

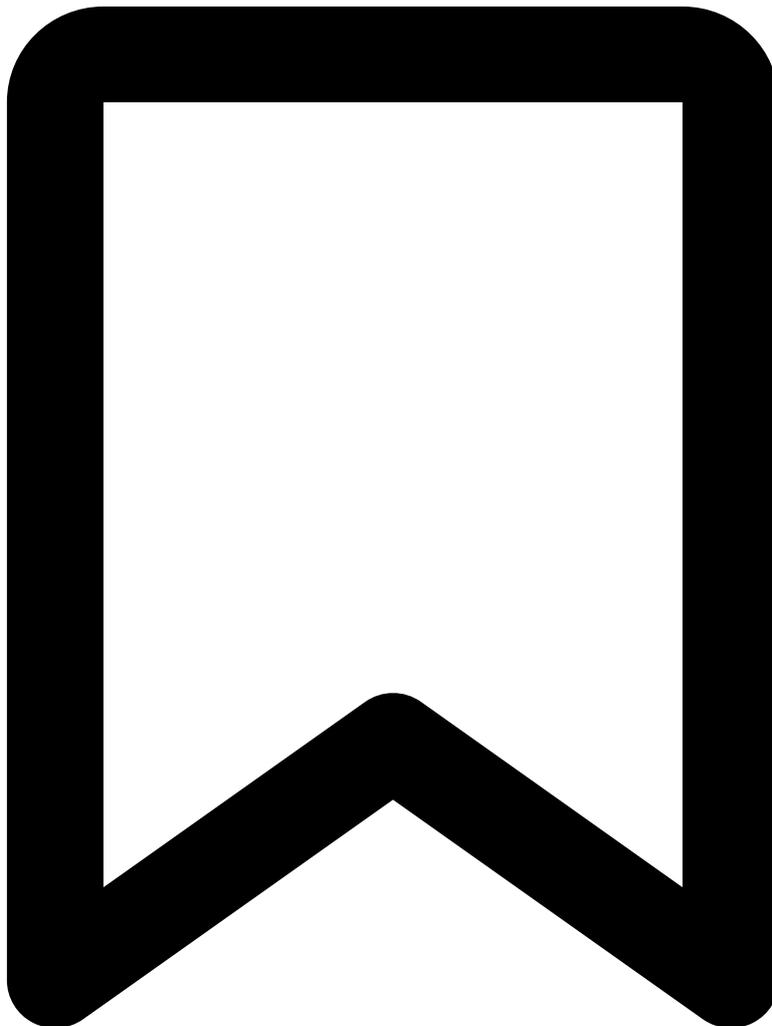
# Bio boomt weiter – auch Einkauf beim Bauern liegt voll im Trend

