BIO-SIEGEL report
Nachrichten rund um das Bio-Siegel
Ausgabe 02/2002

Entwicklung

Wachstum beim ökologischen Landbau

Der ökologische Landbau in Deutschland hatte auch im Jahr 2001 mit über 15 Prozent ein weiterhin stabiles Wachstum zu verzeichnen. Die Zahl der ökologisch wirtschaftenden landwirtschaftlichen Betriebe nahm im Vergleich zum Vorjahr um 15,4 Prozent zu. Dies geht aus den Jahresmeldungen der Länder über den ökologischen Landbau vom Dezember 2001 hervor.

Foto: CSM Hamburg

Diesen Meldungen zufolge wurden in Deutschland bis Ende des Jahres 2001 632.165 ha landwirtschaftliche Nutzfläche von 14.703 Betrieben nach den EU-weiten Regelungen des ökologischen Landbaus bewirtschaftet. Damit erhöhte sich, bezogen auf das Vorjahr, die Zahl der landwirtschaftlichen Öko-Betriebe um 1.963 und die nach den Regelungen der EG-Öko-Verordnung bewirtschaftete Fläche um 86.142 ha (Anstieg um 15,8 Prozent). Der Anteil an der Gesamtzahl der landwirtschaftlichen Betriebe betrug im Jahr 2001 ca. 3,3 Prozent (2000 ca. 2,8 Prozent), der an der Gesamtfläche 3,7 Prozent (2000 ca. 3,2 Prozent).

Auch die Anzahl der verarbeitenden Betriebe und Importeure im Öko-Sektor ist gegenüber 2000 weiter gewachsen. Eine zunehmende Wachstumsdynamik ist bei den

Fortsetzung Seite 2

Inhalt

BNN: Das Bio-Siegel ist etabliert Seite 2
Unternehmen: Neukunden-Gewinnung bei AlnaturA und SuperBioMärkte Seite 3
Umfrage: Bei Jugendlichen ist Bio voll im Trend Seite 4
Prof. Ulrich Hamm: Bio-Siegel ist im „Warenzeichen-Dschungel“ positiv Seite 5
Infostelle: Die vier häufigsten Fragen zum Bio-Siegel Seite 6
Kampagne: Rund 65.000 Besucher bei der Bio-Siegel-Info-Tour Seite 7
Portrait: gepa GmbH mit dem 10.000sten Bio-Siegel Seite 8

Grußwort

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

Foto: Bioland

„Bio“ ist mehr als ein Trend. Das Interesse der Menschen an umweltgerecht und gesund erzeugten Bio-Lebensmitteln wächst weiter.
Daran hat sich nichts geändert – auch nachdem einige Futterhändler einwandfrei produziertes Biogetreide in einer Halle lagerten, die noch aus DDR-Zeiten mit Pflanzengiften verseucht war. Viele Menschen haben verstanden, dass auch der ökologische Landbau nicht vor Gedankenlosigkeit, Profitgier und krimineller Energie sicher ist. Aber sie haben auch verstanden, dass der Nitrofenskandal kein Bio-Skandal war, sondern erst strenge Kontrollen der ökologischen Lebensmittelwirtschaft die Belastungen durch Reste längst verbotener chemisch-synthetischer Mittel zu Tage gefördert haben.
Aufgabe von Politik und ökologischer Lebensmittelwirtschaft wird es nun sein, durch eine zielgerichtete Zusammenarbeit die Qualitätssicherung weiter zu verbessern.
Ein wichtiges Element ist die Kennzeichnung der Bioprodukte. Das Bio-Siegel – am besten in Kombination mit den Qualitätszeichen der Bio-Anbauverbände – leistet hier einen hervorragenden Beitrag.
Damit mehr Bauern auf Biolandbau umstellen können, müssen die Menschen wissen: Bioprodukte sind ihren Preis wert. Dass „Genuss nach Bio-Art“ Mensch und Umwelt bestens bekommt, erfährt jeder, der Bioprodukte probiert und sich über den Umweltnutzen durch Biolandbau informiert.

Thomas Dosch
Vorsitzender des Bioland e.V. und Sprecher des Bundes Ökologischer Lebensmittelwirtschaft e.V.

Entwicklung

Fortsetzung von Seite 1

Unternehmen der Verarbeitung von Öko-Produkten festzustellen. Ihre Anzahl stieg bereits 2000 gegenüber 1999 überdurchschnittlich im Vergleich mit den Vorjahren um 15,3 Prozent. 2001 nahm der Verarbeitungssektor nochmals um 802 Betriebe (20,8 Prozent) zu. Insgesamt waren im Jahr 2001 in Deutschland 18.109 Unternehmen im Öko-Sektor tätig.

Die Jahresmeldungen der Bundesländer erfassen alle Unternehmen, die Bio-Produkte erzeugen, verarbeiten oder aus Drittländern einführen. Jeder dieser Betriebe muss die Vorschriften der EG-Öko-Verordnung einhalten, um seine Produkte zum Beispiel mit dem Hinweis „Bio“ oder „Öko“ vermarkten zu dürfen, und sich dabei der Kontrolle der von den Bundesländern zugelassenen Öko-Kontrollstellen unterziehen. Bei den Kontrollen, die mindestens einmal im Jahr stattfinden, wird die Einhaltung der Vorschriften über den ökologischen Landbau überprüft. Außerdem werden unangekündigte Stichprobenkontrollen durchgeführt. Diese Kontrollen finden zusätzlich zu den im konventionellen Bereich üblichen Überprüfungen der Betriebe und Produkte statt.

Interview

Bundesverband Naturkost Naturwaren

Bio-Siegel ist etabliert

Fragen an Ruth Schmeing, Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesverband Naturkost Naturwaren Herstellung und Handel e.V. (BNN).

Foto: BNN

Ruth Schmeing

Wie haben Ihre Mitglieder das Bio-Siegel aufgenommen?

