

wird auf seinem aktuellen Niveau bleiben“, schätzt Rauhaus zur Bio-Entwicklung im Handel. Er habe als Nische seine Berechtigung, sei aber begrenzt nach oben. „Wachstum wird im LEH stattfinden.“ Mit der Belieferung des Lebensmittel Einzelhandels haben die Öko-Bauern bereits um die Jahrtausendwende begonnen.

Kartoffelabpackanlage verspricht mehr Kapazität

Vor kurzem hat die Genossenschaft ihren Standort bei Ahlen geschlossen und alles bei Lippetal, südlich von Hamm, konzentriert. Parallel wurde eine der bisher größten Investitionen überhaupt getätigt: in eine große neue Kartoffelabpackanlage inklusive Lager, insgesamt 1.750 Quadratmeter Fläche. Im Januar 2023 war der Baustart, im Juli 2024 wurde mit der Vollproduktion begonnen, im September das Lager gefüllt.

In Zeiten der Personalknappheit hält sich das Unternehmen wacker: Mit knapp 100 Mitarbeitern – je nach Saison etwas mehr oder weniger – sei man „bisher noch ganz gut besetzt“. Der Fuhrpark ist ausgelagert. Mehrere LKWs verlassen jeden Tag das Lager. Jährlich werden 20.000 Tonnen Ware verpackt. „Für uns ist das schon eine Hausnummer“, stellt Rauhaus fest. Und dennoch: „Gegenüber Kon-



Genossenschaft der Öko-Bauern eG

ventionellen sind wir kleine Lichter“. Große Gemüsekonzerne machten dieselbe Menge an Bio und ein Vielfaches davon an konventioneller Ware. „Sie haben es durch ihre Mengen leichter – wir müssen schauen, wie wir durchkommen im Haifischbecken“, so der Geschäftsführer.

In den Ring für faire Preise

Jede Woche gehe die Genossenschaft neu in den Verhandlungsring: für ihre Bauern, für die sie möglichst viel erkämpfen will, während der Handel die Maxime „leistbar bleiben“ verfißt. Die

Preisabstände zwischen Bio und konventionell seien allerdings auch ein wichtiger Faktor für die Akzeptanz von Bio, merkt Rauhaus an. Es gelte die Gratwanderung zu beschreiten: zwischen teuer genug, dass die Lieferkette funktioniert und ein Produkt seriös ist, und billig genug, dass die Produkte gekauft werden.

„Wenn der LEH den Fokus noch mehr auf Bio legt, wäre noch mehr möglich“, ist Rauhaus überzeugt. Zwar schrieben sich die Händler Öko auf die Fahne, für die Umsetzung fehle aber bislang eine einheitliche Strategie. „Die Drogerieketten haben eine strategische Entschei-



Genossenschaft der Öko-Bauern eG

Mit einer Fläche von insgesamt 1.750 Quadratmetern verspricht die neue Kartoffelabpackanlage samt Lager in Lippetal erweiterte Kapazitäten.

Anzeige

dung pro Bio getroffen – und plötzlich sieht der Markt ganz anders aus“, stellt er fest. Wenn nur noch Bio und Trendprodukte in den Trockenregalen stehen, falle der Vergleich zu konventionellen Pendants weg. Drogerie-Bio sei zum Mitnehmartikel geworden, Haribo in den Regalen Vergangenheit. Den Mut, ein konventionelles Produkt mit Bio auszutauschen, wünscht Rauhaus sich vom Handel auch bei Obst und Gemüse, mehr.

Interessengemeinschaft vereint Bio-Gemüse-Bündler

„Solange es in Mitteleuropa noch eine Überversorgung gibt, wird sich das Machtverhältnis nicht verändern“, stellt der Chef der Öko-Bauern fest. Das Geschäftsmodell des Handels habe sich über Jahre hinweg etabliert. Zusätzlich führe die hohe Dichte an Verkaufsstellen in Deutschland zum Fortbestehen des Konkurrenzgedankens zwischen den Händlern, zum Überbieten in Richtung billig.

Im Bio-Bereich sei der Waren-Pool etwas kleiner und entsprechend auch der Wettbewerb weniger heftig als im konventionellen Handel. Außerdem seien viele Bio-Landwirte sehr unternehmerisch und selbstbewusst unterwegs – „das tut dem Machtverhältnis gut“. Auch der Klimawandel könnte zu einer zunehmenden Warenknappheit und damit einer Verschiebung im Markt führen.

Ganz neu wurde vor anderthalb Jahren die „Interessengemeinschaft verbandsgelinktes Bio-Feldgemüse“ ins Leben gerufen. Darin sind um die 15 verschiedene Bündler vereint und machen sich Gedanken über Themen wie die Marktmacht des Handels und die Zukunftsfähigkeit der Bio-Branche.

Mit Blick auf die Bio-Markt-Entwicklung der Zukunft zeigt sich Rauhaus sehr optimistisch. Einen Boom wie zu Coronazeiten werde es fürs Erste zwar nicht geben, dafür zeichne sich Schritt für Schritt eine unaufhaltsame Weiterentwicklung ab. „100 Prozent Bio funktioniert. Wir zeigen, dass es geht.“

Lena Renner

Demeter-Felderzeugnisse



Peanut & Salted Caramel

Das neue, köstliche Peanut- & Salted-Caramel-Eis von Rachelli ist eine einzigartige Komposition aus aromatischer Erdnussbutter und leicht salzigem Karamell, verfeinert mit zarten Schokostückchen.

Das cremige Eis, hergestellt aus bester Demeter-Heumilch vereint die verschiedenen Geschmacksrichtungen zu einer wahren Geschmacksexplosion.

Erhältlich in 125 & 500 ml Bechern.

www.felderzeugnisse.de



04 – 08 Oct 2025
Köln

THE NO.1 FOR FOOD &

BEVERAGE
BUSINESS

Koelnmesse GmbH
Tel: +49 221 821-1919
anuga@visitor.koelnmesse.de

koelnmesse