

Presse-/Medienmitteilung

Neues Handbuch zeigt Marketingstrategien für Biobauern auf

(Frick, 4.4.2005) In den meisten europäischen Ländern wurde auch im Jahr 2004 ein klares Wachstum im Markt für Bioprodukte beobachtet. Vor allem die Länder Schweiz, Österreich und Deutschland zählen zu den Spitzenreitern, wenn es um die Vermarktung von Bioprodukten geht. Ein vom FiBL soeben herausgegebenes Marketing-Handbuch richtet sich vor allem an Biobauern und gibt wertvolle Hinweise für landwirtschaftliche Vermarktungsinitiativen.

Das Wachstum des Biolandbaus wird nach Einschätzung des Forschungsinstituts für biologischen Landbau (FiBL) in den nächsten Jahren anhalten. Der Umsatz mit Bioprodukten ist im Jahr 2003 europaweit um fünf Prozent gestiegen und umfasst 10,5 bis 11 Milliarden Euro mit weiter steigender Tendenz auch im Jahr 2004. Deutschland ist mit 3,5 Milliarden Euro der grösste Markt. Die Schweiz ist Weltmeister, wenn es um den Pro-Kopf-Konsum geht: Jede Schweizerin und jeder Schweizer konsumierte im Jahr 2003 für 100 Euro biologische Lebensmittel.

Trotz dieser positiven Vorzeichen befindet sich der Biomarkt weiterhin im Wandel. In den nächsten Jahren wird die professionelle gemeinschaftliche Vermarktung durch die Erzeuger zunehmend wichtig, um die gesunden und naturnahen Bioprodukte als Alternative zur Billigpreiswelle der Grossverteiler weiter bekannt zu machen.

Vor dem beschriebenen Hintergrund widmet sich ein vom FiBL neu herausgegebenes Marketinghandbuch speziell bäuerlichen und regionalen Vermarktungsinitiativen von Bioprodukten. Es wird vor dem Hintergrund des Biomarktes in Europa und der europäischen Fördersituation ausführlich beschrieben, welche Faktoren den Erfolg solcher Vermarktungsinitiativen beeinflussen.

FiBL Frick

Ackerstrasse
CH-5070 Frick
Tel. +41 (0)62 865 72 72
Fax +41 (0)62 865 72 73

E-Mail info.suisse@fibl.org

FiBL Deutschland e.V.

Galvanistraße 28
D-60486 Frankfurt a.M.
Tel. +49 69 7137699-0
Fax +49 69 7137699-9

E-Mail info.deutschland@fibl.org

www.fibl.org

Beispiele aus der Schweiz und aus anderen europäischen Regionen zeigen auf, wie erfolgreiche Ideen entstanden, geplant, finanziert und umgesetzt wurden. Solche Beispiele sind z.B. die Napfmilch (Schweiz), die Marke „Bio vom Berg“ (Österreich) oder BioBourgogne Viande (Frankreich).

Das Marketing-Handbuch richtet sich insbesondere an Landwirte, Berater, Verarbeiter, Händler und alle interessierten Personen, die sich direkt oder indirekt mit dem Aufbau und der Führung von landwirtschaftlichen Vermarktungsinitiativen beschäftigen.

FiBL-Kontakt

Otto Schmid und Toralf Richter, Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL), Frick, Schweiz

Tel. +41 62 865 72 72, E-Mail info.suisse@fibl.org

Angaben zum Buch

Otto Schmid, Toralf Richter, Ulrich Hamm und Andrea Dahlke (2005):
Marketing-Handbuch für landwirtschaftliche Vermarktungsinitiativen.

Mit Praxisbeispielen aus dem ökologischen Landbau.

Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Frick, Schweiz. 240

Seiten, FiBL-Bestellnummer 1366, ISBN: 3-906081-63-X. € 30.00 /

CHF 45.00

Bezug

FiBL, Ackerstrasse, CH 5070 Frick, Tel. +41 62 865 72 72,

Fax +41 62 865 72 73 oder über www.shop.fibl.org; Bestellnummer 1366.