Ruth Schmeing: Der BNN Herstellung und Handel hat Ende April/Anfang Mai eine Mitgliederumfrage zur Nutzung und Einsatzhäufigkeit des Bio-Siegels durchgeführt. Diese aktuellen Ergebnisse zeigen, welche Rolle das Bio-Siegel auf Unternehmerseite bei der Marktentwicklung ökologischer Lebensmittel spielt: 90 Prozent der Befragten setzen bereits das Bio-Siegel ein. Auf durchschnittlich 50 Prozent des jeweiligen Produktsortiments wird das Zeichen bisher abgebildet. Auf die Frage, ob das Siegel zukünftig auf allen Produkten, also im gesamten Sortiment, erscheinen soll, antworteten 90 Prozent der Befragten mit „Ja“. Der überwiegende Teil der Befragten lobte dabei die Informationskampagne und das unbürokratische und kostenlose Vergabeverfahren. Zusätzlich wurde darauf hingewiesen, dass die Attraktivität deutscher Produkte stärker herausgestellt werden sollte.

Es ist immer wieder vom Trend-Thema Bio die Rede. Können Sie das bestätigen?

Schmeing: Unserer Ansicht nach wird Bio nicht nur ein Trend-Thema, Bio ist bereits im letzten Jahr Trend gewesen. Die überragende Resonanz auf der BioFach-Messe zu Beginn des Jahres 2002 hat es gezeigt. Auch dank der Bio-Siegel-Kampagne war und ist Bio immer öfter ein Thema in Restaurants, Kantinen, Schulen und Kindergärten, Szenekneipen und auch im privaten Kreis, unter Freunden und Verwandten.

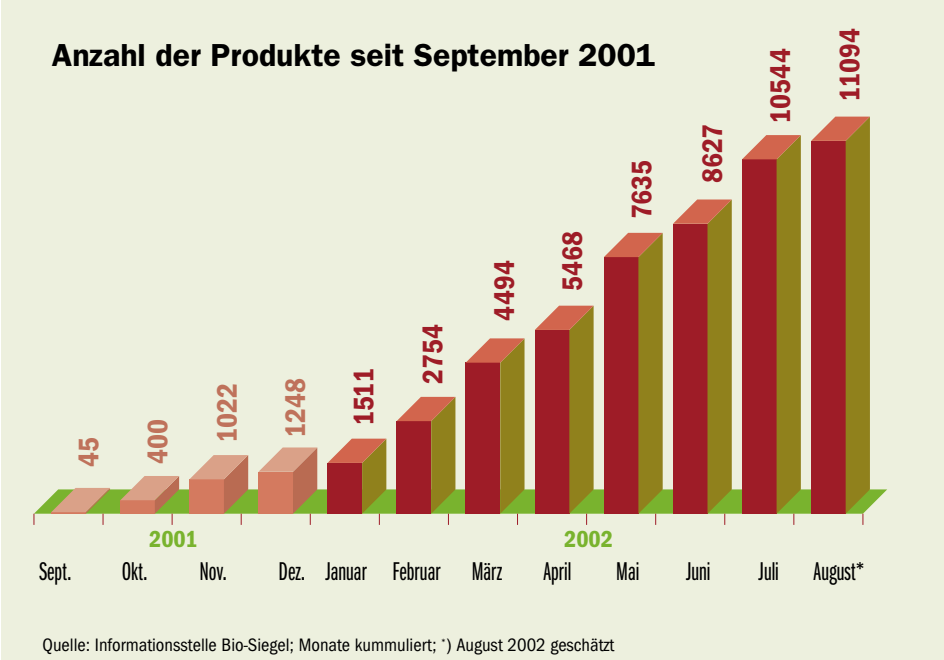
Wie entwickelt sich aus Ihrer Sicht der Markt ökologischer Nahrungsmittel?

Schmeing: Verbandsinterne Hochrechnungen für das erste Quartal 2002 zeigen, dass die Mitglieder ihren Bio-Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum halten konnten. Den Naturkost-Großhandelsunternehmen ist es in den Monaten Januar bis April 2002 fast gelungen, an die guten Ergebnisse des letzten Jahres – im Zeichen von BSE und MKS – anzuschließen. Ob der Aufwärtstrend bei Öko-Lebensmitteln anlässlich der derzeitigen Aufregung um pestizidbelastete Nahrungsmittel weiter anhält, wird sich zeigen. Viele Verbraucher bringen ihrem Bioladen weiterhin großes Vertrauen entgegen. Dafür sind wir sehr dankbar.

Welche Konsequenzen sollten aus dem Futtermittel-Skandal gezogen werden?

Schmeing: Der BNN Herstellung und Handel setzt sich nun gemeinsam mit den ökologischen Anbauverbänden verstärkt für eine Weiterentwicklung der Kontrollsysteme sowie eine verbesserte Kommunikations- und Informationsstruktur unter den Akteuren der Lebensmittelwirtschaft ein. Rückhaltlose Aufklärung, konsequente Fehlerbeseitigung und verbesserte Kontrollen werden dazu dienen, dass Lebensmittel aus ökologischer Landwirtschaft auch in Zukunft das Vertrauen der Verbraucher wert sind.

Das Bio-Siegel auf Erfolgskurs



Quelle: Informationsstelle Bio-Siegel; Monate kummuliert; *) August 2002 geschätzt

Naturkost-Handel

Zunehmendes Interesse

Gerade bei der Neukunden-Gewinnung hilft das Bio-Siegel dem Naturkost-Handel, bestätigt die Branche. Denn das staatliche Prüfzeichen hält, was es verspricht: Es schafft zusätzliche Klarheit.