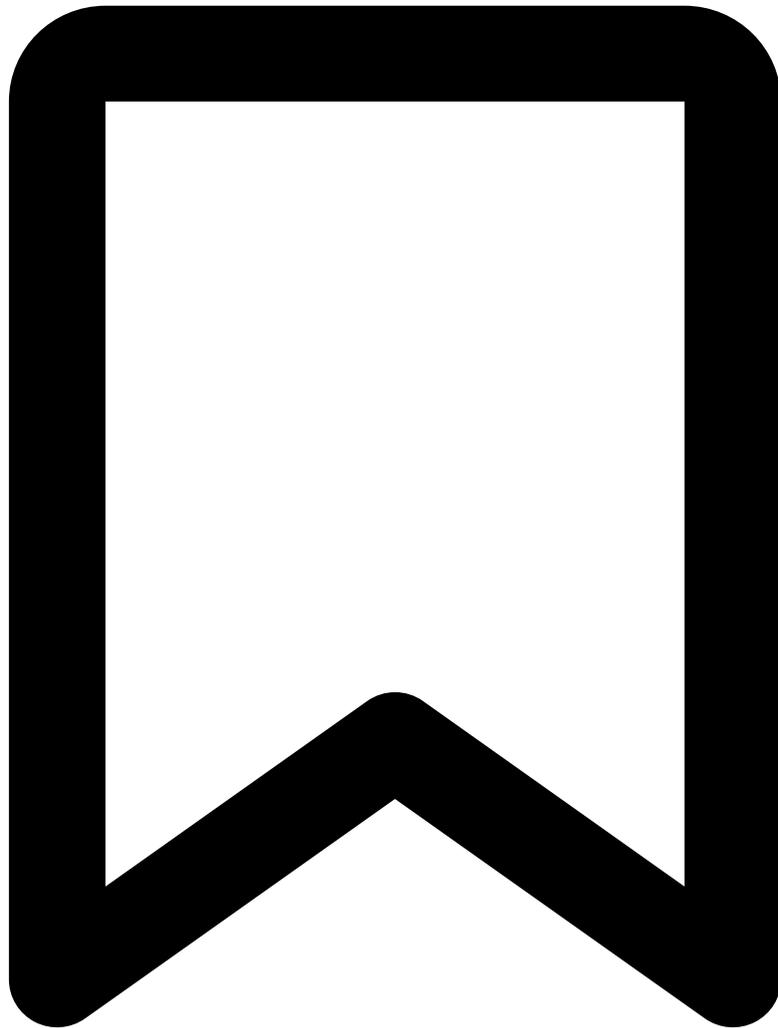
Promotion

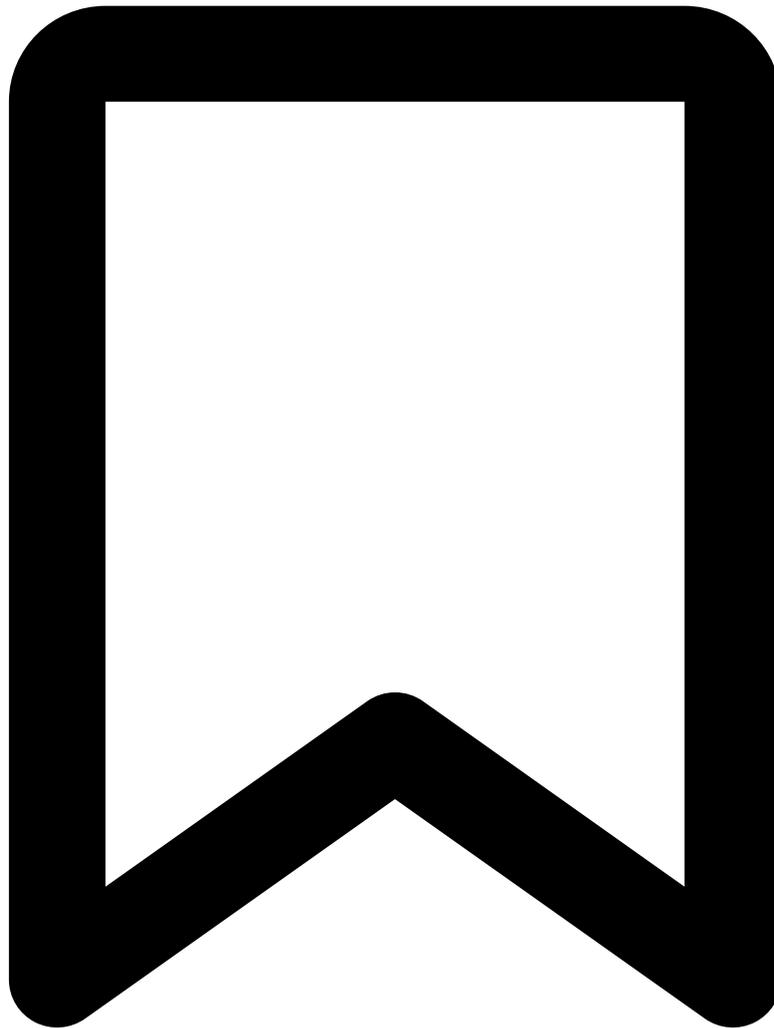


(Anzeige). In diesem Jahr ist vieles anders. Die Pandemie hat viele Bereiche unseres täglichen Lebens beeinflusst - so auch unseren Umgang mit Lebensmitteln. Im Jahr 2020 haben Verbraucher bewusster und gezielter eingekauft. Dabei haben sie einen höheren Wert auf Regionalität und ökologische Produktion gelegt. Besonders beim Einkauf von Fleisch griffen die Verbraucherinnen und Verbraucher verstärkt nach Bio-Produkten. Dies belegen die aktuellen Zahlen des vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) in Auftrag gegebenen Öko-Barometers, das Bundesministerin Julia Klöckner vorgestellt hat. Und noch ein Trend verfestigt sich: Der direkte Einkauf beim Bauern in der Nähe wird immer beliebter.

