

Trends bei Bio-Produkten:

Alles BIO... oder was?

Frische, Internationalität & Innovationskraft auf der BioFach 2009



Die Bio-Produkte werden immer moderner verpackt. So werden Yanick+Fée Produkte auf höchstem Niveau produziert und präsentiert.

Die neuesten Schätzungen zur Entwicklung des Bio-marktes in Deutschland gehen auch für 2008 von einer zweistelligen Steigerung aus. Somit fragt der Kunde nach wie vor Bio-Produkte nach. Der Erfolg der BioFach 2009 mit einer um 7% gestiegenen Ausstellungsfläche und einem Angebot in zwölf Messehallen zeigt das große Angebot in diesem Sektor. Gerade die höhere Vielfalt bei Bio-Produkten und die angespanntere finanzielle Lage der Kunden verlangt jetzt von den einzelnen Herstellern größere Anstrengungen zur Differenzierung. Jetzt müssen die Produkte mehr als nur Bio darstellen. Sie positionieren sich im Premiumbereich, greifen den Convenience-Gedanken auf oder überraschen mit neuen Marketingstrategien.

Bio Markt in Deutschland

Das Angebot von Bio-Produkten im Lebensmittelhandel wird immer vielfältiger und umfangreicher. Bereits 86 Prozent aller Haushalte haben im Jahr 2008 mindestens einmal Produkte aus ökologischer Erzeugung gekauft. Dabei bevorzugten 77% aller Käufer den Supermarkt als Einkaufsstätte. Insgesamt summierte sich der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) generierte Umsatz mit Bio-Produkten 2008 auf 1,77 Mrd. Euro. Damit steigerte der LEH seinen Bio-Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 321 Mio. Euro oder 22 Prozent. Unter den Geschäftstypen im LEH (inkl. Drogerie- und Getränkeabholmärkte) treiben vor allem die Discounter das Wachstum im Bio-Markt kräftig voran; sie haben ihren Anteil 2008 auf 37 Prozent ausgebaut. Daneben sind auch Verbraucher- und Supermärkte wichtige Motoren des Bio-Trends (siehe Grafik 1)

Zu den besonders wachstumsstarken Warengruppen zählen vor allem die umsatzstärksten Bio-Kategorien wie Milch, Joghurt, Milchlischgetränke (inkl. Soja-Getränke), TK-Gemüse, Müsli und abgepackter Bohnenkaffee. Insbesondere die einkaufstarke Verbrauchergruppe über 50 möchte sich mit gesunden und nachhaltigen Lebensmitteln versorgen und fragt

diese verstärkt nach. Der LEH generiert seinen Umsatz mit Bio-Produkten überwiegend durch Stammkäufer. Jeder fünfte Bio-Käufer ist ein Stammkäufer. Dieser kauft drei Viertel der gesamten Einkaufsmenge an Bio-Produkten und lässt aufgrund einer höheren Kauffrequenz in der Summe mehr Geld in den Geschäften. Dabei spielt eine aus Verbrauchersicht akzeptable Preisstellung für das weitere Vordringen von Bio-Produkten innerhalb der Warengruppen eine wichtige Rolle.

Premium herausarbeiten

Die Qualitätsunterschiede machen sich langsam auch bei Bio-Produkten bemerkbar. Der Verbraucher trifft in allen Einkaufsstätten auf Bio. Die Zeit, in der allein die ökologische Herstellungsweise die Produkte als „Premium“ auszeichnete, ist eindeutig vorbei. Jetzt zählen die sorgfältig ausgesuchten Rohstoffe, die Rezeptur, das professionelle Verpackungsdesign und moderne Marketingstrategien zur Unterscheidung. Die ökologische Herstellung wird dabei zur selbstverständlichen Erwartungshaltung beim Verbraucher. Der Verbraucher hat sich dabei auch gewandelt. Während in den Anfängen der Bio-Bewegung die Ideale hoch gehalten wurden und asketische Produkte sich verkaufen ließen,

