

BIOHANDEL AKADEMIE – 14. MARKTGESPRÄCH

30 Prozent Bio bis 2030 geht nur gemeinsam

Die BioHandel Akademie hat sich mit der gesellschaftspolitischen Fragestellung „30% Bio im Handel – aber wie?“ beschäftigt – unterstützt vom BÖLW als Dachverband der ökologischen Lebensmittelwirtschaft. Eingeladen waren am Vormittag die Vorsitzenden der großen Anbauverbände Bioland, Demeter, Naturland und Biokreis, die - bis auf den fachhandelsloyalen Biokreis - alle inzwischen über die Nutzung ihrer Verbandssiegel auch mit LEH und Discounter weitgehende Kooperationen abgeschlossen haben. So war auch die Haltung der BioHandel Akademie und der Verbände in der Online-Gruppendiskussion klar: 30% Bio bis 2030 in den Handel zu bekommen, bedarf der gemeinsamen Anstrengung durch Fachhandel und LEH/Discounter. Ökologische Lebensmittelwirtschaft als Antwort auf die Klimakatastrophe und Artensterben sind unabdingbar, Graben- und Verteilungskämpfe kann sich die Bio-Branche angesichts dieser Bedrohungen und der politischen Zielvorgabe „Bio 30/30“ nicht leisten.

Schnell war auch herausgearbeitet, dass den beiden Vertriebspartnern dabei unterschiedliche Aufgaben zukommen: LEH und Discounter bedienen den Mainstream und erreichen mit ihrem breiten Filialnetz jeden Kunden, ermöglichen hybriden Kunden das One-Stop-Shopping von bio und konventionell. Der Fachhandel hingegen – der bereits 100% Bio im Sortiment führt – hat die Aufgabe, als Qualitäts- und Innovationsmotor der Bio-Branche überzeugte Bio-Kunden zu bedienen. Dabei gilt es, neuartige, regionale und kooperative Vertriebskonzepte entlang der Bio-Wertschöpfungskette zu entwickeln – nicht zuletzt, um seine Einzigartigkeit zu wahren.

Der Nachmittag des 14. Marktgesprächs war von Wissenschaft und Forschung geprägt: Prof. Dr. Stefan Rüschen von der Dualen Hochschule Heilbronn konnte aus marktwirtschaftlicher Sicht berichten, dass der seit vielen Jahren kontinuierlich gewachsene Bio-Markt in den aktuellen Krisenzeiten nur eine Rückgangs-Delle erfährt, verbunden mit einer zunehmenden Präferenz von „preiswerterem“ Bio im LEH. Aber es gäbe im zukünftigen Kaufverhalten keine generelle Abkehr von Bio-Produkten. Allerdings machte Prof. Rüschen – wie auch die großen Bio-Verbände – deutlich, dass das politisch gewollte, große Ziel „Bio 30/30“ nur zu erreichen ist, wenn es seitens der Politik auch entsprechende Unterstützungs- und Förderungskampagnen gibt.

Auch aus marktforscherischer Sicht konnte Frank Quiring vom Rheingold Forschungsinstitut überzeugend darlegen, dass der Kaufwunsch nach Bio „tiefenpsychologisch“ sehr stark mit menschlichen Grundbedürfnissen nach Einfachheit, „heile Welt“ und Vertrauen verbunden ist. Haltungen und Erwartungen, die der Kunde mit Bio bedient, würden zukünftig in einer globalisierten Welt sicherlich noch stärker.

Neben diesen mutmachenden Statements zur Bio-Entwicklung aus Wissenschaft und Forschung waren am Nachmittag noch zwei Handelsvertreter und zwei Hersteller eingeladen, jeweils als „Duo“ aus dem Fachhandel und LEH.

Das kleine Fachhandelsunternehmen Sodasan (Reinigungsmittel) stellte sich auf Augenhöhe und mit unterschiedlichen Konzepten dem aus der Fernseh-Werbung allen bekannten „grünen Frosch“. Auch hier wurde man sich einig, dass für eine ökologische Transformation hin zu nachhaltigem Verhalten Sodasan und Frosch jeweils einen wertvollen Beitrag leisten. Sodasan zeigt auf, was mit Bio-Zutaten bei Reinigungsmitteln machbar ist, Frosch sensibilisiert und erreicht mit sauberen Produkten deutlich mehr Kunden, leistet somit einen größeren Beitrag zur Vermeidung von schädlichen Inhalts- und Verpackungstoffen.

Das andere Duo aus dem Handel bestand aus einem Vertreter der Berliner Bio-Filialkette BIO COMPANY und dem Geschäftsführer eines der größten Edeka-Center in Deutschland. Hier zeigte sich, dass die Bio-Fläche als Block bei diesem Edeka Markt 800 qm beträgt, mehr als bei den meisten Bio-Fachgeschäften. Aber auf Handelsebene konnte die Bio Company bereits mit 100% Bio punkten, während Edeka Warnow mit unterschiedlichen Produktwelten – eine davon für Bio – allen Kunden alles auf einer Fläche bieten kann. In der Beratung und Warenkenntnis bei Bio-Produkten lag die Bio Company weit vorne. Sie bedient den Bio-Lebensmitteleinkauf im jeweiligen Bezirk, der Edeka-Center Warnow hat – oftmals für den wöchentlichen Groß-Einkauf – ein Einzugsgebiet von 100 km.

Das 14. Marktgespräch der BioHandel Akademie am 7. November hat geholfen, unterschiedliche Angebotsformen und Kundenerwartungen besser zu verstehen, und die Vertriebspartner Fachhandel und LEH/Discounter auf dem Weg zu Bio 30/30 in ihren unterschiedlichen Aufgaben und Möglichkeiten zur Zielerreichung deutlicher zu profilieren. Ebenso gab es ein eindeutiges Postulat der Akteure und Wissenschaftler nach einer „neuen Bio-Kampagne“ unterstützt von der Politik – vergleichbar der Bio-Initialkampagne zur Einführung des Bio Siegels vor mehr als 20 Jahren.

Das 15. Marktgespräch findet am 8. Mai 2023 statt – das Thema „Bio 30/30“ wird wieder im Mittelpunkt von Vorträgen und Gesprächsrunden der BioHandel Akademie stehen. Dann allerdings geht es mehr um Fragestellungen und Ansätze, die dem Fachhandel helfen, seine gestaltende und vorbildhafte Rolle innerhalb des wachsenden Bio-Marktes weiter zu behaupten.

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Imke Sturm

bio verlag gmbh

63741 Aschaffenburg

imke.sturm@bioverlag.de

0172 32 50 222