Eine Sonderveröffentlichung der NRWZ mit freundlicher Unterstützung von:







---

Die Ergebnisse der Erhebung bestätigen den langfristigen Wachstumstrend des Bio-Marktes

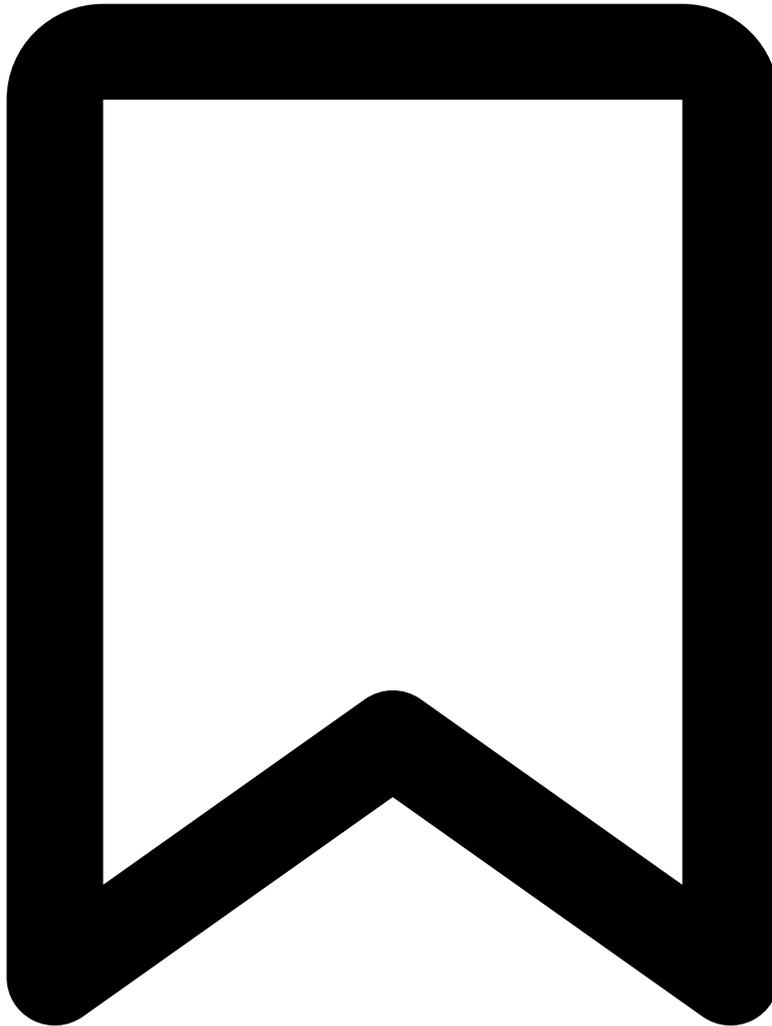
- 37 Prozent der Befragten gibt an, regelmäßig Bio-Produkte zu kaufen.
- Knapp 90 Prozent geben an, zukünftig zumindest gelegentlich zur Bio-Variante greifen zu wollen.
- Bei Bio-Eiern steigt der Anteil der Befragten, die angeben, diese Produkte „ausschließlich“ oder „häufig“ zu kaufen, auf 74 Prozent – 2019 waren dies noch 66 Prozent.
- Bei Bio-Fleisch- und Wurstwaren geben 50 Prozent der Befragten an, dies zumindest häufig einzukaufen – 2019 waren dies noch 42 Prozent.
- Für den Kauf von Bio-Lebensmitteln sind weiterhin die Supermärkte entscheidend: Neun von zehn Befragten kaufen hier gefolgt von Discountern (68 Prozent).

