

---

## **Begrüßung und Einführung**

Dr. Alexander Gerber,  
Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

---

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Freunde,

herzlich willkommen zum Tag des Ökologischen Landbaus! Nicht nur der Bio-Markt wächst, auch die Zahl der Teilnehmer an dieser Veranstaltung. Da wir uns heute mit den Herausforderungen der Marktentwicklung auseinandersetzen wollen, ist dieser Zusammenhang wohl nicht ganz zufällig. Jedenfalls sind wir überwältigt von der großen Resonanz – erstmals konnten wir nicht alle Anmeldungen annehmen - und freuen uns sehr über ihr Kommen!

„Bio boomt“, das ist auch die Schlagzeile dieser Grünen Woche und zeigt, dass nicht nur der Markt rasant wächst, sondern dass Bio auch in den Medien ein Echo wie selten zuvor findet.

Bereits im letzten Jahr hatte Minister Seehofer mit seinen unbedachten Äußerungen Ökolandbau und Agro-Gentechnik zu den beiden zentralen Themen der Grünen Woche gemacht. Dass die damalige Berichterstattung noch zu toppen ist, und wir uns dieses Jahr vor Interviewanfragen kaum retten können, hat uns doch mehr überrascht als das stetige Marktwachstum.

Warum ist Bio so erfolgreich und findet so große Aufmerksamkeit? Weil wir den Kunden gute Produkte bieten und gleichzeitig umweltfreundlich und tiergerecht produzieren. Die Verbrauchererwartungen haben sich geändert: es geht nicht mehr nur darum, dass Lebensmittel billig sind. Gesundheitswirkung, Qualität und Geschmack sind für die Verbraucher ebenso wichtig geworden, wie die Erwartung, dass die Lebensmittel ethisch korrekt erzeugt wurden. Auf kein anderes als auf das Bio-Produkt trifft der alte Slogan „genießen ohne Reue“ so gut zu. Und wer wollte das nicht!

Der Erfolg beruht aber nicht darauf, dass sich einige gewiefte Marketingexperten überlegt haben mit welcher Art Produkt man im gesättigten Lebensmittelmarkt erfolgreich im Verdrängungswettbewerb sein könnte. Vielmehr beruht er darauf, dass die Bio-Pioniere achtsam mit Natur und Umwelt umgehen wollten und auf bestimmte Handlungsweisen verzichtet haben. Käufer und Gewinn sind dann nicht Ziel sondern Bedingung um so wirtschaften zu können. Vergessen wir nicht: Der Bio-Markt war ursprünglich ein Angebotsmarkt. So gesehen mussten die Verbraucher erst für das neue Landwirtschaftskonzept gewonnen werden! Dass Landwirte den heutigen gesellschaftlichen Trend mit der Entwicklung des Ökolandbaus bereits vor Jahrzehnten initiiert und ermöglicht haben ist eine der herausragenden, bislang aber kaum gewürdigten, Leistungen der Bio-Pioniere.

Heute hat sich das Blatt gewendet und wir haben einen Nachfragemarkt. Erst dadurch wurde der Markt für den konventionellen Handel interessant und er möchte am Kuchen teilhaben. Aber nicht nur das: Bio ist gleichzeitig zu einem wichtigen Instrument der Kundenbindung geworden. Ich unterstelle aber: die Bio-Richtlinien sind für die meisten dieser Vermarkter nicht Ausdruck inhaltlicher Anliegen, sondern nur der gesetzliche Rahmen, innerhalb dessen es gilt, den Profit zu maximieren.

Gleichzeitig findet das stärkste Marktwachstum aber gerade beim konventionellen Einzelhandel und vor allem bei den Discountern statt. Sie bauen ihren Umsatzanteil kontinuierlich zu Lasten des Fachhandels aus. Ist das zu begrüßen, weil neue Kunden in ihren gewohnten Einkaufsstätten gewonnen werden und Erzeuger und Verarbeiter neue Absatzkanäle finden und sich damit die umweltfreundlichen Bio-Flächen ausweiten? Oder droht eine feindliche Übernahme und so wie die „Heuschrecken“ die aufgekauften Unternehmen schließen, werden die Bio-Prinzipien mittel- bis langfristig von den konventionellen Playern unterlaufen oder gar ganz über Bord geworfen?

Wie stellen wir uns diesen Herausforderungen, wie halten wir unsere Grundsätze aufrecht, die Ausgangspunkt und Garanten für den heutigen Erfolg von Bio sind, wie agieren wir am Markt und wie entwickeln wir uns weiter?

Das sind die Fragen, auf die wir Antwort suchen und mit denen wir uns heute beschäftigen wollen. Das wollen wir aus verschiedenen Blickwinkeln tun: Zwei Wissenschaftler analysieren die Situation aus Sicht des Marktes und aus Sicht der Wirtschaftsethik. Als Praktiker stehen eine Verarbeitungspionierin und ein Vertreter der Landwirte Rede und Antwort.