Michael Radau, Vorstand der SuperBioMarkt AG, ist sich sicher: „Das staatliche Bio-Siegel ist ein großes Plus vor allem bei der Neukundengewinnung.“ Auch Dr. Götz E. Rehn, Geschäftsführer der AlnaturA GmbH betont den Informations-Charakter des Bio-Siegels: „Das Bio-Siegel ist für uns eine Zusatzinformation an unsere Kunden, dass wir verlässliche Bio-Produkte anbieten.

Michael Radau setzt das Bio-Siegel bereits seit November 2001 in den sechs Filialen seiner SuperBioMärkte ein. Da es zu diesem Zeitpunkt noch wenig entsprechend gekennzeichnete Verpackungen gab, nutzten die SuperBioMärkte das Bio-Siegel zunächst auf den Regaletiketten. So konnten schnell alle Food-Artikel der über 6.500 Bio-Produkte der SuperBioMärkte ausgezeichnet werden. Radau schätzt, dass bis zur vollständigen Verpackungsumstellung noch zwei bis drei Jahre vergehen. Radau: „Das Bio-Siegel hat uns – gerade bei Neukunden – geholfen, die Problematik ‚Ist das auch wirklich Bio?’ zu entschärfen.“

Die SuperBioMärkte, die im Raum Münster/Osnabrück angesiedelt sind, informieren ihre Kunden neben der entsprechenden Kennzeichnung am Produkt selbst mittels A1-Plakaten, Informationsbroschüren und in persönlichen Gesprächen. „Gerade zu Beginn der Einführung des Bio-Siegels kamen eine Menge Fragen zu Hintergründen, Kontrollen und Produkten. Danach hat das Interesse nachgelassen, erst in der letzten Zeit kommen natürlich wieder verstärkt Fragen nach der Sicherheit des Kontrollsystems.“

Gerade aufgrund der durch die Informationskampagne hervorgerufenen breiten Bekanntheit des Bio-Siegels bestehe, so Radau, noch Handlungsbedarf: „Das Bio-Siegel wird dann eine relevante Bedeutung erhalten, wenn es das Symbol für sichere, transparente, ökologische Lebensmittel wird. Hier muss jedoch noch Einiges getan werden.“

Foto: AlnaturA

Dr. Götz E. Rehn, Geschäftsführer AlnaturA GmbH

Die AlnaturA GmbH setzt das Bio-Siegel seit Frühjahr 2002 ein. Die ersten gekennzeichneten AlnaturA-Produkte kamen im März 2002 in den Handel. Geschäftsführer Dr. Götz E. Rehn schätzt, dass die Verpackungsumstellung der über 400 AlnaturA-Artikel in diesem Jahr abgeschlossen sein wird. Die AlnaturA-Produkte werden in den zwölf Super-Natur-Märkten der AlnaturA GmbH verkauft, zudem beliefert AlnaturA 1.500 Filialen der Handelspartner dm-Drogeriemarkt, tegut und Budnikowsky. Außer den AlnaturA-Produkten gibt es in den zwölf Super-Natur-Märkten mehrere Tausend Bio-Erzeugnisse anderer Marken. Hier sei, so Dr. Götz E. Rehn, die Verpackungsumstellung erst zu 20 Prozent erfolgt.

Foto: SuperBioMarkt AG

Michael Radau, Vorstand der SuperBioMarkt AG

Die AlnaturA GmbH erstellte zu Beginn der Kampagne für das Bio-Siegel eine Kunden-Informations-Postkarte, die in den eigenen Filialen sowie bei den Handelspartnern ausgelegt wurde. Darüber hinaus wird das Bio-Siegel in allen Werbemitteln kommuniziert, wie etwa dem Frühjahrsjournal, das nicht nur in den Märkten ausliegt, sondern auch den örtlichen Tageszeitungen beigelegt wird.

Geschäftsführer Götz E. Rehn betont, dass die Stammkundschaft seiner Super-Natur-Märkte dem AlnaturA-Qualitäts-Siegel „Grünes Feld“ vertraue. Es informiert auf jeder Verpackung über die angebotene biologische Qualität. AlnaturA habe das Bio-Siegel mit in das „Grüne Feld“ aufgenommen, da das Bio-Siegel einen Teil der Qualitäts-Aussage quasi verbildliche.

Generell registrieren beide Unternehmer ein zunehmendes Interesse an Bio-Produkten in der Gesellschaft, das sich auch in Umsatzsteigerungen niederschlägt.

Nachrichten

Vor allem deutsche Nutzer

Zur Zeit kommen nur 35 Unternehmen, die das Bio-Siegel einsetzen, aus dem Ausland. Das sind 5,8 Prozent. Unternehmen aus 13 Ländern nutzen das Bio-Siegel. Der Anteil hat sich im Vergleich zu den Vormonaten ein wenig nach unten verändert. Diese Zahlen sagen allerdings nichts darüber aus, wie viele Produkte aus dem Ausland stammen (z.B. Kaffee, Tee, Nudeln, saisonales Gemüse und Obst). Dieser Anteil entzieht sich der Statistik, so die Infostelle Bio-Siegel.

Repräsentativ-Umfrage:

Die Jugend isst Bio

Bei Jugendlichen ist Bio ziemlich hipp. Nach einer repräsentativen Untersuchung ist das Bewusstsein für Gesundheit und ökologische Ernährung bei Jugendlichen stark ausgeprägt. Selbst ein Bio-Hamburger hätte beste Marktchancen.

66 Prozent der 14- bis 26-Jährigen entschieden sich für die Bio-Burger-Variante, wenn diese von Imbissen und Hamburger- oder Pizza-Ketten alternativ zu einem herkömmlichen Hamburger angeboten würde. Und das sogar, wenn der Bio-Hamburger teurer wäre. Das geht aus einer aktuellen repräsentativen Befragung der unabhängigen Hamburger BIK Umfrageforschung im Auftrag des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft hervor.

Ohnehin ist nach der Untersuchung das Bewusstsein für Gesundheit und ökologische Ernährung bei Jugendlichen stark ausgeprägt. Über 55 Prozent achten auf ihre Gesundheit und treiben Sport und insgesamt 91 Prozent stimmen der Aussage voll und ganz oder überwiegend zu, dass die richtige Ernährung für das Allgemeinbefinden des Menschen große Bedeutung hat. Gesund oder zumindest einigermaßen gesund ernähren sich nach der Befragung mehr als neun von zehn jungen Menschen.

Dabei stimmen 53 Prozent voll und ganz oder eher der Aussage zu, Bio-Lebensmittel schmecken besser und sind gesünder als herkömmlich produzierte. Dementsprechend hoch ist denn auch das Interesse für ökologische Lebensmittel. Knapp 59 Prozent der Jugendlichen halten die Einführung des Bio-Siegels auf Initiative von Bundesverbraucherministerin Renate Künast für eine gute Sache. Das staatliche Bio-Siegel haben 51,2 Prozent beim Einkauf im Laden oder anderswo entdeckt.

Spitzenreiter bei den ökologischen Lebensmitteln, die die 14- bis 26-Jährigen schon einmal gegessen haben, sind Brot- und Backwaren (48,1 Prozent), Milchprodukte (50,7), Gemüse (58,2), Obst (57,1), Fleisch (33,5), Nährmittel wie Müsli, Reis, Kartoffeln und Nudeln (32,8) sowie Wurst (24,9). Die eigenen Kinder wollen 46 Prozent der befragten Jugendlichen gesünder ernähren. Und das ist gut so. Denn prägend für die Ernährungsweise der Jugendlichen ist nach der repräsentativen Umfrage vor allem das Elternhaus (65 Prozent).

Bert, 24 Jahre

Mittlerweile gibt es ja aus fast allen Lebensmittelbereichen auch eine Auswahl von ökologischen Produkten. Achtest Du beim Einkauf darauf?

Ja, auf jeden Fall. Ich würde auch gerne noch mehr Bio-Produkte kaufen, kann mir das aber leider nicht leisten. Ökologische Produkte müssten noch günstiger werden.

Wie findest Du die Initiative von Verbraucherministerin Renate Künast, mit dem staatlichen Bio-Siegel ökologisch hergestellte Lebensmittel leichter erkennbar zu machen?

Wenn dadurch sichergestellt ist, dass es sich um ökologisch hergestellte Produkte handelt, finde ich ein klar erkennbares Siegel besser als viele verschiedene, bei denen nicht klar ist, was sie genau bedeuten.

Sarah, 15 Jahre

Stell Dir vor, es gäbe zum herkömmlichen Burger eine Alternative, einen Bio-Burger. Wie würdest Du Dich entscheiden?

Ich würde mich für den Bio-Hamburger entscheiden, weil der ja gesünder ist. Er muss natürlich lecker schmecken, auch satt machen und er darf nicht viel teurer sein, denn ich muss ja mit meinem Taschengeld auskommen.

Wie ist es denn bei Dir zu Hause. Würdest Du sagen, dass Du Dich gesund ernährst?

Ja, eigentlich schon. Ich esse morgens Müsli und sonst viele Äpfel. Meine Mutter kocht sehr viel Gemüse und gesunde Sachen und mein Vater kauft immer Brot aus dem Bio-Laden oder auf dem Markt. Rindfleisch essen wir eigentlich gar nicht. Das finde ich gut, denn ich will nicht irgendwann BSE bekommen. Ansonsten mag ich Schokolade auch sehr gerne. Die ist vielleicht nicht so gesund, aber Bio-Schokolade – gibt es die denn schon irgendwo?

Alexandra, 26 Jahre

Viele Studien zeigen, dass die richtige Ernährung für das Allgemeinbefinden des Menschen von großer Bedeutung ist. Teilst Du diese Meinung?

Ja, nicht nur für das Allgemeinbefinden, natürlich auch für die Gesundheit. Bei der Schadstoffbelastung der Lebensmittel heutzutage ist es wichtig darauf zu achten, was man isst.

Bist Du der Meinung, Bio-Lebensmittel schmecken besser und sind gesünder als herkömmlich produzierte?

Gesünder sind sie auf jeden Fall, da sie weniger Schadstoffe enthalten und mehr Nährstoffe. Deswegen schmecken sie auch besser.

Astrid, 21 Jahre

Spielt Bio bei Deinem persönlichen Einkauf von Lebensmitteln eine Rolle?

Ich probiere immer wieder Bio-Produkte aus. Wenn sie schmecken und nicht sehr viel teurer sind, bleiben sie auf der Einkaufsliste. Ich finde, wenigstens die Lebensmittel, die häufig gegessen werden, wie Brot, Nudeln und Obst, sollte man möglichst aus ökologischem Anbau bzw. Bio kaufen.

Wenn Du Dir einmal vorstellst, Du hast irgendwann eigene Kinder, wie wirst Du es dann mit der Ernährung halten?

Am besten wäre es natürlich, dann auf dem Land zu leben und zum Beispiel einen Garten zu haben. Man sollte es aber nicht übertreiben. Schließlich gehören Fastfood und Süßigkeiten zu einem Kinderleben dazu ... und auch zu einem Erwachsenenleben.

Fotos: CSM Hamburg

Nachrichten

Kontrolle bei 18.000 Firmen

Im Jahr 2001 gab es in Deutschland 18.019 Unternehmen (landwirtschaftliche Betriebe, Verarbeiter, Importeure), die nach der EG-Öko-Verordnung kontrolliert wurden. 4.749 Unternehmen, also 26,2 Prozent, sind Verarbeitungsunternehmen, Importeure und Mischunternehmen. 9,5 Prozent dieser Unternehmen setzen nach einer Schätzung der Informationsstelle Bio-Siegel das staatliche Bio-Siegel ein.

