Kompetenzzentrum
Ökolandbau
Niedersachsen GmbH

www.oeko-komp.de

„Vertrauen schafft die Erschließung von Bio-Marktpotenzialen?! – Ergebnisse aus Verbraucher:innenbefragung und Biomarkt-Expert:innen-Workshops“

Visselhövede, den 7. Oktober 2022

Sehr geehrte Bio-Händler:innen, -Verarbeiter:innen und -Landwirt:innen,

das Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen (KÖN) lädt Sie zum Abschluss-Workshop „Vertrauen schafft die Erschließung von Bio-Marktpotenzialen?! – Ergebnisse aus Verbraucher:innenbefragung und Biomarkt-Expert:innen-Workshops“ am 8. November 2022 nach Visselhövede ein. Dort werden aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung vorgestellt und deren Implementierung in den Biomarkt diskutiert.

Sie hatten an einem „Runden Tisch“ des „AVOeL-Projektes“ (siehe 2. Seite) teilgenommen oder sich dafür interessiert. Mit diesem Abschluss-Workshop soll an die Treffen der letzten drei Jahre zu „Synergismen und Divergenzen innerhalb der Kette“ und „Kommunikations-strukturen und -prozesse“ sowie „Bildungs- und Kommunikationsmaterialien“ angeknüpft werden.

Datum: Dienstag, den 8. November 2022
Uhrzeit: 11.30 – 16.00 Uhr
Ort: Luisenhof, Worthstrasse 10, 27374 Visselhövede,

Programm:

- Begrüßung, Projektvorstellung und Vorstellung der Teilnehmer:innen
- Vertrauen schaffen zwischen Bio-Anbieter:innen und Verbraucher:innen – Ergebnisse einer aktuellen Verbraucher:innenbefragung
- Vertrauen schaffen innerhalb der Bio-Wertschöpfungskette – Ergebnisse „Runde Tische“
- Imbiss / Kaffee
- Aufbau eines Bio-Vermarktungsnetzwerkes
- Ausblick

Anmeldung: www.oeko-komp.de/avoel22 (ausschließlich online möglich)
Anmeldeschluss: Freitag, 28. Oktober 2022

Die Veranstaltung ist kostenfrei. Die Teilnehmer:innenzahl ist begrenzt.
Es gelten die dann aktuellen Corona-Hygienemaßnahmen.

Mit freundlichen Grüßen

H. Niemann

Henning Niemann

Die Veranstaltung findet im Rahmen des Projektes „Authentizität und Vertrauen bei Bio-Lebensmitteln: Innovative Kommunikationsansätze entlang der Produktkette und in der Gesellschaft - AVOeL“ statt.

Gefördert durch:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

BÖLN
Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft

Kompetenzzentrum
Ökolandbau
Niedersachsen GmbH

www.oeko-komp.de

Hintergrund:

Erforschung von Bio-Marktpotenzialen
- ein Kooperationsprojekt der Universität Göttingen und des Kompetenzzentrums Ökolandbau Niedersachsen (KÖN)

Der ökologische Landbau stellt eine ressourcenschonende und umweltverträgliche Bewirtschaftungsform dar, deren Ausweitung als wichtige Zielmarke in der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung formuliert wurde (30% Ökolandbau in 2030). Obwohl Verbraucher:innen häufig die Kriterien von Öko-Lebensmitteln schätzen und 50% von Ihnen angeben, nachhaltige Produkteigenschaften beim alltäglichen Einkauf zu berücksichtigen, beträgt der Bio-Anteil daran nur gut 6%. Es scheint, dass die Ansprüche der Verbraucher:innen weder flächendeckend erfüllt noch zielgerichtet adressiert werden.

Das KÖN hat am 1. Oktober 2019 in Zusammenarbeit mit der Uni Göttingen einen Forschungsauftrag von der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) erhalten. Ziel der dreijährigen Untersuchung “Authentizität und Vertrauen bei Bio-Lebensmitteln: Innovative Kommunikationsansätze entlang der Produktkette und in der Gesellschaft“ (AVOeL) ist es, herauszufinden, wie weitere Bio-Marktpotenziale erschlossen und bestehende Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette stabilisiert werden können. In diesem Forschungsprojekt wird der Frage nachgegangen, welche Herausforderungen in der Kommunikation, Vermarktung und Authentizitätswahrnehmung auftreten, die zum Verständnis von Vertrauen beitragen können.

Aufgabe in dem AVOeL-Projekt war, durch produktspezifische Workshops mit Erzeuger:innen, Verarbeiter:innen und Händler:innen, Erfahrungen und Verbesserungswünsche zur Ausweitung des Bio-Marktvolumens zu bündeln. Wichtige Fragen waren u.a., wie Vertrauen in der Wertschöpfungskette verbessert und wie die Werte und Qualitäten des Ökolandbaus den Konsument:innen besser kommuniziert werden können.

Von November 2019 bis Januar 2021 wurden sechs „Runde Tische“ in den Produktgruppen "Gemüse und Kartoffeln", „Äpfel“, „Getreide“, „Milch“, „Fleisch“ und „Eier“ zum Thema „Synergismen und Divergenzen“ veranstaltet. Hierzu wurden profilierte Expert:innen entlang der Wertschöpfungsketten eingeladen. Im 2. Teil des Projektes trafen sich die Bio-Marktakteur:innen in den Workshops „Pflanzliche Erzeugnisse“ und „Tierische Produkte“, um über „Kommunikationsstrukturen und -prozessen“ zu diskutieren. Aus den Erkenntnissen wurden Bildungs- und Kommunikationsmaterialien entwickelt, die der Öffentlichkeit nach Projektabschluss kostenfrei zur Verfügung gestellt werden.

Die Projektleitung obliegt JProf. Dr. Antje Risius assoziiert beim Lehrstuhl für „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ der Universität Göttingen. Weitere Projektpartner:innen sind das Institut für Kulturanthropologie sowie die Hochschuldidaktik der Universität Göttingen. Sie haben 2000 Verbraucher:innen zu Bekanntheitsgrad, Vertrauen und Kaufverhalten bei Öko-Lebensmitteln befragt. Darüber hinaus wurden Marktchecks und umfangreiche Medienanalysen durchgeführt.

Weiterführende Projekt-Informationen: www.uni-goettingen.de/de/615909.html

Die Veranstaltung findet im Rahmen des Projektes „Authentizität und Vertrauen bei Bio-Lebensmitteln: Innovative Kommunikationsansätze entlang der Produktkette und in der Gesellschaft - AVOeL“ statt.

Gefördert durch:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

BÖLN
Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages