 24%, die Roggenfläche sogar um 59%. Ähnliche Entwicklungen konnten auch in anderen Europäischen Ländern beobachtet werden. Die Öko-Gemüsefläche stieg in 2005 zweistellig, während die Öko-Obstfläche in 2004 um 5% auf 8.626 ha zurückging. Auch die Öko-Leguminosen mussten Einbußen (-24%) hinnehmen, während die Öko-Rapsfläche um ganze 210% auf eine Fläche von 1.040 ha angestiegen ist.

Trotz des seit 2002 herrschenden Angebotüberhangs wurde die Bio-Milchproduktion in 2004 erneut um 9% auf 231,5 Mio. l ausgeweitet, was einem Anteil von etwa 1% an der Gesamt-Milchproduktion entspricht. Aufgrund des Angebotsüberhangs konnten lediglich knapp 50% dieser Menge auch als Öko-Produkt verarbeitet werden.

Die Zahl der Öko-Verarbeitungsunternehmen hat sich 2004 im Vorjahresvergleich nur wenig verändert, knapp 4.900 Unternehmen sind für Öko-Produkte zertifiziert. Es handelt sich dabei zu drei Vierteln um "junge" Betriebe, die ihre Bio-Anerkennung erst nach 1998 erhalten haben. Die Anzahl der Naturkost- und Reformwarenfachgeschäfte wird mit 2.500 beziffert, etwa 460 (18%) davon sind in Ketten oder Franchisesystemen organisiert. Der Zuwachs der Unternehmen im Naturkostsektor lag 2004 bei beachtlichen 12%.

Das durchschnittliche Umsatzwachstum der Öko-Händler lag in 2004 bei etwa 12,4% und fiel damit um etwa 5,6% geringer aus als im Vorjahr. Das durchschnittliche Umsatzwachstum lag dabei bei den Naturkostläden bei 11%, bei den Bio-Supermärkten (über 150 qm) bei 17%. Bei den "Reformhäusern" (Bio-Läden mit einer starken Orientierung in Richtung Diätprodukte und Nahrungsergänzung) allerdings lediglich bei 7%.

Allerdings kaufen 72 % der Konsumenten vor allem in Super- und Hypermärkten ein, während 22 % vor allem direkt auf dem Bauernhof einkaufen.

77% des Umsatzes mit Öko-Produkten entfallen dabei auf den Bereich Food, 23% auf Non-Food-Artikel. Während im Kosmetikbereich mit geringen 4% erheblicher Nachholbedarf besteht, erwirtschaften Nahrungsergänzungsmittel einen vergleichsweise hohen Anteil von 13% am Gesamtumsatz.

Insgesamt 364 Unternehmen exportieren Öko-Produkte, hauptsächlich Wein und andere alkoholische Getränke. Vor allem auch in Osteuropäischen Ländern sind oftmals französische Verarbeitungsprodukte anzutreffen.

Der Öko-Import konzentriert sich hauptsächlich auf die sechs Länder Marokko, Madagaskar, Türkei, Sri Lanka, Brasilien und Tunesien sowie die Produkte frisches Obst und Gemüse sowie Kaffee, Tee und Gewürze.

Laut einer aktuellen Umfrage des [Demoskopieinstitutes CSA](#) haben in 2005 47% der Franzosen mindestens einmal im Monat Bio-Produkte gekauft, was einem Zuwachs von 10% im Vorjahresvergleich entspricht. Am beliebtesten sind Obst und Gemüse, gefolgt von Eiern. Knapp ein Viertel der Befragten gab an, den Konsum von Bio-Produkten in den nächsten 6 Monaten steigern zu wollen.

*(Quelle: Rippin, ZMP)*

Letzte Aktualisierung: 16.06.2006