

# Bewerbungsunterlagen für den: BIO Agrar-Präis 2011

## Vermarktungsinitiativen von Bio-Produkten luxemburgischer Herkunft

### 1. Einleitung

Viele Geschehnisse der letzten Jahre haben den Konsumenten verändert. Die Menschen reagieren heute sensibler zum Thema Konsum, insbesondere Lebensmittel. Viele Fragen in diesem Zusammenhang werden gestellt: Wie wird produziert, Herkunftsland, Nachhaltigkeit, CO<sup>2</sup>-Bilanz u.s.w. Dies führt dazu, dass die Nachfrage zu gesunden und regionalen Bio-Produkten gestiegen ist. Die biologische Landwirtschaft ist stark präsent in den luxemburgischen Medien.

Parallel hat sich auch der biologische Landbau in Luxemburg in den letzten 30 Jahren entwickelt. Anfangs nur ein Betrieb in Hupperdange, gibt es heute das OIKOPOLIS-Zentrum in Munsbach, von wo aus die meisten Aktivitäten gesteuert werden. Viele luxemburgische Bio-Landwirte verkaufen ihre Erzeugnisse über die BIOG-Genossenschaft, wo die weitere Verarbeitung und Distribution stattfindet.



OIKOPOLIS-Zentrum in  
Munsbach

Standort der Bio-  
Bauere-Genossenschaft  
Lëtzebuerg, kurz BIOG  
und den aus der  
Genossenschaft  
hervorgegangenen  
Vermarktungsbetrieben  
BIOGROS und  
NATURATA.

## 2. Die Pionierbetriebe der biologischen Landwirtschaft

Als Anfang der 80er Jahre in Luxemburg die drei ersten Landwirte (Jos Schanck, Jos Houtmann und Jos Lentz) auf biologische Bewirtschaftung ihrer Betriebe umstellten, mussten sich diese noch ziemlich mühsam ihren eigenen Weg der AB-Hof Vermarktung aufbauen.



Als dann in der zweiten Hälfte der 80er Jahre weitere Bauern ihre Betriebe umstellten, mussten neue Wege der Verarbeitung und Vermarktung gefunden werden. Zuerst aber war es notwendig die Richtlinien und Zertifizierungssysteme, nach denen gearbeitet werden soll, zu erstellen. 1988 wurden deshalb die Vereine Demeter und BioLabel gegründet. Diese Vereinigungen, denen eine Kontroll- und Informationsfunktion der biologischen Landwirtschaft inne liegt, sind selbst nicht wirtschaftlich tätig.

## 3. Die BIOG - Eine starke Gemeinschaft

Die biologische Landwirtschaft hat nur dann eine Zukunft, wenn die erzeugten Produkte auch reell vermarktet werden können.

Die BIOG-Genossenschaft wurde Ende 1988 von einigen biologisch-dynamisch arbeitenden Bauern unter dem Motto: „individuelle Hofprodukte gemeinsam vermarkten“, gegründet. Ziel ist die Verarbeitung und die Vermarktung der produzierten Güter, die durch eine biologische Landwirtschaft, die nachhaltig die Umwelt schützt, produziert werden. Jeder Landwirt, Gärtner oder Winzer, der in einem der Luxemburgischen Vereine, „Verain fir biologesch-dynamesch Landwirtschaft lëtzebuerg asbl (Demeter-Verein)“ oder „Vereenigung fir biologesch Landbau Lëtzebuerg asbl (BioLabel-Verein)“ Mitglied ist, kann Mitglied in der Genossenschaft werden. Nichtlandwirte müssen im Sinne von Art. 7. in einem Arbeitsbereich der Genossenschaft tätig sein.



Vorstandsmitglieder  
der lux. Bio-Bauere-  
Genossenschaft.

