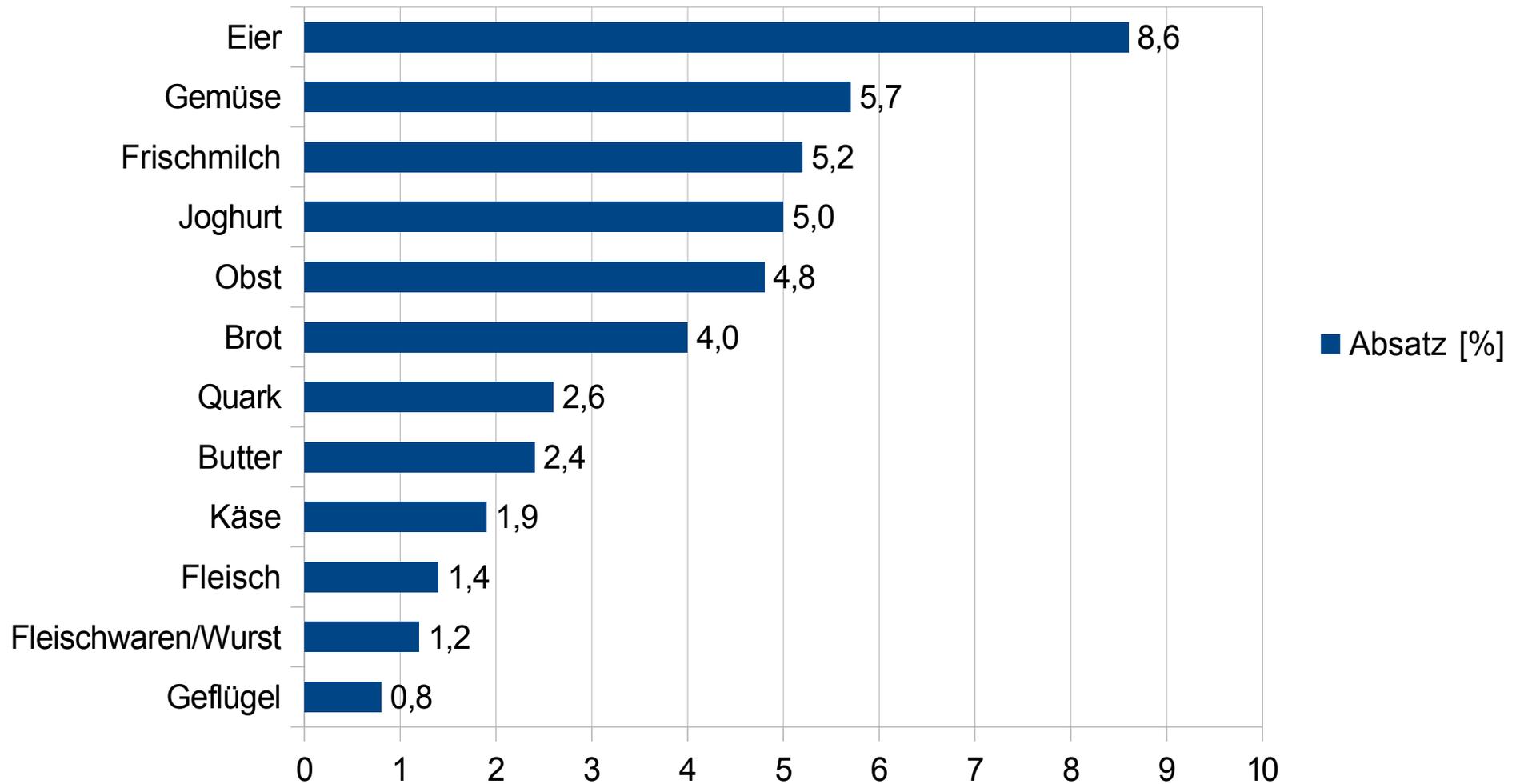


Bioanteile am Gesamtmarkt 2013



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK Haushaltspanels, eigene Darstellung

Der deutsche Biomarkt setzt seinen Wachstumskurs fort.
Im Jahr 2013 gaben die deutschen Haushalte insgesamt
7,55 Milliarden Euro und damit rund sieben Prozent
mehr als im Vorjahr (2012: 7,04 Milliarden Euro)
für Biolebensmittel und -getränke aus.

Quelle: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
Pressemitteilung Nr. 42 vom 11.02.14,

<https://www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/2014/042-DeutscherBiomarkt.html>

„Die Verbraucher achten beim Einkauf immer mehr auf Produkte, die ökologisch und besonders nachhaltig erzeugt wurden. Natürlich schätzen sie auch die Qualität und den Geschmack dieser Produkte. Das Umsatzplus von sieben Prozent zeigt, dass viel Potenzial in der deutschen Biobranche steckt. Die Vermarktung von ökologischen Produkten ist nach wie vor eine Erfolgsgeschichte mit guten Perspektiven für die Zukunft“, sagte Bundesminister Hans-Peter Friedrich.

