

Biowein

Wachstum ohne Trara



Vor einigen Jahren gab es kaum einen Trendmonitor, der ohne die Schlagworte Bio, Nachhaltigkeit oder LOHAS auskam. Mittlerweile ist es medial etwas ruhiger geworden. Dennoch oder gerade deshalb gehört der Biowein-Bereich zu den Geschäftsfeldern, in denen ausweislich von neueren Marktforschungsdaten in einzelnen Absatzkanälen noch ordentliches Wachstum erzielt werden kann.

Das Jahr 2014 hat nach offizieller Messung inzwischen das Jahr 2010 als das wärmste Jahr seit Beginn der Wettermessung abgelöst. Alle Top-10-Aspiranten der zehn global gesehen wärmsten Jahrgänge verteilen sich auf die Jahre zwischen 1997 und 2014. Angesichts solcher Trends sollte man meinen, dass sich die ökologisch denkenden Landwirtschaftsverbände und deren Mitglieder in ihrem Bemühen, nachhaltig und umweltverträglich zu produzieren, bestärkt sehen. Der Bundesumweltminister Christian Schmidt (CSU) unterstreicht in einer offiziellen Stellungnahme dabei sogar die besondere Verantwortung der Landwirte für Klima- und Umweltschutz: „Nur wenn wir nachhaltig mit unseren natürlichen Ressourcen umgehen,

kann gewährleistet werden, dass die Landwirtschaft auch noch in Zukunft hochwertige Lebensmittel produziert“, heißt es in einer Stellungnahme. Wer von ministerieller Prosa berauscht aber an nachprüfbar weniger Pestizide, weniger Antibiotika, weniger Futtermittelimporte aus Übersee, an mehr grüne Wiesen und weniger durch Chemikalien und Dünger belastetes Grundwasser denkt, liegt nach Ansicht des mit 5.700 Mitgliedsbetrieben und rund 277.000 ha Anbaufläche größten deutschen Bioanbauverbands Bioland aber falsch. „Allein in den zehn Jahren von 2002 bis 2013 stieg die Menge der Pestizide um rund ein Viertel – von 34.678 auf 43.765 Tonnen“, heißt es auf der Website des in Mainz beheimateten Verbands.

Für die Weinwirtschaft gibt es bei der Rebflächen-Umstellung auf Bio einen eindeutig positiven Trend. Aber das Wachstum hat in nur wenigen Gebieten eine relevante Größenordnung erreicht. Auf rund 7.200 ha ökologisch bewirtschaftete Rebfläche schätzt das DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück den derzeitigen Status quo in Deutschland. Die Millésime Bio addiert auf 7.400 ha. Dr. Randolph Kauer, Professor für Ökologischen Weinbau an der Hochschule Geisenheim University, schätzt, dass die ökologisch bearbeitete Fläche in Deutschland inzwischen auf 8.000 ha angewachsen sein müsse.

Klar ist aber: Rund 68% entfallen auf ein einziges Bundesland. Die Umwelt- und Weinbauministerin Ulrike Höfken (Bündnis 90/Grüne) nannte in ihrer Bilanz kürzlich „rund 4.900 ha“, die in Rheinland-Pfalz von Öko-Betrieben bewirtschaftet werden. Nach Höfken's Zählung ist die Öko-Rebfläche „in den vergangenen drei Jahren um 30% gewachsen“, nämlich von 3.650 auf 4.900 ha. Das klingt dynamisch. Korrekt wäre allerdings, dass sich damit die überproportionalen Zuwachsraten der Jahre 2006 bis 2008 (wo das Wachstum 50 bis 80% betrug) etwas abschwächen, das Wachstum aber doch bemerkenswert kräftig ausgefallen ist. Die Pressestelle des Ministeriums für Ländlichen Raum in Baden-Württemberg meldet 60% Flächenzuwachs im Zeitraum 2009 bis 2014. In Bayern soll das Wachstum im Zeitraum 2013/2014 3,4% betragen haben, Hessen geht von stabilen Zahlen aus. 1:1 vergleichbare Daten liegen derzeit nicht vor.

Das größte deutsche Anbaugebiet Rheinhessen steht aber nach allen Einschätzungen überdurchschnittlich da. Dort sind nicht nur 48,8% der deutschen Öko-Rebflächen beheimatet, auch der Rebflächen-Anteil von mindestens 9% und die Betriebsgrößen (mehr als 10 ha) liegen wohl

Biosupermärkte expandieren weiter

Name	Schwerpunkt	2010	2012	2013	2015
Denn's	Deutschland, Österreich	40	79	119	140
Alnatura	Deutschland, Schweiz	53	67	72	92
Bio Company	Berlin, Brandenburg, Hamburg, Sachsen	16	26	34	41
Basic	Deutschland, Österreich	26	26	27	32
Ebl	Nürnberg, Franken	16	19	21	23
Superbiomarkt	Münster, Osnabrück, NRW	15	16	19	22
Vollcorner	München	7	9	10	16
Aleco	Bremen, Niedersachsen	7	9	9	15
Naturgut	Stuttgart	6	8	8	11
Erdkorn	Norddeutschland	9	8	9	9
Temma	Deutschland	k.A.	3	4	9
Tagwerk	Bayern	k.A.	9	8	8
LPG Biomarkt	Berlin	5	6	6	7
Tjaden's Bio Frischmarkt	Hamburg	k.A.	k.A.	5	7
Landmann's	Bayern	5	6	6	6
Füllhorn	Karlsruhe	8	8	4	6
Erdi	Stuttgart	6	5	5	5
Terra Verde	Rhein-Main	k.A.	k.A.	2	4
Viv Biofrischmarkt	Berlin, Rostock	9	9	10	0
Gesamt		228	313	378	453

Quelle: eigene Erhebung aufgrund von Angaben auf den Webseiten der Unternehmen

weit über dem deutschen Durchschnitt. Auch die pfälzischen Kollegen reißen mit mehr als 1.800 ha und 7,9% des Rebflächenanteils den Durchschnitt nach oben. Die Kollegen in Baden, Württemberg, Franken oder Hessen lagen in der Vergangenheit bereits deutlich zurück.

Um Bio-Qualitäten nach dem EU-Bio-Standard zu produzieren, muss aber niemand Mitglied in einem Verband werden. Dennoch produziert eine Vielzahl von Winzern getreu den Regeln ihrer Weinbauverbände. Einschlägig im Weinbereich sind vor allem Ecovin, Bioland, Demeter und Naturland. Biokreis, Biopark, Ecoland, Gäa und Verbund Ökohöfe gel-

Quelle: Eigene Erhebungen/ DLR Oppenheim/Ertragsflächen laut DWI-Statistik 2014/2015

Bio regional

Anbauregion	Bio ha	Ertrags-rebfläche ha	Bio-Anteil %
Rheinhausen	2.315	25.701	9
Pfalz	1.800	22.725	7,9
Baden	k. A.	15.408	4,5
Württemberg	k. A.	11.180	k. A.
Mosel	436	8.529	5,1
Franken	301	6.100	4,9
Nahe	236	4.073	5,7
Rheingau	167	3.098	5,3
Saale-Unstrut	28	734	3,8
Ahr	26	550	4,7
Sachsen	10	488	2,0
Mittelrhein	7	454	1,5
Hess. Bergstraße	6	438	1,3

ten im Weinbau als die kleineren Verbände. Ecovin, dessen 246 Mitgliedsbetriebe allein 2.083 ha zertifizierte Weinberge bewirtschaften, verweist auf 183 ha (+9%) mehr Rebfläche als im Vorjahr, obwohl einige Mitglieder abgesprungen sind. Geschäftsführer Ralph Dejas erläutert dazu: „Wir haben etwas an Fläche zugelegt, aber vier Betriebe weniger als im Jahr zuvor. Das liegt daran, dass wir Kündigungen von eher kleineren Nebenerwerbsbetrieben hatten und Neuanmeldungen von größeren Selbstvermarktern.“

Damit bewegt sich der bedeutende Biomarkt Deutschland im internationalen Bereich nicht weit vorne: Weder in abso-

Interview

„Wächter über den Stil des Hauses“

Peter Riegel, ehemaliger Politik-, Literatur- und Geschichtsstudent, startete als alternativer Einzelhändler, sattelte dann um. Sein Unternehmen feiert in diesem Jahr das 30-jährige Firmenjubiläum und gilt mit mehr als 12 Mio. Flaschen Absatz und mehr als 30 Mio. Euro Umsatz als Marktführer im Bioweinbereich.