Derzeit sind 34 Bio-Produzenten, darunter 31 Landwirte und 3 Gärtner, sowie 8 Nichtproduzenten Mitglied in der Genossenschaft. Der Vorstand besteht aus 9 Mitgliedern (Bild). Es werden noch Produzenten für verschiedene Bereiche, so z.B. Milch, Getreide und Hühnerhaltung, gesucht.

Zwecks besserer Vermarktung ihrer Produkte hat die Genossenschaft den Einzelhändler NATURATA und den Großhändler BIOGROS gegründet. Der erste Naturkostladen in Luxemburg: NATURATA Rollingergrund öffnete 1989 seine Türen. BIOGROS wurde kurze Zeit später (1992) für die Distribution und Logistik der BIOG-Produkte, sowie für den Import der nicht regional verfügbaren Produkte, gegründet. Diese einzelnen Betriebe, entstanden auf Basis der BIOG-Genossenschaft, umschließen eine vollständige Wertschöpfungskette. Diese Kooperation innerhalb der Wertschöpfungskette ist der Grundstein für eine erfolgreiche und professionellere Vermarktung der Bio-Produkte in Luxemburg. So konnte die BIOG den Umsatz seit ihrer Gründung kontinuierlich steigern und im Jahr 2010 erstmals die 3 Mio. € Grenze erreichen. Abgeschlossen wurde auch dieses Jahr wieder mit einem positiven Ergebnis. Fast alle einzelnen Abteilungen, Milch mit einem Umsatz von 1,3 Mio €,

Käserei 128.134 €, Eier 579.013 €, Fleischerzeugnisse 278.189 €, Obst & Gemüse 397.168 € und Getreide/Mehl 331.264 € meldeten eine Absatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahresergebnis. 2010 wurde die Verkaufsmenge von 1 Million Liter Milch überschritten (1.023.449 Liter). Ein Beitrag von fast 100.000 €, der BioPlus, konnte zusätzlich zum Luxlait-Preis an die Bio-Bauern ausgezahlt werden. Das sind durchschnittlich 6,42 Cent pro abgeliefertem Liter Milch.



Die BIOG-Genossenschaft setzt dabei auf unterschiedliche Vermarktungsstrategien. Wurden anfangs noch viele Produkte selbst verarbeitet, so z.B. wurden einige Hofmolkereien errichtet und das Getreide der Landwirte wurde von der BIOG selbst gemahlen, geschieht dies heute oft in Zusammenarbeit mit anderen heimischen Betrieben. Die LUXLAIT sammelt die Milch der luxemburger Bio-Bauern für die BIOG ein und verarbeitet diese weiter zu Vollmilch, Half fettmilch, H-Milch und verschiedenen Sorten Joghurts. Diese Produkte werden von Luxlait, z.B. an Cactus und andere Supermärkte und vom Großhändler BIOGROS an NATURATA und andere Läden weiter distribuiert. Die Moulin J.P. Dieschbourg in Echternach mahlt das von den Bauern angebaute BioLabel und Demeter Getreide und liefert es an die verschiedenen Bio-Bäckereien in der Region. Diese Bäcker: Kirscher, Obertin, Panelux, Sander und Scot, beliefern jeden Morgen die Filialen mit frischem Brot. Mit CACTUS wurde bereits 1994 ein Demeter-Fachhandelsvertrag abgeschlossen, in dem BIOGROS als Lieferant eingebunden ist. Diese über 15 Jahre alte Zusammenarbeit hat sich bis heute bestens bewährt. Eine andere Kooperation der BIOG und der NATURATA-Läden mit COBOULUX, in welcher komplexe Strukturen der Bio-Fleischverarbeitung und -vermarktung geschaffen wurden, musste nach großen Verlusten (vor allem bei NATURATA) im Jahre 2008 eingestellt werden.

Ein sehr aktuelles Thema ist das Getreidelager in Binsfeld, an dem sich die BIOG-Genossenschaft kostenmäßig beteiligt hat. Erstmals im Herbst 2010 konnten die Bio-Bauern

ihr Getreide dort abliefern. Die neu gebauten Silos verfügt über wesentlich mehr Lagerkapazitäten und eine Anlage zum Trocknen und Putzen des Getreides steht zur Verfügung. Die Vorzüge der neuen Anlage konnten bereits im gleichen Jahr genutzt werden.