Öko-Marketing

Muffiges Müsli-Image

„Nicht der erhobene Zeigefinger und Verzicht der Umwelt zuliebe, sondern Genuss ohne Reue gegenüber Tieren und Umwelt“ sollte bei Jugendlichen kommuniziert werden, sagt Ulrich Hamm, Professor für Agrarmarketing in Neubrandenburg, der das Bio-Siegel im bisherigen „Warenzeichen-Dschungel“ positiv bewertet.

Foto: U.Hamm

Prof. Ulrich Hamm

Gesundes Essen, Umwelt- und Tierschutz wollen wir eigentlich alle. Warum werden nicht mehr Bio-Produkte gekauft?

Prof. Ulrich Hamm: Aus der Marktforschung wissen wir, dass hier vier Gründe ausschlaggebend sind. Viele Verbraucher wissen nur sehr wenig über die Besonderheiten und Vorzüge des Öko-Landbaus und haben Zweifel an der besonderen Qualität der Öko-Lebensmittel. Eine andere Gruppe von Menschen glaubt nicht daran, dass die angebotenen Öko-Produkte tatsächlich aus dem Bio-Landbau stammen. Wieder andere sagen, dass Sie nicht wissen, wo sie die Produkte kaufen können bzw. wie sie diese Produkte in den vollen Regalen der Supermärkte finden können. Und schließlich sagen viele Leute, dass ihnen Bio-Produkte zu teuer sind.

Woran liegt es, dass bei unseren europäischen Nachbarn, z.B. in Dänemark, Bio-Produkte ganz selbstverständlich ins Ladenregal gehören?

Hamm: Dort messen die Verbraucher der Frage, wie Lebensmittel erzeugt werden, einen viel höheren Stellenwert bei. Außerdem gibt es in Dänemark, wie auch in der Schweiz, führende Handelsunternehmen, die sich aktiv um den Erhalt der Umwelt und um die Artgerechtigkeit der Tierhaltung in den landwirtschaftlichen Betrieben bemühen und die ihren Kunden nicht nur Bio-Produkte anbieten, sondern ihnen auch sagen, warum sie diese anbieten. Das gibt es in Deutschland nur in Ausnahmefällen.

Aus der Marktforschung geht hervor, dass in Deutschland bislang nur relativ wenige junge Verbraucher Öko-Lebensmittel kaufen. Ist das Bewusstsein für den Kauf von Bio-Produkten bei Jugendlichen in Deutschland weniger ausgeprägt als im Ausland?

Hamm: Bei uns wird manchmal der Eindruck vermittelt, dass nur noch die Spaßgesellschaft bei Jugendlichen zählt. Das trifft sicherlich für Einige zu. Aber ich bin davon überzeugt, dass sich sehr viele Jugendliche in Deutschland genauso um den Erhalt ihrer Umwelt und um bessere Haltungsbedingungen für unsere Nutztiere Gedanken machen wie im benachbarten Ausland.

Was müsste geändert werden, wenn man Jugendliche stärker ansprechen will?

Hamm: Zunächst einmal muss man ihnen die Vorzüge des Bio-Landbaus und die Unterschiede zum ansonsten üblichen Landbau darstellen. Wer weiß denn wirklich etwas darüber, was ein Bio-Bauer anders macht und warum er das so macht? Außerdem muss dem muffigen Müsli-Image aus den frühen 80er-Jahren etwas gegenübergestellt werden, das in die heutige Zeit passt: Nicht der erhobene Zeigefinger und Verzicht der Umwelt zuliebe, sondern Genuss ohne Reue gegenüber Tieren und Umwelt muss kommuniziert werden. Und das sollte auf eine pfiffige Art geschehen, wie z.B. in der Kinowerbung unserer österreichischen Nachbarn, die auf Jugendliche ausgerichtet ist. Zum Aufbau eines Genuss-Images gehört dann aber auch, dass nicht nur honiggesüßte Müslischnitten, Soja-Bratlinge oder Vollkornspaghettis angeboten werden, sondern z.B. auch cremiges Sahneeis, Schokoriegel oder die bei vielen Jugendlichen so beliebten Tiefkühlpizzas in vielen Sorten.

Sie haben gesagt, dass viele Verbraucher Bio-Produkte in den Regalen von Supermärkten nicht finden. Kann das staatliche Bio-Siegel von Bundesverbraucherministerin Künast hier weiterhelfen?

Hamm: Das ist ganz sicher der Fall. Bisher mussten interessierte Verbraucher wahre Experten sein, um zu wissen, welche Warenzeichen und Marken von Anbietern denn tatsächlich für eine Herkunft aus dem Öko-Landbau stehen. Heute suggeriert doch die Werbung zu fast jedem Lebensmittel eine heile Bio-Welt. Denken Sie nur an die schönen Bilder auf den Eierverpackungen vom XY-Hof, der in der Wirklichkeit 100.000 Legehennen in Käfigen hält. Für echte Öko-Produkte haben wir in Deutschland mehr als 150 verschiedene Zeichen von Bio-Anbauverbänden, von Erzeugergemeinschaften, Kontrollstellen, Unternehmen der Ernährungsindustrie und des Lebensmittelhandels. In diesem Warenzeichen-Dschungel kann sich kein normaler Verbraucher mehr zurechtfinden. Deshalb war es höchste Zeit, dass in Deutschland ein einheitliches Zeichen für Bio-Produkte nicht nur eingeführt wurde, sondern auch in breit angelegten Kampagnen bekannt gemacht wird.

Jugendumfrage: Lebenseinstellung und Ernährung

Wie halten Sie es denn persönlich beim Einkauf von Lebensmitteln? Achten Sie selbst auch darauf, Bio-/Öko-Produkte zu kaufen?

		Geschlecht		Alter			Schulbildung			Berufstätig	
	Gesamt	Männer	Frauen	4 - 18 Jahre	19 - 22 Jahre	23 - 26 Jahre	Haupt.-/ Volksschule	weiterf. Schule/ mittl. Reife	Abitur/ Studium	ja	nein
ja	17,9	16,7	19,2	15,0	17,0	21,4	17,1	16,7	22,0	22,8	14,5
manchmal	42,2	40,4	44,1	37,6	40,9	47,4	40,7	42,4	43,5	44,6	40,6
nein	39,9	42,9	36,7	47,4	42,1	31,2	42,1	40,9	34,6	32,5	44,9

Quelle: Repräsentative Befragung der BIK Umfrageforschung GmbH im Auftrag des BMVEL; Telefonbefragung nach CATI-Methode, 1.500 Befragte; Mai 2002

Pressestimmen

„Gut drei Monate nach dem Start der Bio-Siegel-Kampagne kennen im wichtigen Zielgruppensegment „Frauen von 14 bis 49 Jahren“ rund 63 Prozent das Bio-Siegel.“

Telemonat 6/02

Der Naturschutzbund Deutschland (Nabu) hat eine positive Bilanz der aktuellen Umweltpolitik gezogen. Neben dem Einstieg in den Atomausstieg, der Reform des Bundesnaturschutzgesetzes und der Einführung des Bio-Siegels sei die Agrarwende eine zentrale umweltpolitische Errungenschaft.

Dresdner Neueste Nachrichten, 2.8.2002

Infostelle

Die vier häufigsten Fragen zum Bio-Siegel

Foto: ÖPZ GmbH

Die Informationsstelle Bio-Siegel wurde zeitgleich mit der Bekanntgabe des Bio-Siegels ins Leben gerufen und bei der ÖPZ GmbH angesiedelt. Sie berät seither die Marktbeteiligten über den Einsatz des Bio-Siegels und erfasst die angemeldeten Bio-Siegel-Produkte. Die vier am häufigsten gestellten Fragen beantwortet Fred Hoffmann, Geschäftsführer ÖPZ GmbH.

Ich möchte das Bio-Siegel nutzen. Was muss ich tun und was kostet es?

Fred Hoffmann: Bieten Sie entsprechend der EG-Öko-Verordnung produzierte und nach dem dort vorgeschriebenen Kontrollverfahren kontrollierte Öko-Produkte an, können Sie das Bio-Siegel sofort und kostenlos nutzen. Nach § 3 der Öko-Kennzeichenverordnung müssen Sie allerdings vor der erstmaligen Verwendung eine Anzeige der Produkte bei der Informationsstelle Bio-Siegel vornehmen.

Die Bio-Siegel-CD der Infostelle enthält den Wortlaut des Öko-Kennzeichengesetzes, der Öko-Kennzeichenverordnung sowie das Anzeigeformular und sämtliche Druckvorlagen für die Logo-Nutzer

Wie soll ich die Verwendung des Bio-Siegels anmelden?

Hoffmann: Nach § 3 Abs. 1 der Öko-Kennzeichenverordnung ist derjenige zur Abgabe der Anzeige verpflichtet, der für Erzeugnisse nach § 1 Abs. 1 des Öko-Kennzeichengesetzes das Bio-Siegel verwenden will. In Anlage 2 der ÖkoKennzeichenverordnung finden Sie dazu ein Muster des Anzeigeformulars. Die gesetzlichen Grundlagen und das Anzeigeformular können Sie direkt bei der Informationsstelle Bio-Siegel anfordern oder im Internet unter www.bio-siegel.de herunterladen. Nicht anmelden müssen sich Einkaufsstätten, die bereits mit dem Bio-Siegel gekennzeichnete Produkte verkaufen oder mit dem Bio-Siegel gekennzeichnete Lebensmittel bewerben. Das ausgefüllte Anzeigeformular kann per Fax, postalisch oder per E-mail der Informationsstelle Bio-Siegel übermittelt werden.

Welche Produkte können mit dem Bio-Siegel gekennzeichnet werden?

Hoffmann: In § 1 Abs. 1 des Öko-Kennzeichengesetzes wird Bezug auf Art. 5 Abs. 1 und 3 der EG-Öko-Verordnung genommen. Dies bedeutet: Es dürfen nur Produkte mit dem Bio-Siegel gekennzeichnet werden, wenn mindestens 95 Prozent der Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs aus dem ökologischen Landbau stammen. Wer also nach der EG-Öko-Verordnung in der Verkehrsbezeichnung seines Produkts den Zusatz „Bio“ oder „Öko“ führen darf, kann auch das Bio-Siegel nutzen. Dagegen ist eine Besiegelung von Lebensmitteln, die einen Öko-Anteil unter 95 Prozent aufweisen oder die im Rahmen der Umstellung hergestellt wurden, nicht möglich.

Woher bekomme ich das Bio-Siegel-Wort-Bild-Zeichen?

Hoffmann: Das Bio-Siegel können Sie unter www.bio-siegel.de im Bereich Nutzerservice nach einer Internetregistrierung herunterladen oder Sie fordern bei der Informationsstelle Bio-Siegel eine CD-ROM mit allen gängigen Dateiformaten an. Bitte beachten Sie dazu die Vorgaben der Öko-Kennzeichenverordnung. Denn das einheitliche Layout ist rechtlich geregelt und eine wichtige Voraussetzung für die Wiedererkennung beim Verbraucher.

