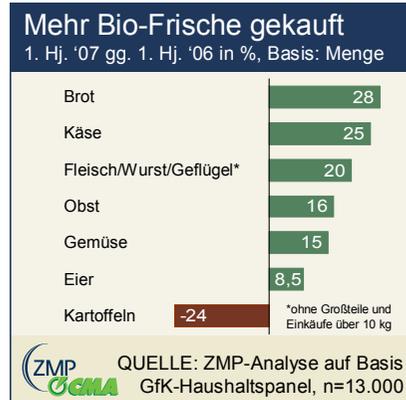




Mehr Bio-Frische gekauft

Im ersten Halbjahr 2007 haben die Verbraucher 20 % mehr für Bio-Frische ausgegeben als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Besonders die Vermarktung von Bio-Brot und Bio-Käse ist erfolgreich gewesen. Sie verkauften über ein Viertel mehr als im Vorjahr. Auch die Kategorien Fleisch, Wurst und Geflügel, Frischobst, Frischgemüse und Eier erzielten Wachstumsraten zwischen 8,5 und 20 %. Nur der Kartoffelabsatz litt unter den Erntebedingungen in 2006 und ging um ein Viertel zurück (siehe Grafik). Dies geht aus den aktuellen Zahlen des GfK-Haushaltspanels hervor.

28 % mehr Bio-Brot verkauft

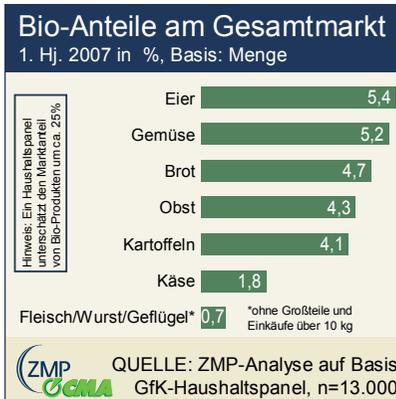


Von Januar bis Juni 2007 sind 28 % mehr Bio-Brote verkauft worden als 2006. Damit konnte 24 % mehr Umsatz generiert werden. Bio-Brot ist also günstiger geworden. Von Januar bis Juni 2007 lag der Verbraucherpreis bei 3,11 EUR/kg, 2006 waren es 3,20 EUR/kg. Das liegt vor allem an der Distributionsausweitung bei den Discountern. LIDL ist eingestiegen und bei ALDI wurden gut 50 % mehr Bio-Brote gekauft als im Vorjahr. Besonders häufig haben die Verkaufsstellen in den Vorkassenzonen einen Teil ihres Sortiments auf Bio-Brote umgestellt und erzielten damit ein Absatzplus von 58 %. In den Bäckereien (inkl. SB-Bäcker) stieg der Absatz um 37 %,

in den Discounter um 34 % und im klassischen LEH um 29 %. Der Naturkosthandel musste 16 % Verluste hinnehmen und sein Marktanteil sank von 13 auf 8 %. Die Kunden deckten in den ersten sechs Monaten dieses Jahres 34 % (im 1. HJ 2006: 32 %) ihres Bio-Brotbedarfs beim Bäcker, 24 % (22 %) kauften sie im Discounter, im übrigen LEH waren es 15 % (16 %) und in den Vorkassenzonen der Supermärkte 11 % (9 %).

Bio-Käse: SB-Ware dominiert

Der Verbraucher kaufte 2007 ein Viertel mehr Bio-Käse im Vergleich zum ersten Halbjahr 2006. Etwa 70 % (Vj: 66 %) des Käses gehen allein über den LEH (inkl. Discounter) an die Kunden. Somit erreicht die SB-Ware einen Anteil von 67 %, ihr Absatz steigerte sich um 37 %. Ein Viertel des Bio-Käses wird an der Bedientheke und 8 % aus der Cabriotheke verkauft. Im klassischen LEH wurden beachtliche 50 % Absatzsteigerung realisiert und er konnte seinen Marktanteil von 20 auf 24 % ausdehnen. Im Discounter gingen 23 % und im Naturkosthandel 13 % mehr über die Ladentheke.