#### 4. Die Marke BIOG

Die BIOG hat während der letzten Monate in Zusammenarbeit mit dem Großhändler BIOGROS einige neue Produkte unter der Marke BIOG auf den Markt gebracht. Neben der neuen BIOG-UHT-Milch sind zwei Fruchtjoghurts: Erdbeere und Vanille, sowie zwei neue Eissorten: Schokolade und Vanille in verschiedenen Verpackungen dazugekommen. Anfang letzten Jahres wurden drei Sorten Tee auf den Markt gebracht, dies in Kooperation mit der BIONA und dem Forum pour l'Emploi. Viele luxemburgische Produkte, so z.B. Getreide, Mehl, Milch, Joghurts, Säfte und Eier werden unter diesem Markennamen verkauft.

Das BIOG-Sortiment umfasst derzeit über 180 Produkte, ein Teil stammt aus luxemburgischer Produktion. Viele Produkte können in Luxemburg jedoch weder angebaut noch verarbeitet werden. Um das Sortiment zu ergänzen werden auch importierte Produkte unter der Marke BIOG verkauft. Wie auf der Abbildung zu erkennen ist, ist das Sortiment breit gefächert. Viele Milchprodukte, Obst und Gemüse, Fleischprodukte, Mehl, Teigwaren, Öl, Konfitüren, Suppen, Leguminosen und andere Produkte gehören zum BIOG-Sortiment. Das bekannteste Produkt ist die frische BIOG Milch (BIOG Milch 3,5% oder 1,5% Fettanteil), die ausschließlich aus luxemburgischer Produktion stammt.



Die Produkte unterliegen einer Markenphilosophie, diese ist in der BIOG-Charta formuliert. Zu den wichtigsten Punkten zählen:

- Bio ist Standard
- Regionale Produkte an erster Stelle
- Solidarität zu fairen Preisen
- Klare Kennzeichnung
- Konsequente Kontrolle
- Qualität, die Sie schmecken können

Die Marke BIOG soll dem Kunden größtmögliche Wiedererkennung, aber auch Sicherheit und Vertrauen bieten.

Regelmäßig ist die BIOG-Genossenschaft auf der Fréihjohrsfoire und auf der Oekofoire auf dem Kirchberg und auf der Foire Agricole in Ettelbrück vertreten. Außerdem war die BIOG 2010 auf der Eco-Foire in Colmar im Elsaß, wo Luxemburg als Gastland eingeladen war, präsent. Diese Veranstaltungen werden oft zur Einführung und Verkostung der BIOG-Produkte genutzt. Dies soll nicht nur die Popularität der Marke steigern, sondern auch eine gewisse Weiterbildungsfunktion nach außen widerspiegeln, da viele Menschen Interesse zeigen und Fragen zur biologischen Landwirtschaft haben.

Des Weiteren ist jeden Monat eine Anzeige im Luxemburger Wort mit den aktuellen Monatsangeboten und jede Woche eine Fernsehwerbung beim regionalen Sender „NORDLICHT TV“.

## **5. Die OIKOPOLIS-Gruppe**

Die OIKOPOLIS-Gruppe in Munsbach ist das Zentrum der luxemburgischen Bio-Branche. Wegen dem schnellen Wachstum wurden Ende der 90er Jahre neue Räumlichkeiten gesucht. Das OIKOPOLIS-Gebäude vereinigt neben den drei Kernbetrieben, BIOG (Verarbeiter), BIOGROS (Distribution) und NATURATA (Einzelhandel und Restaurant) auch andere Organisationen, so z.B. die Vereine Demeter Lëtzebuerg, BioLabel und das Institut für Biologesch Landwirtschaft an Agrikultur Luxemburg (IBLA). Diese Vereine sind nicht wirtschaftlich tätig und haben sich in einige Räume des OIKOPOLIS-Gebäudes eingemietet. Der Betrieb Äppelhaus ist ebenfalls Teil dieser Unternehmens-Gruppe. Die Gesamtstrukturen

umfassen auch eine Immobilien- und Beteiligungsgesellschaft (OEKimmo s.a. und OIKOPOLIS Participations s.a.). Des Weiteren ist die Marketingagentur OIKO-Consulting in die Gruppe mit eingebunden.