News der Infostelle Bio-Siegel

Von einer Sommerpause ist nichts zu spüren: Mitte des Jahres wurde das 10.000ste Bio-Siegel-Produkt bei der Informationsstelle Bio-Siegel bei der ÖPZ GmbH angezeigt. Zur Zeit besiegeln 612 Unternehmen Lebensmittel. Auf jeden Tag nach Einführung des Bio-Siegels am 5. September 2001 kommen so im Durchschnitt 32 neu gekennzeichnete Produkte und etwa zwei sich neu beteiligende Unternehmen. **Dabei geht das Bio-Siegel in die Breite:** Es werden immer mehr Produkte pro Unternehmen bei der Info-Stelle Bio-Siegel angezeigt. So kamen im Juni auf jeden beteiligten Betrieb 14 Produkte mit dem Prüfzeichen. Am Anfang des Jahres waren es gerade acht. **Das Gros der Unternehmen**, die das Bio-Siegel nutzen, stellen mit 37 Prozent weiterhin die Verarbeiter. Es folgen die Erzeuger mit 24 Prozent und der Handel mit 14 Prozent. **Die Verteilung der Bio-Siegel-Produkte** auf diese Gruppen sieht etwas anders aus. Die Verarbeiter stellen ein Drittel, der Handel ein Fünftel und die Erzeuger zehn Prozent der Bio-Siegel-Produkte. Auf jedes der 85 beteiligten Handelsunternehmen kommen im Durchschnitt 21 angezeigte Produkte. 28 Unternehmen haben bei mehr als 100 ihrer Produkte den Einsatz des Bio-Siegels angezeigt. **Die Warengruppe mit den meisten Bio-Siegel-Produkten** ist die der Brot-Backwaren. Das Bäckerhandwerk setzt bei der Verbraucherkommunikation klar auf das Bio-Siegel. Andere Warengruppen mit mehr als zehn Prozent Anteil an der Gesamtheit der besiegelten Lebensmittel sind: Fleisch- und Wurstwaren, Getränke, Fertig- und Trockenprodukte.

Info-Mobil

Rund 65.000 Besucher bei „Bio-Siegel-on-Tour“

Von Anfang Juni bis Ende Juli 2002 tourte das Bio-Siegel-Info-Mobil des Bundesverbraucherministeriums quer durch Deutschland und machte in insgesamt 27 Städten Station. Rund 65.000 Verbraucherinnen und Verbraucher nutzten die Möglichkeit, sich am Info-Mobil umfassend über das staatliche Bio-Siegel zu informieren.

Neben dem fachkundigen Tour-Team standen in vielen Städten auch Vertreterinnen und Vertreter von Öko-Anbauverbänden und Verbraucherzentralen für Gespräche zur Verfügung. „Bio-Siegel-on-Tour“ hatte die Aufgabe, das staatliche Bio-Siegel weiter bekannt zu machen und den Verbraucherinnen und Verbrauchern die Bedeutung des Zeichens zu erläutern.

Foto: CP Compartner, Essen

Bundesverbraucherministerin Renate Künast bei der Ziehung der Gewinner des Info-Tour-Gewinnspiels in Berlin

Foto: Mutz GmbH, Berlin

Das Bio-Siegel-Info-Mobil auf dem Schweriner Marktplatz

Nachrichten/Rezepte

Kochrezepte unter www.bio-siegel.de

Von Hausmannskost bis Nouvelle Cuisine: Das ist das Spektrum der Kochrezepte, die seit kurzem auf der Bio-Siegel-Website zu finden sind. Selbstverständlich werden nur ökologische Zutaten verwendet. Ein besonderes Schmankerl ist die Rezeptsuche. Über die Suchfunktion kann man Rezepte zum Beispiel nach Zubereitungszeit, Schwierigkeitsgrad oder Nährwert aussuchen. Ansprechende Bilder animieren zum Nachkochen.

Pressestimmen

„Die Öko-Branche scheint den Nitrofen-Skandal gut verdaut zu haben: Statt der zu erwartenden Umsatzeinbrüche verbucht sie laut Verbraucherministerin Renate Künast in diesem Jahr bislang insgesamt eine Absatzsteigerung.“
ZDF.de, 8. August 2002

„Immer mehr Bauern steigen auf Ökoprodukte um. Im vergangenen Jahr wuchs die Anbaufläche für Bio-Erzeugnisse um gut 15 Prozent auf 630.000 Hektar.“
Märkische Allgemeine, 9. August 2002

„Trotz des jüngsten Futtermittel-Skandals bleibt der Ökolandbau auf Wachstumskurs.“
Die Welt, 9. August 2002

„Tatsächlich beginnt das Bio-Siegel zu einem Erfolg zu werden für die grüne Verbraucherschutzministerin Renate Künast, deren erklärtes Ziel es ist, bis zum Jahr 2010 den Flächenanteil der ökologischen Landwirtschaft von derzeit drei auf 20 Prozent zu erhöhen.“
Potsdamer Neueste Nachrichten, 30. Juli 2002

„Die Nitrofen-Krise hat die Biobranche zwar durchgerüttelt. Doch erste Umfragen machen klar: Die Kundschaft zeigt sich bei weitem nicht so zurückhaltend wie befürchtet.“
HandelsBerater 7/2002

„Der Absatz wird auch angekurbelt durch die Einführung des staatlichen Öko-Siegels, die dem Verbraucher Sicherheit beim Kauf gibt.“
Münstersche Zeitung, 23. Juli 2002

„Gleichwohl lassen die zunehmenden Skandale – wie aktuell wegen hormonbelasteter Waren – immer mehr Verbraucher zu dem Bio-Siegel greifen.“
Ostfriesischer Kurier, 10. Juli 2002

Kampagne

Bio-Woche im Bundestag

Im Rahmen der Informationskampagne für das staatliche Bio-Siegel wurden in den Restaurants des Reichstages Gerichte aus Bio-Produkten angeboten.

Sowohl das öffentlich zugängliche Dachgarten-Restaurant wie auch die Bundestags-Kantine und -Cafeteria boten den Gästen in der Zeit vom 13. bis 16. Mai für jeden Geschmack Gerichte aus Erzeugnissen des ökologischen Landbaus an. „In der Gastronomie ist Essen untrennbar mit Genuss verbunden, und immer mehr Restaurants setzen genau aus diesem Grund auf Bio-Erzeugnisse“, so Bundesverbraucherministerin Renate Künast in ihrer Eröffnungsansprache.

