

Zweigeteilter Biomarkt



Längst sind es nicht mehr nur die 100%-Bio-Bäcker, die den Markt beliefern. Immer mehr konventionelle Betriebe haben eine Öko-Schiene.

Der Bio-Boom in Deutschland hält nun schon das dritte Jahr in Folge an. Und das immerhin bei kaum veränderten Realeinkommen der Verbraucher. 2006 betrug der Umsatz mit Bio-Produktion 4,6 Mrd. €. Das entspricht einem Zuwachs von 18% gegenüber dem Vorjahr. Und auch, wenn für 2007 die Zahlen noch nicht vorliegen, rechnen Experten mit mindestens noch einmal 10% Steigerung. Dabei sind Brot und Backwaren nach Angaben der Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft (ZMP), Bonn, die am meisten nachgefragten Lebensmittel am Biomarkt.

Das Umsatzvolumen lag 2006 bei 350 Mio. €, davon entfielen 240 Mio. auf Brot, 45 Mio. auf Brötchen, 28 Mio. auf Kuchen und Gebäck, der Rest auf sonstige Backwaren. Bezogen auf den gesamten Markt an Brot und Backwaren liegt der Bio-Anteil inzwischen bei rund 8%. Und – wie viele Fachleute aus der Branche bestätigen – die Tendenz ist weiterhin steigend.

Längst sind es nicht mehr nur 100%-ige Bio-Bäcker, die den Kunden Ware mit ökologisch nachhaltig

produzierten Inhaltsstoffen anbieten. Immer mehr konventionelle Bäcker entscheiden sich, eine Bioschiene einzuführen. „10% der konventionellen Bäcker in Deutschland machen inzwischen Bio, mit Sicherheit. Und es werden immer mehr“, so

Anke Kähler vom Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen (KÖN) GmbH. Dort werden sowohl landwirtschaftliche Erzeuger als auch Verarbeiter und Händler beraten, die auf Bio umstellen möchten. Träger dieses bundesweit einmaligen

Bio-Getreideanbau in der EU

In der EU wurden 2006 auf 1,1 Mio. ha Bio-Getreide angebaut, das waren 1,9% der gesamten Getreidefläche und 16% der europäischen Bio-Fläche. Die bedeutendsten Bio-Getreideproduzenten waren Italien mit 239.092 ha, Deutschland mit 179.000 ha und Spanien mit 113.304 ha einschließlich Körnerleguminosen.

Nicht aus allen Ländern liegen Daten über die detaillierte Landnutzung nach Getreidearten vor, deshalb sind die im Folgenden ausgewiesenen Flächen als Minimum-Werte zu betrachten. Bedeutendstes Bio-Getreide war Weizen, von dem mindestens 400.000 ha angebaut wurden. Davon entfielen allein 117.686 ha Hartweizen auf Italien. Die größten Weichweizenproduzenten waren Deutschland mit 45.000 ha, Frankreich mit 30.146 ha und das Vereinigte Königreich mit 21.767 ha.

Roggen wurde vor allem in Deutschland angebaut (49.000 ha), gefolgt von Litauen (7.402 ha) und Österreich (5.358 ha). In Polen dürften ebenfalls größere Flächen mit Roggen bebaut worden sein.

Gerste spielt im Gegensatz zum konventionellen Landbau im Bio-Anbau eine untergeordnete Rolle. Nur 11% der Bio-Getreidefläche – 140.000 ha – sind mit Gerste bebaut, im konventionellen Anbau sind es 24%. Die Hauptproduktionsländer sind Italien mit 32.834 ha, Deutschland mit 20.500 ha und Schweden mit 16.730 ha.

Mindestens 12% der Bio-Getreidefläche – 135.000 ha – wird mit Hafer bestellt, das sind 3,2% der europäischen Haferfläche. Schweden (31.240 ha), Italien (24.578 ha), Finnland (19.283 ha) und Deutschland (18.800 ha) sind die Hauptproduzenten.

