

Im internationalen Vergleich sei Österreich ganz vorn dabei und neben der Schweiz und Dänemark ein Vorreiter für Bio-Konsum und Erzeugung in Europa. „Das liegt daran, dass die Bio-Tradition bei uns sehr lang ist. Mittlerweile ist Bio im Alltag der Konsumenten angekommen“, sagt Köcher-Schulz. Über diesen Umstand wisse man auch im Ausland Bescheid.

Der Export rot-weiß-roter Agrarwaren erzielte im vergangenen Jahr ein Rekordhoch, Lebensmittel aus biologischer Produktion profitieren von diesem Aufschwung. Wichtigster Exportmarkt ist Deutschland – das gilt auch für Bio-Produkte. „Deutsche Konsumenten assoziieren mit österreichischen Lebensmitteln vor allem hohe Qualität und Natürlichkeit – zwei Aspekte, die bei Bio-Lebensmitteln zusammentreffen. Die Vielfalt unserer Bio-Lebensmittel erfreut sich in Deutschland steigender Beliebtheit“, erklärt Köcher-Schulz.

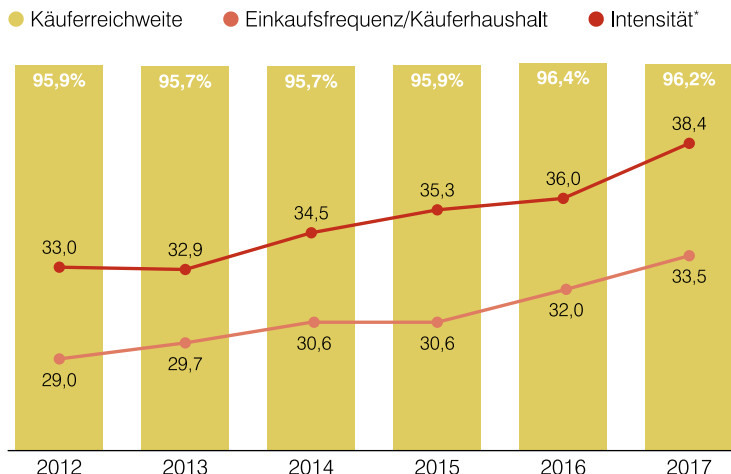
Ein deutsches Plus

Deutschland ist umsatzmäßig der größte Markt für Bio-Lebensmittel in Europa. Nach einem Plus im vergangenen Jahr rechnen Branchenexperten heuer ebenso mit einem kräftigen Wachstum bei ökologisch erzeugten Lebensmitteln und Getränken. Im Jahr 2017 habe der Bio-Umsatz mit einem Anstieg von 5,9 Prozent erstmals 10 Mrd. € überschritten, berichtete der

Jeder Österreicher kauft Bio

Lebensmitteleinzelhandel

Bio wirkt sich positiv auf die Einkaufsfrequenz aus



* (Menge kg/Käuferhaushalt)
Alle RollAMA Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot;
n=2.800 Haushalte in Österreich; Quelle: RollAMA/AMA-Marketing

Vorsitzende des Bundes Ökologischer Landwirtschaft (BÖLW), Felix Prinz zu Löwenstein, zum Auftakt der Naturkostmesse Biofach in Nürnberg.

Inzwischen hält nach Einschätzung des Verbandschefs auch die Ausweitung der Öko-Anbaufläche mit der stark steigenden Nachfrage nach Bio-Produkten Schritt. So sei der Umfang der ökologisch bewirtschafteten Äcker und Weiden im Vorjahr um zehn Prozent auf 1,375 Mio. ha gestiegen.

„8,2 Prozent der gesamten landwirtschaftlichen Fläche bewirtschaften damit Deutschlands Biobauern. Jeder zehnte Hof macht Bio“, stellte zu Löwenstein am Mittwoch auf der Messe fest. Deutschland erlebe endlich eine „starke Umstellungsdynamik“.

Starke Discounter

Von dem anhaltenden Bio-Boom profitieren nach den Branchenzahlen vor allem Supermärkte und Discounter. Mit einem Umsatz von 5,93 Mrd. € lag der Anteil des Lebensmitteleinzelhandels am Bio-Markt 2017 bei 59%, der des Naturkosthandels – der Wiege der Bio-Bewegung – mit 2,91 Mrd. € dagegen bei 29%, berichtet der BÖLW. Dabei haben sich die Gewichte weiterhin zugunsten der Supermärkte und Discounter verschoben: Wäh-

rend der Lebensmitteleinzelhandel um 8,8 Prozent zulegte, musste sich der Naturkostfachhandel mit einem Plus von 2,2 Prozent zufriedengeben. Anders sieht es in der Naturkosmetik-Branche aus.

Zwar haben die deutschen Verbraucher 2017 deutlich mehr zu Naturkosmetik gegriffen und damit für einen um 7,9 Prozent steigenden Absatz gesorgt. Doch die Schnäppchen-Angebote der Drogeriemärkte und der Lebensmittel-Diskonter haben im vergangenen Jahr aus Branchensicht einen Schatten auf den Naturkosmetik-Boom geworfen.

Preiswettbewerb bei Kosmetik

Der von den Handelsketten ausgelöste Preiswettbewerb habe aber das Umsatzwachstum von Salben und Körperlotionen aus natürlichen Substanzen deutlich gebremst, teilten Marktforscher auf der Naturkosmetik-Fachmesse Vivaness in Nürnberg am Donnerstag mit.

”

Die Vielfalt unserer Bio-Lebensmittel erfreut sich in Deutschland steigender Beliebtheit.

“

Barbara Köcher-Schulz



5,9%

Umsatzplus

Im Jahr 2017 hat der Bio-Umsatz mit einem Anstieg von 5,9 Prozent erstmals 10 Mrd. € überschritten.

Der Umsatz für diese Produktgruppe sei 2017 lediglich um drei Prozent auf rund 1,2 Mrd. € gewachsen. Neben ihrer Rolle als Informationsquelle ist die Vivaness ein wichtiges Trendbarometer in der Naturkosmetik-Branche.

Dabei zählen natürliche Pflanzenhaarfärbungen, Anti-Pollution-Pflege, asiatische Naturkosmetik, Spezial-Produkte für die Hautpflege, innovative Wirkstoffkonzepte aus der Biotechnologie und Sonnenschutz ohne hormonaktive Substanzen zu den diesjährigen Messe-trends.