## Die OIKOPOLIS-Gruppe



### 5.1. Der Großhändler BIOGROS

Der Großhändler BIOGROS ist seit 1992 zuständig für die Verteilung der BIOG-Produkte und den Import ausländischer Bio- und Demeter Produkte. Vor kurzem noch im OIKOPOLIS-Gebäude tätig, ist BIOGROS jetzt in einer neu angemieteten Halle mit über 5000 m<sup>2</sup> Lager- und Bürofläche in Munsbach, circa 500 Meter vom Hauptgebäude entfernt. Die neue Halle hat wesentlich größere Kapazitäten und ist professioneller auf die künftigen Ansprüche eingerichtet. Die alte Halle im OIKOPOLIS-Gebäude wird zurzeit umgebaut für die Produktion einer 4<sup>ème</sup> Gamme, d.h. die Weiterverarbeitung von Obst und Gemüse so z.B. fertig geschälte Möhren und Kartoffeln für die Restauration.

BIOGROS beliefert nicht nur die NATURATA-Läden und andere kleinere Läden mit Bio-Produkten sondern auch CACTUS, Auchan, Cora, Delhaize und die Märkte der Income Gruppe. Das Angebot umfasst ein Vollsortiment an Obst und Gemüse, sowie Trocken- und Molkereiprodukte. Insgesamt wurden 354 Tonnen Obst und Gemüse (627.377,41€ Umsatz)

aus luxemburgischer Herkunft im Jahre 2010 umgesetzt. Der Gesamtumsatz betrug 12,5 Millionen Euro.

Die Aktivitäten von BIOGROS sind eingebunden in die OIKOPOLIS-Gruppe. Dort kooperiert der Großhändler eng mit der BIOG-Genossenschaft und mit NATURATA.

## 5.2. NATURATA der Einzelhandel

Die NATURATA Naturkost-Fachgeschäfte sind mittlerweile sehr bekannt in Luxemburg. Der erste Laden: NATURATA Rollingergrund eröffnete 1989. Das Sortiment umfasst neben dem Lebensmittelangebot auch Naturkosmetik und andere Non-Food-Artikel. Mittlerweile gibt es sieben NATURATA-Filialen im Land, weitere sollen folgen. NATURATA hat 2010 einem Umsatz von knapp 14,5 Millionen €.

Die Läden verkaufen nicht nur vom Großhändler angelieferte Produkte, sondern werden jeden Morgen frisch von den Bäckern aus der Region beliefert, die ihrerseits das Mehl von der BIOG beziehen. Außerdem finden Sie hier einige Produkte von luxemburgischen Herstellern, die direkt bezogen werden, so z.B. den Demeter-Honig von Michelle Collette, den BioLabel-Wein aus den Caves Beissel in Stadtbredimus, Wein aus den Caves Sonnen, Walnussöl von Andre Zewen und das Leindotteröl von Goedert. Luxemburgisches Bio-Fleisch wird mehrmals die Woche von der Metzgerei/Traiteur NIESSEN aus Troisvierges und von der Metzgerei WIETOR aus Beaufort unter dem Namen Bio-Maufel geliefert.



Der NATURATA-Laden  
in Munsbach

Andere luxemburgische Hoferzeugnisse, so die Salami vom Schanckhaff, die Salami vom Jacobshaff, die Highland Salami von der Toodermillen oder die eingemachte Wust von Tom Kass werden von der BIOG über den Großhändler BIOGROS bezogen.

