

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Rheingold Studie beim 12. Marktgespräch der BioHandel Akademie am 22. November 2021

„Was erwarten Kunden vom Bio-Fachhandel“

Über viele Jahre war der Bio-Fachhandel – damals noch Bio-Läden genannt – in seiner Nische Mahner für die notwendige ökologische Transformation der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft. Inzwischen ist der im Mainstream etablierte Bio-Fachhandel vom Mahner zum Motor dieses Transformationsprozesses geworden. Und mehr noch – LEH und Discounter strengen sich an, angespornt und neidisch auf den großen Erfolg des Fachhandels, die besseren Bio-Händler zu werden.

Nun mag man über die ernsthafte ökologische Erneuerung des LEH geteilter Meinung sein, leider hat die Erfahrung mit Konzernen und Lebensmittelketten bisher meist zweierlei gezeigt: ökologische Visionen und Bio-Produkte sind gut, weil sich damit besser Geld verdienen lässt, aber bei ubiquitärer Verfügbarkeit wird auch Bio schnell „unter die nach unten gerichtete Preisspirale und den Qualitätsdruck“ geraten.

Es scheint, dass der Bio-Fachhandel weiterhin als Mahner und als Motor gefragt ist – er hat die Transformation angestoßen und wird sie weiter kritisch „gegen die Gesetze des Marktes“ begleiten müssen.

Um diese alte und neue Aufgabe des Fachhandels zu unterstützen, hat die BioHandel Akademie – mit breiter Unterstützung der Branchenakteure – die Studie „Was erwarten Kunden vom Bio-Fachhandel“ zusammen mit dem Rheingold Forschungsinstitut aufgelegt. Im Rahmen dieser qualitativen Studie werden Bio-Käufer, die regelmäßig im Fachhandel und die eher im LEH Bio-Produkte kaufen, konkret befragt, warum sie für ihre Bio-Einkäufe den Fachhandel oder den LEH bevorzugen – was sie hier wie dort schätzen und was sie vermissen.

Die Ergebnisse der Studie – mit konkreten Handlungsanleitungen für den Fachhandel – werden beim 12. Marktgespräch der BioHandel Akademie am 22. November vorgestellt, begleitet von zwei Podiumsgesprächen. Zusammen mit dem Studienleiter Frank Quiring diskutieren am Vormittag Probanden aus der Studie und Inhaber von Fachgeschäften über die Ergebnisse, am Nachmittag kommen die diese Studie unterstützenden Branchenakteure zu Wort. Zwischen den beiden Gesprächsrunden blickt Patrick Müller-Sarmiento, ehemals CEO von Real und nun Leiter Consumer Goods and Retail bei der Unternehmensberatung Roland Berger, hinter die Kulissen und Perspektiven von Bio im LEH.

Die Rheingold Studie wird gesponsort von Bioland, Demeter, Biokreis, AÖL (Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller), BioFach, dem BNN (Bundesverband Naturkost Naturwaren) und Naturland.

Weitere Informationen und die Anmeldung zum 12. Marktgespräch finden Sie auf www.biohandel.de/Akademie