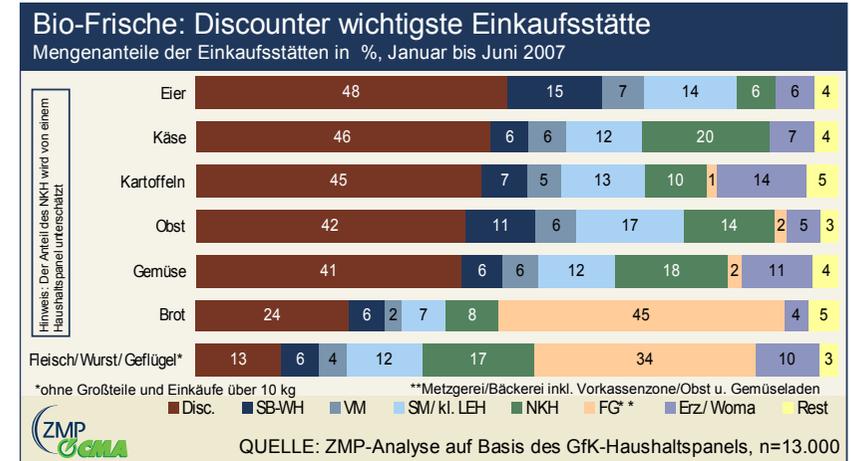


Bei Bio-Gemüse liegen die Möhren mit einem Mengenanteil von 41 % vorne. Tomaten haben einen Anteil von 12 % und legten im Vergleich zum ersten Halbjahr 2006 um knapp 30 % zu.

Das Wachstum bei Bio-Obst fiel mit 16 % (Vj: 72 %) wesentlich moderater aus als noch im Vorjahr. Bio-Bananen bleiben der Verkaufsschlag: Die Zuwachsraten betrug 30 % und damit entfallen 44 % aller Bio-Obstkäufe auf die gelbe Frucht. Die Steigerung der Verkaufsmengen an Bio-Bananen um mehr als 100 % gehören damit der Vergangenheit an. Sie kamen durch Einlistungen zustande. Mittlerweile sind sie aber in fast allen Einkaufsstätten verfügbar, und der Bio-Anteil am gesamten Bananenverkauf liegt bei 9 %. Am zweithäufigsten werden Bio-Äpfel nachgefragt, sie machen 18 % der Obstmenge aus. Danach folgen die Zitrusfrüchte Orangen und Zitronen mit insgesamt 27 %. Zitronen waren stärker gefragt als im Vorjahr und der Absatz stieg um ein Drittel.

Im ersten Halbjahr 2007 wurde von den Verbrauchern ein Viertel weniger Bio-Kartoffeln gekauft. Die Absätze von Speise- und Frühkartoffeln gingen dabei gleichermaßen zurück. Das Angebot war knapp: In Deutschland gab es 2006 Schwierigkeiten bei der Einlagerung. Zudem erntete Österreich ein Viertel weniger als im Jahr 2005 und konnte weniger exportieren. Der Bio-Anteil am gesamten Kartoffelmarkt ist damit von 5,2 % auf 4,1 % zurückgegangen.

Im ersten Halbjahr 2007 sind 8,5 % mehr Bio-Eier abgesetzt worden als noch in den ersten sechs Monaten des Vorjahres. Bio-Eier haben mit 5,4 % den höchsten Bio-Absatzanteil am entsprechenden Gesamtmarkt. Der Anteil der Bio-Eier in der Grafik errechnet sich aus der Gesamtmenge an geprinteten und ungeprinteten Eiern. Werden nur die geprinteten identifizierbaren Eier berücksichtigt, ergibt sich für Bio-Eier ein Anteil von 7 %.



Die Bio-Daten der GfK werden im Rahmen eines Projektes ausgewertet, das vom Bundesprogramm Ökologischer Landbau des Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) gefördert wird.