

rolle und Zertifizierung erfolge über das Institut LACON in Offenburg. Entsprechende Projekte in Nigeria und Paraguay seien ebenfalls im Aufbau.

Durch die Einführung der Biozyklisch-Veganen Richtlinien und des von BNS Biocyclic Network Services vergebenen Gütesiegels werde es demnächst sowohl für Anbieter von Frischware als auch von Verarbeitungsprodukten möglich, pflanzliche Produkte mit dem Hinweis auf den biozyklisch-veganen Anbau zu kennzeichnen und damit einer wachsenden Käuferschicht transparent die konsequent ökologischen und veganen Merkmale dieser Produkte zu vermitteln. ■



v.l.n.r.: Dipl.-Ing.agr. Lydia Eisenbach, Günter Achleitner (Biohof Achleitner, Eferding), Ilse Achleitner, Antonis Antonopoulos (Agrinio) Fotos: Biocyclic-Vegan Network

GROSSBRITANNIEN

Bio-Markt erzielt Spitzen-Umsatz

Bis Ende 2017 wird ein Umsatz von 2,2 Mrd GBP erwartet, berichtet Fruitnet. Diese Zahlen wurden auf der jährlichen Handelstagung der Soil Association in London bekannt gegeben. Daten von Kantar Worldpanel ergaben, dass London zwar nach wie vor die größte Verkaufsregion sei, dass aber starkes Wachstum vor allem im Süden und Südwesten des Landes durch jüngere Käufer und kleinere Haushalte generiert wird.

Dabei seien Herkunft und Nachhaltigkeit wichtiger als Rabatte und niedrige Preise für die Käufer. Nach Untersuchungen von England Marketing suchten mehr als die Hälfte der Käufer aktiv nach Zertifizierungen für Nachhaltigkeit und regionale Herkunft.

Die drei wichtigsten Verkaufskategorien - Frischprodukte, Molkereiprodukte und Lebensmittel - haben das Wachstum vorangetrieben, wobei allein der Verkauf von Lebensmitteln in den vergangenen vier Jahren nach Angaben des Marktforschungsunternehmens Nielsen in den 52 Wochen bis zum 1. Juli um 39 % zugenommen hat. Ocado, der am schnellsten wachsende Bio-Einzelhändler mit über 9 % Marktanteil in diesem Jahr, präsentierte sich auf der Veranstaltung. Senior Trading Manager Kevin Hancock sagte: „Organic bei Ocado ist in den vergangenen zwölf Monaten um 16,2 % gewachsen und es darf noch lange so weiterge-



Nach Angaben des Marktforschungsunternehmens Nielsen hat der Verkauf von Bio-Lebensmitteln um 39 % zugenommen.

hen. Wir sind bestrebt, unsere Lieferanten dabei zu unterstützen, mit uns zu wachsen und unsere Produkte weiterzuentwickeln, damit unser Kundenstamm den organischen Lebensstil weiter genießen kann.“

FrISCHE Bio-Früchte haben in den vergangenen Monaten ein beispielloses Umsatzwachstum verzeichnet, wobei

Innovationen in Kategorien wie Tee, Nussbutter, Freilandprodukte, Energieriegel und Getreide ebenfalls erfolgreich waren.

Die zunehmende Verfügbarkeit von Bio-Produkten hat den Markt mit signifikanten Sortimenten erweitert, die jetzt online und über Discounter erhältlich sind, sowie mit einem größeren Angebot an Multiplikatoren und unabhängigen Anbietern.

Dan Rusga, Marketingdirektor bei Yeo Valley, der größten Bio-Marke Großbritanniens, sagte anlässlich der Veranstaltung: „Die Einstellung der Verbraucher ändert

sich, und die Bedeutung von Qualitätsprodukten und Rückverfolgbarkeit steht inzwischen an der Spitze der Hersteller-, Marken- und Händlerstrategien. Die Lieferung von Produkten, die den Bedürfnissen und Werten der Verbraucher und unseren eigenen entsprechen, gibt uns eine einzigartige Chance, den Bio-Markt weiter wachsen zu lassen.“ ■