

Vorwort



Der Markt für Ökolebensmittel hat sich in den vergangenen Jahren beachtlich weiterentwickelt. Seit dem Jahr 2000 ist der Umsatz von Bio-Lebensmitteln bundesweit von 2 Mrd. Euro pro Jahr auf nahezu 8 Mrd. Euro pro Jahr angestiegen. Mit aktuell ca. 1,58 Mrd. Euro hat Nordrhein-Westfalen daran einen Anteil von rund 20 Prozent. Mit stabilen Wachstumsraten zwischen 5 und 10 Prozent trägt der Fachhandel wesentlich zu dieser Umsatzentwicklung bei. Aber auch der Lebensmittel-einzelhandel hat sich im Biomarkt als verlässlicher Partner etabliert und hat somit zu einem überdurchschnittlich großen Anteil am Wachstum des Biomarktes beigetragen.

Die kontinuierlich steigende Nachfrage der Verbraucherinnen und Verbraucher nach Bio-Lebensmitteln ist mittlerweile der Hauptmotor für den Biomarkt in Nordrhein-Westfalen. Qualitativ hochwertige Produkte, am besten von heimischen Bauern erzeugt, sind gefragter denn je. Damit einher geht die zunehmende Bereitschaft, für eine gute Produktqualität auch einen entsprechend höheren Preis zu zahlen.

Diese Bedingungen bieten für die Ökolandwirtschaft in NRW große Vermarktungspotenziale. Allerdings hat die Erzeugung von Bio-Lebensmitteln bei der Entwicklung des Biomarktes nicht mithalten können. Die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln kann nämlich derzeit weder in Deutschland noch speziell in Nordrhein-Westfalen in ausreichendem Umfang mit heimischer Ware befriedigt werden. Eine Folge davon ist, dass der Anteil an Bio-Importen nach wie vor ansteigt.

Mein Ziel ist es, die heimische Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln noch stärker als bisher mit Produkten aus der Region zu decken. Was wir brauchen, ist eine kontinuierliche Ausweitung der Öko-Landwirtschaft in NRW.

Ob die sich auftuenden Marktchancen für die nordrhein-westfälischen Bio-Bauern genutzt werden können, kommt meines Erachtens ganz wesentlich auf die Marktpartner selber an. Die aufnehmende Hand, Verarbeitung und Handel müssen sich mit den Landwirten an einen Tisch setzen. Die Landwirte müssen von ihren Marktpartnern über die Chancen und über die Anforderungen der Vermarktungsbedingungen informiert werden. Genauso wichtig ist es, dass die Handelspartner die Zusammenhänge und Grundlagen des Ökolandbaus kennen. Nicht zuletzt ist es natürlich notwendig, dass den Landwirten angemessene Preise angeboten werden und zwar mit einer verlässlichen Perspektive.

Die Erfahrungen aus einem Pilotprojekt in der Region Ostwestfalen-Lippe haben gezeigt, dass es sich lohnt, langfristige regionale Vermarktungspartnerschaften aufzubauen – sei es in der Direktvermarktung, mit Marktpartnern des Naturkosthandels, des Lebensmitteleinzelhandels oder mit Großverbrauchern des Außer-Haus-Marktes.

Insbesondere die Außer-Haus-Verpflegung ist ein facettenreiches und aufstrebendes Marktsegment. Immer mehr Menschen essen und trinken außer Haus. Und auch hier legen die Gäste zunehmend Wert auf Qualität und Herkunft der Speisen. Insofern bietet diese Entwicklung große Chancen für den Absatz von Bio-Lebensmitteln.

Mittlerweile findet man Bio-Lebensmittel in allen Bereichen des Außer-Haus-Marktes auf dem Speiseplan, angefangen von Schulen und Kindergärten über Betriebskantinen bis hin zu Kliniken und Pflegeheimen. Besonders erfreulich ist, dass immer mehr Kantinen in öffentlicher Trägerschaft konsequent Bio-Produkte anbieten. Aus einem nachhaltigen Verpflegungskonzept sind Bio-Lebensmittel nicht mehr wegzudenken.

Die Broschüre gibt einen Gesamtüberblick über den überaus vielschichtigen „Biomarkt NRW“. Da der Markt in erster Linie von den Aktivitäten all seiner Beteiligten lebt, enthält die Broschüre eine Vielzahl von konkreten Fallbeispielen. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf regionalen Absatzwegen. Außerdem übermittelt sie Fachinformationen zur Marktentwicklung mit vielen hilfreichen Übersichten. Ich wünsche mir, dass Sie interessante Anregungen aus dieser Broschüre gewinnen.



Johannes Remmel
Minister für Klimaschutz, Umwelt,
Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen