

Italien: Öko-Produktion weiterhin rückläufig

Schon in der frühen sechziger Jahren gab es Öko-Pioniere in Italien. Mitte der achtziger Jahre formulierte die Commissione Nazionale Cosé Biologico die ersten national gültigen privaten Öko-Standards für die Produktion. In den neunziger Jahren wuchs die Öko-Produktion in Italien rasant. Seit 2002 nimmt die Produktion ab und war auch 2004 zum dritten Mal in Folge im Vergleich zum Vorjahr rückläufig (- 17%). Die Bio-Anbaufläche reduzierte sich im gleichen Zeitraum um 10%, demgegenüber stiegen die Importe um 13% an. Laut SINAB bewirtschafteten Ende 2004 knapp 35.000 Öko-Betriebe etwa 954.500 ha landwirtschaftliche Nutzfläche. Gründe für den Flächenrückgang liegen vor allem darin, dass die Öko-Förderung in einigen Regionen eingestellt wurde und somit die Betriebe aus dem Kontrollsystem ausgestiegen sind. Sie wirtschaften zwar weiterhin ökologisch, die Produkte werden allerdings konventionell vermarktet.

Die größte Bedeutung hatte mit einer Fläche von knapp 250.000 ha Grünland und mit 237.000 ha Ackerfutterbau die Tierhaltung. Flächenmäßig an zweiter Stelle rangierte der Getreideanbau mit 191.000 ha (- 9% zu 2003), wobei Hartweizen mit gut 109.000 ha die größte Bedeutung in dieser Gruppe hat. Die Olivenproduktion wartet mit knapp 89.000 ha auf. Ebenso wie der Weinanbau mit gut 31.000 ha ist auch der Öko-Obstanbau mit 38.600 ha (-25% zu 2003) von großer Bedeutung in Italien. In der Provinz Bozen wurden 2005 mit 22.400 t etwa 3% mehr Bio-Äpfel geerntet als im Vorjahr. Der Bio-Anteil an der geernteten Tafelware liegt damit bei 2,75%. Bei gegenüber den Bio-Äpfeln erheblich geringeren Erntemengen haben Bio-Birnen mit 123 t aber eine höhere Bedeutung verglichen mit der konventionellen Erzeugung.

Der Gemüseanbau hat einen Flächenumfang von 13.750 ha. Unbedeutend hingegen ist der Kartoffelanbau mit lediglich 1.200 ha.

Mit über 2 Mio. Geflügeltieren und knapp 500.000 Schafen und Ziegen übersteigen diese Tierzahlen die der in Deutschland gehaltenen Bio-Tiere um das Doppelte. Die Anzahl der Rinder liegt in einer ähnlichen Größenordnung wie in Deutschland. Mit ca. 26.000 Schweinen ist die Schweinefleischproduktion allerdings äußerst niedrig.

Etwa 30% der Öko-Produktion wird vor allem in europäische Nachbarstaaten sowie die USA und Japan exportiert. Hauptexportartikel sind Obst und Gemüse, Olivenöl, Wein, Käse, Pasta, Getreide, Leguminosen und Trockenfrüchte.

Die meisten Öko-Betriebe finden sich in Süd-Italien und den italienischen Inseln Sizilien und Sardinien (32%).

Die Bio-Käufer sind im Gegensatz zu den Bio-Produzenten eher in Nord-Italien zu finden, da dort die industrielle und entsprechend auch ökonomische Stärke des Landes liegt. 73% der Italiener sind laut einer Umfrage über die Besonderheiten der Öko-Produktion gut informiert. Eine ähnlich hohe Prozentzahl der Befragten halten Öko-Lebensmittel für gesünder und schmackhafter.

Über die Hälfte der Italiener konsumieren Bio-Produkte. Laut AGF Niederlande kaufen 64% der Italiener Bio-Lebensmittel und gaben in 2004 dafür 1,6 Mrd. Euro aus. Damit macht der Bio-Anteil am Lebensmittelmarkt 1,4% aus. Leider gibt es sehr unterschiedliche Aussagen über die Höhe der aktuellen Bio-Umsätze in Italien. Das Marktforschungsunternehmen Coldiretti geht von einem Umsatzvolumen in Höhe von 2,27 Mrd. Euro aus. Der Bio-Marktxperte Roberto Pinton (www.greenplanet.net) beziffert den inländischen Umsatz mit Bio-Lebensmitteln auf 1,7 Mrd. Euro, zuzüglich eines Exportwertes von 700 Mio. Euro.

Laut einer Studie des italienischen Unternehmens Coldiretti ist der typische italienische Bio-Käufer zwischen 30 und 39 Jahre alt, hat einen Hochschulabschluss und wohnt in einer Großstadt im Nordosten. An erster Stelle stehen Bio-Konserven und Milch sowie Molkereiprodukte, die zusammen die Hälfte des Absatzes ausmachen. Etwa 18% entfällt auf Bio-Obst und -Gemüse.

Etwa 1.000 Naturkostfachgeschäfte existieren in Italien. Die überwiegende Anzahl der traditionellen Supermärkte führen auch Öko-Produkte im Sortiment, vornehmlich Molkereiprodukte und verpackte Trockenprodukte. Öko-Gemüse ist allerdings nur in knapp 20% der Supermärkte vertreten.

Einige italienische Bio-Erzeugergruppierungen haben eine 7,5 Mio. Euro teure internationale Werbekampagne für Bio-Frischprodukte gestartet, um die Nachfrage weiter anzukurbeln. Das berichtet "Fruit and Vegetable Markets Online". Die Initiative mit dem Titel "BioBenessere" (Öko-Wohlbefinden) wird von Pro.BER betreut, einer Gruppe von Öko-Bauern aus der Emilia Romagna, einem Zentrum für den Bio-Frischprodukte-Anbau. Unter den Teilnehmern an dem Vermarktungsprojekt befindet sich auch Apo Conerpo, einer der größten europäischen Frischprodukte-Produzenten, sowie die italienische Molkerei Granarolo. Die Hälfte der Gelder kommen von der EU, 20 % von der italienischen Regierung und 30 % von Pro.BER.

Die Kampagne richtet sich in erster Linie an Familien, Schulen und Kantinen, mit besonderer Konzentration auf Frauen. Ziel ist es, der Öffentlichkeit Bio-Lebensmittel näher zu bringen, und dabei nicht nur die Vorteile für den Verbraucher, sondern auch für die Umwelt darzustellen. Der Fokus liegt auf Bio-Frischprodukten inklusive Milch- und Molkereiprodukten, Fleisch, Eiern und Honig. Informationsmaterial soll über den LEH sowie über Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften nicht nur in Italien, sondern auch in Großbritannien, Finnland, Schweden, Österreich und Deutschland verteilt werden. Innerhalb von drei Jahren sollen über verschiedene Marketingaktivitäten rund 10 Mio. Verbraucher erreicht werden. Auch Caterer werden gezielt angesprochen, da diese rund 40 % der 50 Mrd. Außer-Haus-Mahlzeiten pro Jahr im westlichen Europa verteilen.

(Quelle: Rippin, ZMP)

Letzte Aktualisierung: 29.06.2006

AgroMilagro

Downloadquelle: www.agromilagro.de

research