Wer wie Sie 30 Jahre dabei ist, kann vergleichen: Was hat sich in den letzten Jahren im Biowein-Bereich am stärksten verändert?

Ich würde sagen, das Tempo der Veränderungen hat zugenommen. 20 Jahre lang waren die Veränderungen gemächlich, denn alles fand in einer Nische statt, für die sich nur wenige Marktteilnehmer interessiert haben. Biowein ist aber inzwischen auch für ganz normale Weinhändler, große und kleine, interessant geworden. Jetzt hat der Markt eine ganz ähnliche Entwicklung wie der normale Weinmarkt genommen.

Das klingt etwas ernüchtert. Was ist denn heute noch anders im Bio-Bereich?

Zum Beispiel wie sich ein Jahresgespräch anfühlt. Da spricht man noch als Mensch zu Mensch, obwohl auch da die divergierenden Interessen deutlich angesprochen werden. Und es ist etwas mehr Platz für Individualität vorhanden. Da ist ein breiteres Spektrum an Weinen erlaubt. Jahrgänge dürfen mehr Eigenheiten haben, da würden dem Wiederverkäufer im Handel normalerweise die Ohren langgezogen werden.

Welche Herkünfte haben sich bei Ihnen im Portfolio gut entwickelt? Oder sind das eher Produzenten-Trends?

Bis vor etwa einem Jahr war Spanien der große Gewinner und Frankreich der große Verlierer. Bei uns war Deutschland auch eher ein Gewinner. Das ist Trend, aber das hat auch damit zu tun, dass wir uns als Importeur relativ spät auf die deutschen Winzer besonnen haben. Prozentual hatte Deutschland zuletzt die größten Wachstumszahlen, aber Spanien hat mit Abstand die größte Marktbedeutung, vor Italien und Frankreich und Deutschland: 34% Spanien, 26% Italien, 18% Frankreich, Deutschland macht vielleicht 10 bis 11%. Deutschland liegt beim Wert sicherlich höher als beim Absatz.

Ist Spanien immer noch die günstigste Herkunft bei Bioweinen?

Bei uns schon, im Discount ist aber Italien die billigste Herkunft. Bei Netto liegt ein Biowein bei 1,69 Euro, der zumindest von einer italienischen Firma verkauft worden ist.

In den vergangenen Jahren vermindern wir zwei Trends bei Riegel beobachtet zu haben: Push der Eigenmarken und natürlich das eigene Weingut. Hat sich Ihr Blick aufs Weinbusiness durch das Weingut noch einmal verändert?

Hm. Ja, glaube schon. Erst einmal hat es sich im täglichen Arbeitsablauf einen Stellenwert erobert. Im alltäglichen Geschäft, etwa mit



Firmenfoto

unseren Lieferanten, hat sich wenig verändert. Sicher macht man mit der Mütze des Produzenten auf dem Kopf Erfahrungen, die man vorher nicht gemacht hat. Das eine oder andere Problem sieht man mit anderen Augen. Im eigentlichen Handel mit Wein ändert das wenig. Die Latte lag von Anfang an hoch, wenn man Winzern jahrelang gesagt hat, dass sie gute und bessere Weine produzieren sollen, und dann sagt: Hier, probier mal, das ist mein eigener Wein. Das geht gar nicht. Aber das Risiko ist relativ gering mit Jean Natoli als Partner. Da brennt nichts an, und wenn ein Fass mal nicht so toll ist, dann geht das in den einfachen Landwein, der auch schon recht ordentlich ist. Jean geht es genauso. Er betreut 300 Betriebe in Südf Frankreich, auch viele mit großem Namen. Das wäre also eine ganz schlechte Werbung für ihn.

Zweiter Aspekt: Eigenmarken. Stimmt unser Eindruck, dass Riegel inzwischen mehr und mit mehr Freude am Detail an den Eigenmarken feilt?