Quelle: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
Pressemitteilung Nr. 42 vom 11.02.14,
<https://www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/2014/042-DeutscherBiomarkt.html>

„Das ist das Ergebnis von vierzig Jahren Kauf-Kritik:
Die Konsumgesellschaft hat ihre Kritiker gefressen,
den Protest absorbiert und in Produkte verwandelt.
Der Markt hat sich auf konsumkritische Konsumenten eingestellt,
neben dem Billig- und dem Teuersegment
gibt es deshalb eben auch einen Markt für kritische Käufer.“

Quelle: Der kritische Agrarbericht 2009,
Tanja Busse: Die Macht der Konsumenten

„Die Menschen wissen inzwischen,
dass man mit Messer und Gabel Politik machen kann.
Denn mit der Art, wie wir unsere Lebensmittel produzieren,
betreiben wir zugleich Umwelt-, Sozial- und Tierschutzpolitik.
Und die Ernährung ist eine zentrale Gerechtigkeitsfrage.
Das haben die Verbraucher begriffen.“

Quelle: Interview mit Renate Künast zur Grünen Woche 2015,
Main-Echo 15.01.2015,
<http://www.main-echo.de/ueberregional/politik/art20492,3430919>

Konsumentenboykott, der

„Ein Konsumentenboykott ist ein Mittel der Verbraucher, um das Verhalten von Unternehmen langfristig zu beeinflussen.

Bei einem Konsumentenboykott orientiert sich die Kaufentscheidung einer Person nicht mehr nur an der Befriedigung individueller Bedürfnisse.

Vielmehr trifft der Konsument seine Entscheidung moralisch oder politisch motiviert und wählt Produkte und Unternehmen gezielt aus.

Setzen Konsumenten ihr Kaufverhalten gezielt ein, so liegt ein großer Teil der Marktmacht letztendlich bei ihnen.

Beispiel für erfolgreichen Boykott:

Der Boykottaufruf gegen den Ölkonzern Shell wegen dessen geplanter Versenkung der Ölplattform Brent Spar 1995 war der bisher erfolgreichste Konsumentenboykott. Dem Aufruf von Umweltschutzverbänden, künftig die Tankstellen von Shell zu meiden, folgten etwa 50 % der Bevölkerung. Auch Unternehmen wie die Mülheimer Tengelmann-Gruppe beteiligten sich an der Aktion und forderten die fast 200.000 Mitarbeiter im In- und Ausland auf, beim Betanken ihrer Privatwagen Shell-Tankstellen zu meiden. Guido Westerwelle, damals FDP-Generalsekretär, veranlasste, dass alle Dienstfahrzeuge der Parteizentrale nicht mehr mit Shell-Benzin betankt wurden.

Rundfunksender riefen dazu auf, Shell-Tankstellen zu meiden.

Nach einer etwa 100-tägigen von Greenpeace initiierten Medienkampagne lenkte Shell ein und begann mit der Entsorgung der Brent Spar an Land.“

„Als ich das letzte Mal im Bioladen war, sah ich dabei zu, wie eine Frau zum Bio-Dosen-Thunfisch und der Bio-Salami-Tiefkühlpizza Bio-Eier in den Einkaufswagen legte. Um den Hals trug sie einen Kragen aus echtem Pelz. Ich habe solche Szenen so oft beobachtet, dass sie für mich zum Symbol des „ethischen Konsums“ geworden sind: Einkaufen wie immer – mit gutem Gewissen oben drauf. Wenn nur genug Leute „nachhaltige“ Produkte kaufen, so die Idee, dann stellen die Unternehmen nur noch „gute“ Produkte her.“

Quelle: Kathrin Hartmann: Frühstücksei mit gutem Gewissen?,
Der Freitag 01.03.2013,

<https://www.freitag.de/autoren/der-freitag/fruehstuecksei-mit-gutem-gewissen-gibt2019s-nicht-taeglich>

„Abgeschreckt von Bildern schwer verletzter Hühner in engen Drahtkäfigen verlangten die Kunden nach tiergerecht produzierten Eiern.

Aus Käfighaltung bekommt man heute nur noch selten welche.

In Supermärkten und Discountern gibt es Freiland- und Bio-Eier, auch im Bioladen sind die Regale stets voll.

Denn seit man sie mit gutem Gewissen kaufen kann, steigt der Konsum: 18,6 Milliarden Eier jedes Jahr, macht pro Kopf 230 Eier.

Zwei Millionen Bio-Eier werden täglich verkauft.

Kann es wirklich sein, dass diese gigantische Menge von „glücklichen Hühnern“ kommt?“

Quelle: Kathrin Hartmann: Frühstücksei mit gutem Gewissen?,
Der Freitag 01.03.2013,

<https://www.freitag.de/autoren/der-freitag/fruehstuecksei-mit-gutem-gewissen-gibt2019s-nicht-taeglich>

Blumenbrot

ORGANSKI KEKERJI Z AJDA

Složenie: zdroj múky, sádlo z slákového

čerstvého cesta
* zdroj železa

ORGANSKÉ BIO KREKRY Z POHANKY

Složenie: pšeničná múka, trstinový cukor (22%)
* zdroj železa

BIO KRUPAVÝ CHLEBÍČEK S POHANKOVOU

Složenie: pšeničná múka, kvasnicový kvas
* zdroj železa

ORGANSKÉ BIO HADJUNA SZÉLET

Složenie: pšeničná múka, kvasnicový kvas
* zdroj železa

Blumenbrot

Le Pain des fleurs®



KNUSPRIGE BIO
BUCHWEIZEN-
SCHNITTEN
GLUTENFREI

CHRUPIĄCY CHLEB BIO
Z GRYKĄ
ORGANSKI KEKERJI
IZ AJDA

MEHL: 100% BUCHWEIZEN

Hergestellt
in Frankreich

x2

