

## Pressemitteilung

### Bio-Mainstream und innovative Vielfalt bestimmen den Markt

**12. Februar 2020 – Alle Lichter stehen auf Grün für den Durchbruch von Bio als gängige landwirtschaftliche Praxis in 2030. Damit wird sich die ökologische Anbauweise endgültig durchsetzen. Mission erfüllt – oder wird der Bio-Sektor darüber hinaus weitere innovative Lebensmittel und Produktionsmethoden hervorbringen? „In dem Spannungsfeld von sicherem Durchbruch und ungewissen Zielen liegen die interessanten Themen von Bio“, sagt Bavo van den Idsert, niederländischer Bio-Spezialist, auf der BIOrganicLifeStyle.EU-Pressekonferenz auf der BIOFACH.**

#### Bio wird zur Hauptströmung

Obwohl die Marktanteile von Bio-Lebensmitteln und Bio-Landwirtschaft immer noch relativ klein sind, zeigt ihr schnelles Wachstum in den vergangenen Jahren, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Nachdem Österreich, die Schweiz, Dänemark und Schweden als erste EU-Mitgliedsstaaten die 20-Prozent-Hürde überwunden haben, werden bald weitere Länder folgen. Die Politik in Deutschland und Frankreich, den größten Bio-Märkten in Europa, beschleunigt das Wachstum des Bio-Sektors erheblich. Und dies wird von dem ambitionierten neuen EU-Beauftragten Frans Timmermans aufgegriffen. Der kürzlich von der EU-Kommission veröffentlichte Entwurf des „Green Deals“ unterstreicht seine Ambitionen. Zum ersten Mal in der Geschichte wird die Förderung von Bio-Landwirten Teil der Landwirtschaftspolitik der EU sein. Sollte nur die Hälfte der veröffentlichten Pläne realisiert werden, würde schon das dem bereits schnellen Wachstum des Bio-Sektors einen zusätzlichen Schub verleihen.

Weitere Hauptantriebskräfte für das schnelle Wachstum sind multinationale Lebensmittel-Giganten und große Supermärkte. Endlich haben sie das enorme Potenzial erkannt, das in dem Interesse der Verbraucher an Bio-Produkten steckt. In den letzten 20 Jahren sind auch sie in den Bio-Sektor eingestiegen und haben dem Markt dadurch neue Impulse gegeben. Das wachsende Konsumentenbewusstsein für einen natürlichen Lebensstil bildet den beständigen Nährboden für den Wandel hin zu Bio-Lebensmitteln und ökologischer Landwirtschaft. Verbraucher machen sich immer mehr Gedanken um ihre Gesundheit, das Klima, Biodiversität, Frischwasser und mehr soziale Gerechtigkeit. Das liegt auch an Organisationen wie der UN, die die Notwendigkeit einer langfristigen Agrarökologie



Bionext



MIT MITTELN DER  
EUROPÄISCHEN UNION  
FINANZIERTE KAMPAGNE



veröffentlicht und die Aufmerksamkeit mit 17 Nachhaltigkeitszielen geweckt haben. Bei acht der 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung gehört eine biologische Landwirtschaft zum Lösungsansatz: Landleben (Biodiversität und Bodenfruchtbarkeit), Unterwasserleben (Verzicht auf chemische Düngemittel), Klimamaßnahmen (Kohle-Landwirtschaft), Frischwasser und Kanalisation (keine Pestizide und Düngemittel), Null-Hunger-Programm (Ackerböden retten für genug Nahrung in der Zukunft), verantwortungsvoll sein in Konsum und Produktion (Bio schützt die Umwelt), angemessene Arbeit und wirtschaftliches Wachstum (keine Belastung durch chemische Pestizide) sowie guter Gesundheitszustand und Wohlbefinden (laut einer deutschen Studie haben Menschen, die hauptsächlich Bio-Produkte essen, einen gesünderen Lebensstil als Menschen, die konventionell produzierte Lebensmittel konsumieren).