Foto: DPA

Renate Künast eröffnet die Bio-Woche im Dachgarten-Restaurant des Bundestages

Portrait

10.000stes Bio-Siegel vergeben

Nur ein dreiviertel Jahr nach der Einführung des staatlichen Bio-Siegels wurde jetzt das 10.000ste Produkt mit dem Prüfzeichen ausgezeichnet. Es handelt sich um den Ceylon-Bio-Tee des Fair-Handelshauses gepa in Wuppertal

Der mit dem EG-Siegel ausgezeichnete Ceylon-Tee kommt aus Idulgashena, Sri Lanka, einem Teegarten, den Stassen Natural Foods zusammen mit der gepa GmbH vor fünfzehn Jahren als weltweit erste Teeplantage auf ökologischen Anbau umgestellt hat.

Die sozial und ökologisch engagierte Tee-Firma Stassen ist mit einer Öko-Tee-Erzeugung von über 500 Tonnen pro Jahr einer der größten Produzenten weltweit. Der Teegarten in Idulgashena ist nicht nur der „Prototyp“ des ökologischen Teeanbaus, sondern auch ein Modell für vorbildliche soziale Entwicklung. Die Arbeiterinnen und Arbeiter werden an den Planungen und Entscheidungen auf der Plantage beteiligt. In den vergangenen Jahren entstanden dort Schulen, Vorschulen und Kindergärten, ein soziales Entwicklungszentrum sowie umfassende Gesundheitsdienste und Fortbildungsmöglichkeiten für Erwachsene und Jugendliche.

Foto: gepa

Seit 1995 laufen ein Hausbauprogramm und eine groß angelegte Renovierung der Wohnungen der Teearbeiterinnen und Teearbeiter. Über günstige Kredite werden sie erstmals Eigentümer von Häusern und Grundstücken.

Der jetzt als 10.000stes Produkt mit dem staatlichen Bio-Siegel ausgezeichnete Ceylon-Tee wird von der gepa GmbH vertrieben. Die gepa Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH wurde 1975 vom katholischen Hilfswerk Misereor, dem evangelischen Kirchlichen Entwicklungsdienst, den jeweiligen Jugend-Dachverbänden sowie der Vorläuferorganisation des heutigen Weltladen-Dachverbandes gegründet. Neben der Förderung von benachteiligten Produzenten will die gepa bei den Konsumenten eine Veränderung des Einkaufsverhaltens bewirken. Kriterium für die Auswahl der Handelspartner ist neben umweltgerechter Produktion das soziale Engagement der Führungskräfte. Der Umsatz der gepa GmbH stieg von ca. 1,3 Millionen Euro im ersten Geschäftsjahr 1975/76 auf heute ca. 33,5 Millionen Euro.

Neben dem Ceylon-Bio-Tee tragen weitere gepa-Produkte das staatliche Bio-Siegel. Dazu Thomas Speck, gepa-Geschäftsführer: „Wir unterstützen das Bio-Siegel, denn es erhöht das Vertrauen der Verbraucher in die damit ausgezeichneten Produkte. Wir gehen davon aus, dass durch das Bio-Siegel die Akzeptanz von Produkten des ökologischen Landbaus weiter steigt und ihre Durchsetzung beschleunigt wird. Wir setzen daher bei unseren Produkten auf eine offensive Etikettierung, damit jeder weiß: Wo Bio draufsteht, ist auch Bio drin.“

Nachrichten

Bio Fachkräfte fehlen

Bio ist beratungsintensiv und mancherorts fehlen die Fachkräfte. „Leider finden wir keine Mitarbeiter und müssen uns mit Leasing-Kräften aushelfen“, sagt Luzia Haag, Geschäftsführerin der Käpplein GmbH im badischen Waghäusel. Über zu wenig Fachkräfte beklagt sich auch Thomas Damm, Leiter der staatlich zugelassenen Öko-Kontrollstelle alicon GmbH, Esslingen: „Wir haben die Belegschaft bereits im vergangenen Jahr um 20 Prozent erhöht. Es herrscht ein absoluter Mangel an ausgebildetem Fachpersonal.“ Insbesondere spezialisierte Berufsförder- und Ausbildungsinstitute verzeichnen eine verstärkte Nachfrage. „Bei der Aus- und Weiterbildung in Sachen Naturkost übersteigt die Zahl der Anfragen das Platzangebot bei weitem“, so Monika Schwarz, Studienleiterin Naturkost beim Forum Berufsbildung e.V., Berlin. Und daran dürfte sich in den nächsten Jahren kaum etwas ändern. Die Arbeitsgemeinschaft ökologisch orientierter Fachhandel (AGF) rechnet in der Naturkost- und Reformwarenbranche mit mindestens 6.000 zusätzlichen Arbeitsplätzen jährlich.

Kontakt Bio-Siegel

Informationsstelle Bio-Siegel
Rochusstraße 2, 53123 Bonn
Tel. 02 28 / 97 77-702
Fax 02 28 / 97 77-799

Internetangebote
www.bio-siegel.de
www.bundesprogramm-oekolandbau.de
www.verbraucherministerium.de

BIO-SIEGEL report

Impressum

Der Bio-Siegel-Report ist ein Entscheider-Medium für Erzeuger, Hersteller, Handel und Verbände

Herausgeber:
Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft
Referat Öffentlichkeitsarbeit
Rochusstraße 1, 53123 Bonn

Redaktion:
PubliKom Kommunikationsberatung GmbH
Borselstraße 7, 22765 Hamburg
Tel. (040) 399 27 20, Fax (040) 39 92 72 10
E-Mail: mail@publikom.com