Bundesministerin Julia Klöckner dazu: „Aus Gelegenheits- sind Gewohnheitskäufer geworden und auch insgesamt greifen immer mehr Verbraucher zu Bio-Produkten: Nach ersten Schätzungen wird der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln im Jahr 2020 bei über 14 Milliarden Euro gelegen haben. Das wäre ein Plus von 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Branche hat in der Pandemie noch mal einen Schub bekommen, hat einen hohen Stellenwert.“

Zur einheitlichen Kennzeichnung von Bio-Produkten dient in Deutschland vor allem das vom Bundeslandwirtschaftsministerium entwickelte staatliche Bio-Siegel, das in diesem Jahr sein 20. Jubiläum feiert. Seit seiner Einführung im September 2001 ist die Anzahl der registrierten Produkte kontinuierlich gestiegen: Aktuell sind es fast 90.000 Produkte von mehr als 6000 Unternehmen. Darunter vor allem Lebensmittel, aber auch Zierpflanzen und Saatgut. Die Verwendung des Kennzeichens ist dabei nicht verpflichtend, wohl aber die Kriterien, die einzuhalten sind und kontrolliert werden.

Klöckner: „Das Bio-Siegel zeigt, welche enorme Hebelwirkung ein staatliches Positivkennzeichen haben kann: Der Marktanteil von Bio-Produkten steigt seit Jahren, die Kennzeichnung genießt hohe Glaubwürdigkeit und Vertrauen bei den Verbrauchern. Für immer mehr Landwirte wiederum ist das Siegel ein starker Anreiz, ihre Produktion umzustellen – dabei unterstützen wir sie auf vielfältige Weise.“

Klar sei aber auch, so die Ministerin weiter, dass es ein gutes Miteinander und eine Annäherung der Produktionsweisen wichtig sei. Es brauche eine Art „Hybrid-Landwirtschaft“: Der Ökolandbau müsse weiter produktiver und die konventionelle Anbauweise ressourcenschonender und tierwohlgerichter werden – und dabei ertragreich bleiben.



*Bild von Couleur*

## Direktvermarktung: Einkaufen auf dem Bauernhof

Regionale Lebensmittel liegen im Trend. Landwirte als Direktvermarkter stehen für Regionalität grenzen sich klar von Supermärkten und Discountern ab

**Immer mehr Landwirte erschließen sich neben ihren klassischen Vertriebswegen zusätzliche Einnahmequellen - etwa durch Hofläden oder Stände auf dem Wochenmarkt. Der Trend zu gesunden regionalen Lebensmitteln erleichtert diese Art der Diversifizierung:**

**Landwirtschaftliche Direktvermarkter stehen für Regionalität im engeren Sinne und grenzen sich damit klar von Supermärkten und Discountern ab. Das geht aus einer Mitteilung des Deutschen Bauernverbands hervor.**

Um eine möglichst große Zielgruppe zu erreichen, aber auch, um Marketingmittel zu bündeln, gründete sich 1989 die Fördergemeinschaft "Einkaufen auf dem Bauernhof". Zu ihren Mitgliedern gehören Bauernverbände, Landwirtschaftskammern und deren Dachorganisationen, der Deutsche Bauernverband und der Verband der Landwirtschaftskammern. Das Logo „Einkaufen auf dem Bauernhof - weil's vom Land kommt“ mit dem geöffneten grünen Hoftor im roten Quadrat ist als Wort/Bild-Zeichen beim Deutschen Patent- und Markenamt geschützt.

Die regionalen Bauernverbände und Landwirtschaftskammern vergeben dieses Zeichen nach einheitlichen Nutzungsbestimmungen. Derzeit werben rund 1200 Direktvermarkter mit dem Zeichen. Sie profitieren damit unter anderem von einer Listung auf der Webseite [www.einkaufen-auf-dem-bauernhof.com](http://www.einkaufen-auf-dem-bauernhof.com). In Zusammenarbeit mit den regionalen Landwirtschaftskammern und Bauernverbänden bietet die Fördergemeinschaft zudem Schulungen und Beratungen für alle Landwirte an, die als Direktvermarkter mit dem grünen Hoftor werben.

**Mehr zum Thema:**

<https://www.nrwz.de/wirtschaft/direkt-vom-bauernhof/315551>