Bavo van den Idsert: „Aufgrund dieser einflussreichen Entwicklungen schätze ich, dass biologische Landwirtschaft die 20-Prozent-Marke bis 2025 erreichen wird. Gleichzeitig wird der Konsum die 100-Milliarden-Marke knacken.“

### **Die neue „Bioeconomy“**

Werden die Pioniere überleben? Bavo van den Idsert: „Um diese Frage zu beantworten, müssen wir verschiedene Aspekte in Betracht ziehen. Aus Sicht der Landwirte ist die Bio-Produktion eine riesige Innovationsquelle. Nach einer Periode der Effizienzsteigerung und Spezialisierung sind nun neue Techniken und Praktiken gefragt, um Aspekte wie Bodenfruchtbarkeit, Geschmacksqualität, Biodiversität und Kohlenstoffaufnahme im Nährboden weiter auszubauen. Neue Begriffe werden geprägt, wie beispielsweise „Carbon Farming“, räumlicher Fruchtwechsel und Agroforstwirtschaft. Völlig neue Konzepte für biologische Geflügelwirtschaft entstehen, die von Konsumenten besser verstanden werden als bisherige EU-Bestimmungen für Bio-Geflügel.“

Der zweite Aspekt betrifft den Vertrieb und ökonomische Fragen. Van den Idsert: „Ich denke, dass es eine große Chance für Bio-Märkte gibt, um dem konventionellen Einzelhandel mit biologischen Wertschöpfungskonzepten zu begegnen. Es gibt große Chancen für Innovationen, kombiniert mit einer neuen „Bioeconomy“, die Verbindung zwischen Landwirten und Verbrauchern zu erneuern. Die jüngsten Entwicklungen in Frankreich mit einer Verdopplung der Bio-Märkte in den letzten fünf Jahren zeigen, wie es in der Praxis funktionieren kann. Neueste Entwicklungen in Frankreich, mit einem Umsatzwachstum von fünf Prozent im Bio-Einzelhandel, aber nicht weniger als 20 Prozent Umsatzwachstum für den konventionellen Einzelhandel in 2019, zeigen, dass der konventionelle Einzelhandel den



Herausforderungen gewachsen ist, denn er will nicht von der neuen „Bioconomy“ des auf Bio spezialisierten Pionier-Sektors verdrängt werden“, sagt Bavo van den Idsert. „Doch was dem konventionellen Einzelhandel fehlt, ist die ethische Motivation, die hinter Bio steckt, sowie die Eigenmotivation, sich zu erneuern.“

((Zeichen inkl. Leerzeichen: 5.283))

*Anmerkung:*

*Druckfähiges Bildmaterial der Pressekonferenz kann unter diesem Link heruntergeladen werden: [www.biolseu.eu/de/press-release-de](http://www.biolseu.eu/de/press-release-de).*

*Für weitere Informationen freuen wir uns auf Ihre Mail an: [presse@seidl-agentur.com](mailto:presse@seidl-agentur.com).*

#### **BIOrganicLifeStyle.EU**

Bei dem internationalen Projekt Biols (BIOrganicLifeStyle.EU) arbeiten die repräsentativsten und wichtigsten Organisationen im Bio-Lebensmittelhandel aus Italien (European Organic Partners) und den Niederlanden (Bionext) zusammen. Die Kampagne für Deutschland, Italien und Frankreich wird mithilfe der Europäischen Union finanziert. Das Hauptziel ist die Förderung eines Bio-orientierten Lebensstils sowie das Bewusstsein für den Mehrwert biologischer landwirtschaftlicher Produktionsmethoden in der EU zu schärfen. Ziel ist es weiter, Produkten, die das Bio-EU-Logo tragen, einen Mehrwert zu verleihen. Damit wird das Image einer gemeinsamen europäischen Spitzenleistung aus Tradition und nationalem Kulturerbe geformt. Verbraucher können sich am europäischen Bio-Siegel, dem Grünen Blatt, orientieren und Bio-Produkte mit gutem Gewissen konsumieren. Das ist wichtig, denn sie machen sich zunehmend Gedanken über ihre Ernährung (zum Beispiel über die Herkunft der Lebensmittel und wie sie verarbeitet werden) und finden so eine klare Antwort in biologisch erzeugten Lebensmitteln und Getränken. „Denk Bio“ wird der neue Lebensstil europäischer Verbraucher sein und die Webseite [www.biolseu.eu/de/](http://www.biolseu.eu/de/) dient als Anleitung, dem Blatt des grünen Siegels zu vertrauen.



Bionext



MIT MITTELN DER  
EUROPÄISCHEN UNION  
FINANZIERT KAMPAGNE

