

## **Boom vorbei! Bio ist plötzlich out?**

### **BILD.de erklärt, was hinter dem neuen Food-Trend steckt (Jan. 2010)**

Dämpfer für die verwöhnte Bio-Branche, nachdem es viele Jahre hoch her ging, heißt es jetzt: Stagnation. Der Anfang vom Ende des Öko-Trends?

-----

“Bio ist plötzlich out” stellt BILD bei der Grünen Woche fest. Der Umsatz der Bio-Branche stagniere bei 5,9 Milliarden Euro. Das sei das Niveau von 2008. Es werde einfach nicht mehr verkauft. Die Zahl der Deutschen, die auf die Bio-Kost setzen, steige nicht weiter an.

Auch wenn Bio nicht mehr die Wachstumsraten der letzten Jahre ausweist, liegen die Bild-Bio-Experten falsch: Bio-Lebensmittel sind durch die Discounter-Angebote so populär wie nie. Aber sie waren auch noch nie so preiswert. 2009 sind sie, wie alle anderen Lebensmittel in den Preis-Senkungs-Sog der Discounter geraten. Die Folge: es wird zwar mengenmäßig mehr Bio verkauft, wertmäßig jedoch weniger.

Für die Lebensmittelhändler ist Bio in der Normalität angekommen: bei einer Umfrage der Lebensmittelpraxis zu den Top-Themen 2010 fiel Vorjahres-Spitzenreiter BIO auf Platz 4 hinter Eigenmarken, Regionalität, Ernährungsansprüchen und Frische zurück.

Noch im November 2009 stellte eine W&V Studie fest, das trotz Krise immer mehr Verbraucher auf Gesundheit, Nachhaltigkeit, fairen Handel und artgerechte Tierhaltung achten. Jetzt kommt zum Tragen, was ein Teil der Bio-Branche schon immer gesagt hat: Bio ist nicht eine Qualität an sich, sondern ein Standard. Die Themen heissen jetzt: Region & Bio, Vollwert & Bio, Frische & Bio.

Bio wird mit übergeordneten Werten wie Gesundheit, Authentizität, Sinn und Verantwortung verbunden, 89 % der Konsumenten wollen in den nächsten 12 Monaten mehr „grüne Produkte“ kaufen hat die Boston Consulting Group im Vorfeld der Biofach ermittelt. Frauen, die sich in der Familie nach wie vor um Ernährung und Gesundheit kümmern, achten nach wie vor stark auf Bio. Frauen als Trendsetter setzen weiter auf Natur: der Bio Trend hat jetzt auch Parfüms erreicht.

Für das Wein-Sortiment heißt das: Bio-Rot oder Bio-Weiss ist nicht mehr das Argument. Herkunft & Authentizität & Qualität & Bio ist gefragt. Vor ein bis zwei Jahren war es noch einfacher, sich mit Bio zu profilieren!