Quelle: ZMP GmbH, Bonn

Beratungsprojekte sind der Ökoring Niedersachsen und die Verbände der Landesvereinigung Ökologischer Landbau Niedersachsen e.V. (LÖN: Bioland, Demeter, Naturland und Öko-Obstbau Norddeutschland). Bäckermeisterin Kähler ist für die Backbranche zuständig.

Genaue Zahlen kennt auch sie nicht, denn sie werden an keiner Stelle erfasst. Aber aus dem, was sie zusammengetragen hat, und aus ihrer Erfahrung als Beraterin, ist sich Kähler ziemlich sicher.

Bäcker Siegfried Schedel, Hersteller von Bioland-Tiefkühl-Backwaren aus dem bayerischen Ebensfeld-Unterneuses, redet von einer Splittung des Bio-Backmarkts: auf der einen Seite die 100%-Öko-Betriebe, auf der anderen die konventionellen Bäcker mit Öko-Schiene.

Was sie nach seiner Ansicht unterscheidet, ist die Philosophie, mit der sie ihre Backwaren herstellen und verkaufen. Gehe es der ersten Gruppe darum, nachhaltiges Wirtschaften zu unterstützen, beispielsweise den Erzeugern faire Preise zu zahlen, von denen sie leben können, die Rohstoffe umweltschonend zu produzieren und den Kunden erklären zu können, woher sie stammen, stehe bei den konventionellen Kollegen Gewinnmaximierung im Vordergrund. „Bio wird wie eine neue Brotsorte mitverkauft.“ Und das ist nach Einschätzung von Schedel zu wenig. „Das kann keiner dauerhaft erklären. Die Kunden werden mit den Aussagen nicht zufrieden sein.“

Beraterin Kähler sieht das ein wenig anders. Auch ein Teilsortiment könne funktionieren. Es müssten nur ein paar Dinge beachtet werden. So sollte das Bio-Sortiment nicht zu klein sein. „Wir empfehlen, etwa ein Drittel umzustellen. Nur zwei bis drei Brotsorten ist nicht glaubwürdig“, sagt Kähler. Wichtig sei auch, Verkäuferinnen zu schulen. „Sie müssen hieb- und stichfest Auskunft geben können, denn Bio-Kunden sind einfach kritischer.“

Zu den Bio-Kunden hat sich in den vergangenen Jahren eine neue Käuferschicht dazugesellt, die die Fachleute LOHAS nennen. Das ist die Abkürzung für Lifestyle of Health and Sustainability (ein Lebensstil,



Das deutsche staatliche Bio-Siegel („Künast-Siegel“)



Die deutsche Version des EU-Bio-Siegels

Werden Sie **Holzofenbäcker!**

● Einzigartig ● Innovativ ● Gewinnbringend



Holzbacköfen für Laden und Backstube.

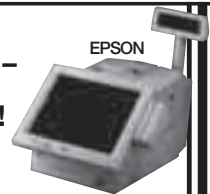
IHM, München
28.02. - 05.03.2008,
Halle A3, Stand 410
INTERNORGA, Hamburg
7.-12.3., Halle B6
St. 540

HAÜSSLER

Karl-Heinz Häußler GmbH, 88499 Heiligkreuztal
Tel. 07371 / 9377-0, www.Backdorf.de

FoxLogic

**AktivePOS –
das vielseitige
Kassensystem!**



Vorteil: Direktanbindung an
das Software-Programm.

FoxLogic – EDV für Backbetriebe - Tel. 0211/7103433 - Fax 0211/7182450
Internet <http://www.FoxLogic.de> - E-mail: FoxLogic@arcor.de

NEU TÄGLICH AKTUELLE
NACHRICHTEN UNTER:
www.backwelt.de

@backwelt
Informationen von Profis für Profis

InterJob

Personalmanagement K.Kanz

**Wir arbeiten
mit Ihnen
am Erfolg**



Karl Kanz, Dipl.Oec.
Managing Director

Wir sind eine internationale Personalberatung im Bereich Handel und Konsumgüterwirtschaft und spezialisiert auf das Bäcker- und Konditorenhandwerk sowie der Backwaren- und Lebensmittelindustrie