Vor einigen Tagen hat der neue Online-Shop „Bio@Home“ seine virtuellen Türen geöffnet. NATURATA Bio@Home liefert Ihre Bestellung mit einem eigens dazu bestellten Fahrzeug an die Adresse Ihrer Wahl. Dieser Shop, wie auch die anderen NATURATA-Läden fördern bewusst:

- Beste Bio-Qualität
- Vorzug für regionale BIOG-Lebensmittel
- Das Vermarktungskonzept: Vom Bauern über die Vermarktungsbetriebe (BIOG/BIOGROS/NATURATA) zum Kunden
- Transparenz der Vermarktungswege

### **5.3 Faires Wirtschaften**

Faires Wirtschaften heißt die Teilhaber der Wertschöpfungskette versuchen gemeinsam und für jeden eine Win-Win Situation zu erzielen. In der Praxis heißt das: Produzent, Verarbeiter, Groß- und Einzelhändler und auch der Konsument legen in periodischen stattfindenden Marktgesprächen gemeinsam fest, wie die zu erwirtschafteten Margen optimal verteilt werden. Der Begriff „Faires Wirtschaften“ erhält hier konkrete Formen.

Diese Idee spiegelt sich auch in der Architektur des OIKOPOLIS-Gebäudes in Munsbach wieder, alle Betriebe arbeiten hier zusammen unter einem Dach. Der anthroposophische Architekt Winfried Reindl aus Karlsruhe hat die Spannung zwischen Produzent und Konsument in der Architektur des Bauprojektes umgesetzt, indem er zwei Gebäude gegenüberstellte. In dem einen befindet sich die Produktionsseite, BIOG und BIOGROS, in dem anderen der Fachhandel mit NATURATA Restaurant und Akzent über den der Konsument erreicht wird. Mit den aufeinander abgestimmten geschwungenen Fassaden der zwei Gebäude wird die Begegnung zwischen Produktion und Verbraucher als eine dynamische Angelegenheit dargestellt.

Das OIKOPOLIS-Zentrum gewann 2006 den Preis „Hëllef fir d`Natur“ (die BIOG hat diesen schon 1992 erhalten), sowie kurze Zeit später den „Prix spéciale – fonds nova naturstrom“

2007“ als Anerkennung für seine nachhaltige Gesamtausrichtung. In diesem Jahr erhielt die OIKOPOLIS-Gruppe den Nachhaltigkeitspreis „Green Business Award 2011“.



Das OIKOPOLIS-Gebäude in Munsbach.

Die geschwungene Form spiegelt die Begegnung zwischen der Produktion und dem Verbraucher. Entwickelt wurde es von einem anthroposophischen Architekten aus Karlsruhe: Winfried Reindl

## 6. Schlusswort

Mit der Abschaffung der Milchquotenregelung im Jahr 2015 und den dadurch bedingten immer schneller wachsenden Betrieben steht der luxemburgischen Landwirtschaft eine große Veränderung bevor. Viele Landwirte werden sicherlich mit dem Gedanken spielen auf biologische Landwirtschaft umzustellen, um ihrem Hof eine andere Perspektive zu geben.

Die BIOG-Genossenschaft und damit die gesamte OIKOPOLIS-Gruppe hat in den vergangenen Jahren neue Strukturen geschaffen, die ein Großteil der Vermarktung der biologischen Produkte in Luxemburg bewältigen könnte. Mit der neuen Halle für BIOGROS, dem Aufbau neuer Betriebszweige: 4<sup>ème</sup> Gamme und dem modernen Lieferservice Bio@Home sollte die Gruppe zukünftigen Anforderungen gerecht werden können.

Vielleicht kann die vom Landwirtschaftsministerium angepeilte biologische Anbaufläche von über 6000 Hektar doch schneller erreicht werden als erwartet.

Jeff WEYDERT

Änder SCHANCK