

## Eigenmarkenkonzepte: nachhaltig hohe Wertschöpfung

### ORGANIC DENMARK

>> **Private-Label-Produkte** setzen zunehmend auf das aktuelle, dominierende Thema Nachhaltigkeit im Lebensmittelsektor. Handelsunternehmen nutzen ihre Eigenmarken, um ihre Werte dem Verbraucher zu kommunizieren und sich im Wettbewerb zu differenzieren. Bieten die Produkte Mehrwerte, sind sie das beste Instrument der Kundenbindung. Voraussetzung ist, dass sie der Me-too-Produkt-Phase entwachsen und mindestens über einen gleich hohen Innovationsgrad wie nationale Marken verfügen. So verzeichnen Private Labels auch im Bio-Segment eine positive Entwicklung. In Dänemark, dem am weitesten entwickelten Biomarkt der Welt, haben Private Labels einen prominenten Platz im klassischen Lebensmittelhandel. Dort, wo die Dänen ihre täglichen Einkäufe erledigen, finden sie eine große Vielfalt an Bio-Produkten. Der Bio-Marktanteil stellt mit 12,8 Prozent weltweit den Spitzenplatz dar.

Da die Verbraucher Bio-Lebensmittel in immer mehr Produktkategorien fordern, entwickeln dänische Hersteller immer innovativere und neue Bio-Produkte. Der Trend geht in Richtung einer breiteren Auswahl und speziellerer Produkte, zum Beispiel pflanzlicher Lebensmittel für und in Snacks, Getränken, Süßwaren oder Eisvariationen. International Market Director Pernille Bundgård von Organic Denmark erklärt: „Um hoch entwickelte Bio-Produkte zu schaffen, müssen bereits gute Grundprodukte wie Mehl, Milch oder Obst verfügbar sein. Diese Basis hat Dänemark in den vergangenen 30 Jahren gelegt. Dadurch können dänische Unternehmen bereits einen Schritt weitergehen und Produkte in neuen Kategorien und für Nischen entwickeln. In Amsterdam (PLMA) wollen wir vorstellen, welche Konzepte geeignet sind, um hohe Wertschöpfung durch nachhaltige und biologische Produkte zu erzielen.“

>> [www.organicdenmark.com](http://www.organicdenmark.com)



Gute Basis: Land am Wasser und mit frischer Luft.

## Lernen von den Dänen DANISH AGRICULTURE

>> **Die Dänen** sind weltweit Vorreiter in puncto biologisch erzeugter Lebensmittel. Als erstes Land führten sie bereits 1989 ein Bio-Siegel ein und 1995 folgte das erste Bio-Aktionsprogramm der Welt.

Das Fundament für diesen Erfolg ist die langjährige Kooperationstradition der genossenschaftlich organisierten Land- und Ernährungswirtschaft, die heute unter dem Dach des Dänischen Fachverbands der Land- und Ernährungswirtschaft vereint ist.

Der Fachverband hat sich schon früh für die Bio-Branche eingesetzt. Die Kooperation im stark integrierten Produktionssystem liefert der Bio-Branche unter anderem Beratung und Information sowie Strategie-, Markt- und Absatzentwicklung. 2012 setzten die Dänen einen zweiten Meilenstein.

Als erstes Land setzte sich Dänemark das Ziel, in der öffentlichen Gemeinschaftsverpflegung einen Bio-Anteil von 60 Prozent zu erreichen. Die für die Umstellung sowie die Fachpersonalschulung notwendigen finanziellen Mittel wurden bereitgestellt. Die Schulungsmaßnahmen legen inzwischen auch deutlich mehr Fokus auf saisonale Rohwaren, Zubereitung aus frischen Zutaten, weniger Fleisch und Minimierung von Lebensmittelverschwendung.

Um den dänischen Verbrauchern in der Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie die notwendige Sicherheit und Wahlfreiheit zu geben, führte das Veterinär- und Lebensmitteldirektorat im Jahr 2009 ein dreistufiges Bio-Siegel für diesen Bereich ein. Bronze steht für einen Bio-Anteil von 30 bis 60 Prozent, Silber für 60 bis 90 Prozent und Gold für 90 bis 100 Prozent Bio.

In diesem Jahr hat der Dänische Fachverband der Land- und Ernährungswirtschaft in Zusammenarbeit mit a'verdis, einem deutschen Beratungsunternehmen für den Außer-Haus-Markt, zwei Bio-Trips im Königreich organisiert.

>> [www.agricultureandfood.dk](http://www.agricultureandfood.dk)



## VORSPRUNG DURCH VERTRAUEN

Nutzen Sie die Erfahrungen aus Dänemark:  
**Weltweit die Bio-Nation Nr. 1**

Hier finden Sie die innovativen Bio-Unternehmen:  
[www.organicdenmark.com](http://www.organicdenmark.com)

**ORGANIC IS PART  
OF THE SOLUTION**