Unser funktionaler Schwerpunkt:

Fach- und Führungskräfte ab dem mittleren Management
in den Funktionsbereichen:

- Vertriebs-Management
- Key Account Management
- Produktion/Betriebsleitung/Forschung und
Produktentwicklung/Qualitäts- und Hygienemanagement
- Verwaltung

Anschrift 87665 Mauerstetten, Blütenring 6
Tel: +49 (0)8341-9660722
Fax +49 (0)8341-9660813
Internet www.interjob-kanz.de
email: info@k-kanz.de



der sich an Gesundheit und Nachhaltigkeit orientiert). Lohas interessieren sich für die Herkunft der von ihnen konsumierten Produkte und deren Nachhaltigkeit. Darüber hinaus sind sie aber auch Genussmenschen und wollen hohe Qualität. „In Zeiten der Globalisierung verlangen die neuen Bio-Kunden nach Qualität und Authentizität, Sicherheit und Geschmack sowie Verantwortung und Exklusivität. „Think global, eat local lautet ihre Devise“, sagt Dr. Eike Wenzel vom Zukunftsinstitut Kelkheim, die sich mit der Gruppe der Lohas auseinandergesetzt hat. Der Trend komme wieder einmal aus den USA, wo sich inzwischen jeder dritte Verbraucher selbst als Lohas bezeichnet, und wo das Bio-Segment in 2006 um 21% auf 17 Mrd. US-Dollar gewachsen ist – der größte Bio-Markt weltweit.

„Lohas gibt es auch in Deutschland“, sagt Siegfried Schedel. Aber er sieht diese Käuferschicht nur als eine Modeerscheinung, die beim nächsten Trend wieder umschwenkt. Trotzdem hofft er, dass etwas davon hängen bleiben wird. „Die Kunden möchten es immer mehr nachhaltig, nicht mehr nur gesund.“

Zurzeit gibt es aber auch genügend Kunden, die Bio und billig möchten. Immer mehr konventionelle Großbäckereien bieten abgepackte Biobackwaren in Discountern an. Coppenrath & Wiese, Kronenbrot, Schäfer oder Glockenbrot beispielsweise beteiligen sich mit einem

mehr oder weniger umfangreichen Sortiment am Bioesegment.

Tatsächlich ist der Absatz über den Discounter und den Lebensmitteleinzelhandel stark angestiegen. Nach Zahlen der ZMP lagen die Absatzanteile von Bio-Brot 2007 über Discounter und Lebensmittelhandel bei 38% vom gesamten Bio-Brot-Absatz, der Verkauf über die Bäckereien lag bei 34%, die Vorkassenzonen kamen auf 11%, der Naturkosthandel auf 9% und der Direktabsatz machte 4% Absatzanteil aus.

Acht ökologischen Anbauverbände

Bioland, www.bioland.de
Biokreis, www.biokreis.de
Biopark, www.biopark.de
Demeter, www.demeter.de
Ecoland, www.ecoland.de
Gäa, www.gaea.de
Naturland, www.naturland.de
 Informationen zum **Biosiegel** nach der EG-Öko-Verordnung gibt es unter www.bio-siegel.de.

„Das größte Problem, das die Großbäckereien zur Zeit haben, ist genügend Getreide in Bio-Qualität zu bekommen“, sagt Bäckermeisterin Kähler. In Deutschland wachse die Verarbeitungs- und Importbranche zahlenmäßig schneller als die Erzeugung. Das mache vielen Bio-Bäckereien zu schaffen.

„Das ist zum Teil dramatisch“, weiß Kähler. Gerade die Großbäckereien bezögen ihr Getreide zu einem guten Teil aus dem Ausland. Dabei sei der Druck für sie stärker zu spüren als für die kleinen, denn als Industriebäcker benötigten sie große

und in der Verarbeitungsqualität homogene Chargen für ihre Maschinen, während Handwerksbäcker Rohstoffschwankungen leichter ausgleichen könnten.

