



Podiumsgespräch mit Prof. Dr. Jan Niessen (TH Nürnberg), Andreas Swoboda (BIOBREADNESS/AöL) sowie Finn Naujoks und Philip Luthardt (Bohlsener Mühle). Moderation: Prof. Dr. Nicole Graf (DHBW Heilbronn).



Mit seinem richtungsweisenden Statement zur Zukunft der Biobranche bereicherte Eberhard Räder, Präsident Naturland e.V., die VIII. Ökomarketingtage und setzte einen wichtigen Impuls für die weitere Entwicklung der Branche.

Bio-Anteil soll stärker wachsen

Kongress Fazit der VIII.Öko-Marketingtage: Die Zukunft der Bio-Branche liegt in einer engeren Kooperation.

Kirchberg. Die Öko-Marketingtage auf Schloss Kirchberg sind das Treffen der Spitzenkräfte der Öko-Lebensmittel-Szene im deutschsprachigen Raum.

An drei Tagen diskutierten 220 Teilnehmerinnen und Teilnehmer die zukünftigen Herausforderungen der Branche. Trotz der guten wirtschaftlichen Situation – der Marktanteil von Bio-Produkten steigt seit Jahren – muss die Nachfrage in Deutschland nach Ansicht der Verbände weiter deutlich ausgebaut werden.

Zu Beginn der VIII. Öko-Marketingtage sagte Rudolf Bühler, Initiator der Tagung und Vorsitzender der Stiftung Haus der Bauern: „Die Veranstaltung ist die Plattform und der Kraftort der Öko-Bewegung sowie der zukunftsgerichteten Land- und Ernährungswirtschaft im deutschsprachigen Raum.“

Eberhard Räder, Präsident von Naturland, Jan Plagge, Präsident von IFOAM Organics Europe und Bioland, und die Demeter-Ko-Vorständin Nancy Schacht plädierten für eine engere Zusammenarbeit. Bei den Öko-Marketingtagen treffen sich nicht nur Bekannte, sondern die Veranstaltung lädt mit ihren Foren dazu ein, neue Menschen und Marken kennenzulernen. Im Gespräch bei Kaffee oder am Abend

an der Bar entstehen oft spontan neue Ideen für Produkte und Kooperationen. Barbara Riegler, Obfrau von Bio Austria, sagte: „Kooperation ist für uns Pflicht, sie ist für uns der Schlüssel zur Zukunft.“ Vor

„Die Veranstaltung ist die Plattform und der Kraftort der Öko-Bewegung sowie der zukunftsgerichteten Land- und Ernährungswirtschaft im deutschsprachigen Raum.“

Rudolf Bühler

Vorsitzender, Stiftung Haus der Bauern

20 Jahren schlossen sich in Österreich 16 Verbände zu einer einzigen Organisation zusammen.

Weniger Bürokratie

Neben Cem Özdemir, Spitzenkandidat der Grünen für die Landtagswahl 2026 und ehemaliger Bundeslandwirtschaftsminister (wir berichteten), war auch Sarah Schweizer (CDU), Mitglied des Ausschusses für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten des baden-württembergischen Landtags, in Kirchberg. Um die Landwirtschaft zu unterstützen, müsse die Büro-

kratie reduziert werden. Sie sagte: „Wir müssen unseren Bäuerinnen und Bauern mehr Vertrauen entgegenbringen, damit sie mehr Zeit im Stall bei ihren Tieren oder auf ihren Äckern verbringen können und weniger Zeit im Büro.“

Bei den Öko-Marketingtagen gewähren Handelsketten Einblicke in ihre Strategie. Kerstin Erbe, Geschäftsführerin für Produktmanagement und Nachhaltigkeit bei dm-Drogerie Markt, und auch Jürgen Mäder, Vorstandsmitglied von Edeka Südwest, wollen gesunde Bio-Lebensmittel weiter vorantreiben. In den Regalen der dm-Märkte „steht nur Bio. Die Kundinnen und Kunden greifen auto-

„Kooperation ist für uns Pflicht, sie ist für uns der Schlüssel zur Zukunft.“

Barbara Riegler

Obfrau von Bio Austria

matisch zu diesen Produkten, sie haben keine andere Wahl.“ Edeka will „mehr über Bio-Produkte erzählen und die Höfe öffnen.“

Thorsten Hiller

Weitere Eindrücke in Bild und Ton finden Sie im Rückblick unter: oekomarketingtage.schloss-kirchberg-jagst.de/rueckblick



Boris Voelkel, Einkaufsleiter der Voelkel GmbH für Frucht- und Gemüsesäfte, im Austausch mit dem Publikum beim Fachforum „Öko-Marketing entlang der Wertschöpfungskette am Beispiel Bingenheimer Saatgut AG“