100%-Bio-Bäcker wie Siegfried Schedel, der seit 12 Jahren am Markt ist, hat mit dem Getreidenachschub keine Probleme. Er hat mit den Landwirten in seiner Region Fünfjahresverträge. „Wir planen mit den Erzeugern in der Region langfristig. Wer mit Biobauern zusammenarbeitet, muss 2 Jahre vorausdenken. Die Landwirte müssen ihre Fruchtfolgen einhalten und rechtzeitig wissen, wie der Bedarf ist.“ Wichtig für Schedel ist, dass seine Erzeuger von ihrer Arbeit leben können. Deshalb zahlt er 5 bis 10% über dem normalen Marktpreis.

Aber auch er hat in letzter Zeit erlebt, dass Bio-Landwirte abspringen, weil sie von großen Händlern noch mehr geboten bekommen haben. „Da herrscht ein bisschen Goldgräberstimmung.“

Zwei schlechte Ernten hintereinander sorgen für Verknappung genauso wie eine leicht rückläufige Ackerfläche für Bio-Getreide im Jahr 2006. Sie ist nach Angaben der ZMP um 4% auf 179.000 Hektar gesunken. Der Ertrag von Bio-Getreide in Deutschland lag 2007 bei 524.000 t, das ist ein Rückgang um 13% zum Vorjahr.

Weizen wird bei Bio-Bäckern zwar zum größten Teil verarbeitet, spielt aber lange nicht die große Rolle, die diese Getreidesorte bei konventionellen Bäckern hat. Diese verbacken zu 85% Weizen. Bio-Bäcker liegen im Bundesdurchschnitt bei 47%. Danach folgt Roggen mit 29%, dann Dinkel mit 24% Dinkel. Im konventionellen Bereich liegt der Roggen-Anteil unter 10%.

Bäcker, die Bio-Produkte herstellen möchten, müssen sich nach den Verarbeitungsrichtlinien eines Bioverbands oder der EG-Öko-Verordnung richten. Dabei sind die Richtlinien der acht ökologischen Anbauverbände in verschiedenen Bereichen strenger als die des Bio-Siegels, weil sie weniger Zusatzstoffe erlauben. Hier müssen deshalb noch mehr backtechnische Hürden überwunden werden. ■





Dies ist ein Artikel aus der Fachzeitschrift **brot+backwaren, die 6-mal jährlich erscheint.**

Als Abonnent erhalten Sie die Fachzeitschrift mit Praxisreportagen, Berichten aus Forschung und Entwicklung, Marktanalysen und Firmenportraits sofort nach Erscheinen. Damit haben Sie einen fundierten und umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Technik sowie der Backbranche.

Interessierte können die Zeitschrift unter
www.brotundbackwaren.de

zum Kennenlernen kostenlos und unverbindlich
zum Probelesen bestellen.

In unserem Archiv auf dieser Homepage finden Sie sämtliche Berichte auch als PDF-Datei. Die Fachartikel finden Sie dort nach Jahrgängen sortiert; sie können per Volltextsuche durchsucht werden.

++ Copyrights, Texte zitieren und nutzen

Bitte beachten Sie, dass das einfache Zitieren unserer Texte erlaubt ist, solange sich die Länge des Zitats im Rahmen hält. Dabei halten wir drei Sätze für eine gute Grenze. Verlinken Sie bitte auf unseren Text. Nur wenn Sie mit dem Zitat Werbung machen oder es gewerbsmäßig an Dritte weitergeben wollen, fragen Sie uns bitte erst unter info@foodmultimedia.de.

Längeres Zitieren oder Übernehmen unserer Texte ist nur nach Übereinkunft mit f2m erlaubt. Bilder aus unseren Texten sowie Videos dürfen nur nach Lizenzierung mit den Rechteinhabern weiterverwendet werden.

Ansonsten gilt das übliche Copyright: Wir, die f2m food multimedia gmbh, behalten uns alle Rechte an den Beiträgen auf unserer Seite vor.

++ Haben Sie noch Fragen? Dann wenden Sie sich bitte an uns.