Ich glaube, wir gehen professioneller damit um, und der Markt hat sich ein bisschen ge-

luten Zahlen noch in prozentualen Anteil stechen deutsche Winzer weit heraus. Traditionell gilt Österreich als das Land mit engagierten Bioproduzenten und dem relativ höchsten Anteil an Bioproduzenten. Nach absoluten Zahlen sind es aber vor allem drei Länder, die drei Viertel der weltweiten Bio-Rebflächen ausweisen: Spanien, Frankreich und Italien.

In den vergangenen Jahren lagen die in Statistiken erfassten Wachstumstrends für Bioweine in Deutschland immer deutlich höher als für konventionell erzeugte Weine. Auch im vergangenen Jahr verzeichnete Biowein im deutschen Lebensmittel Einzelhandel ein deutliches Umsatz-

Anteile

Land	Anteil
Österreich	9,7%
Frankreich	8,5%
Spanien	8,4%
Italien	7,9%
Deutschland	7,4%
weltweit	3,6%

Quelle: Millésime Bio 2015

und Absatzplus. Dies geht aus den Marktforschungsdaten von Nielsen hervor. Beim Umsatz erfassten die Nielsen-Marktbeobachter mit 50,019 Mio. Euro ein Plus von 8,7% gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz stieg dabei von 45,387 Mio. Euro (2012) über 45,997 Mio. Euro (2013) auf den jetzigen Höchststand. Die Absatzentwicklung ist mit 5,9% Zuwachs von

Flächen

Land	Bio-Rebfläche ha
Spanien	81.262
Frankreich	64.610
Italien	57.347
USA	15.647
Deutschland	7.400
Argentinien	5.349
Griechenland	4.997
Chile	4.592
Portugal	2.523
Neuseeland	2.500

Quelle: Millésime Bio 2015

15,697 Mio. Flaschen (2013) auf 16,619 Mio. Flaschen (2014) zwar ebenfalls deutlich positiv, aber das Absatzniveau lag 2012 mit 16,774 Mio. Flaschen sogar schon mal einen Tick höher.

Interview

wandelt, lässt mehr Marke zu. Das musste früher ziemlich exakt nach Weingut und Erzeuger aussehen. Es gibt heute Marken, auf die die Leute abfahren und sagen, prima, der schmeckt doch gut und lässt sich gut verkaufen. Das können wir offensiver und plakativ gestalten. Dafür gehe ich übrigens gerne nach England und beobachte den Markt.

Sind Carbon Footprint, Food Miles und Mehrweg sterbende Themen?

Mehrweg ist ein ziemlich zäher Kranker. Mehrweg hat für uns immer noch das gleiche Niveau, aber man muss mehr dafür arbeiten als für Wegwerf-Flaschen. Auch bei filialisierten Kunden wie Basic oder Alnatura setzen wir uns dafür ein, dass die dafür noch Platz lassen. Wir liefern relativ stur 1,5 bis 2 Mio. Flaschen, da hat sich nicht viel verändert. Carbon Footprint etc. spielt hingegen keine große Rolle.

Geben Sie heute mehr oder weniger Geld für Qualitätssicherung aus als früher?

Wir geben heute mehr aus, und bei den Kunden ist das sehr unterschiedlich. Ich glaube, wir machen heute Geschäfte, weil wir Qualitätsmanagement machen und es eben nicht jeder so macht. Gerade große Kunden erwarten Standards und schreiben uns die auch vor. Wir sind IFS-zertifiziert, schon seit einigen Jahren. Viele sagen uns, IFS ist uns eigentlich wurscht, aber wenn ihr es habt, ist das gut, dann wissen wir, dass ihr da gut organisiert seid, und müssen das nicht überprüfen oder eigene Standards definieren. Je mehr man mit Kunden aber über gute Weine spricht, desto weniger spielt das eine Rolle. Ich erinnere mich an Diskussionen mit den

Vinum-Bonum-Kollegen, als wir ein gemeinsames Qualitätsmanagement aufbauen und eigene Standards für Vinum-Bonum-Weine etablieren wollten. Das ist daran gescheitert, dass die Leute, die die besten Weine verkaufen, gesagt haben, dass sie nicht ihrem Kultwinzer XYZ sagen können, dass sein Wein durch eine Blindprobe bei deutschen Weinhändlern durch muss. Dieser Teil des Marktes tickt ganz anders.

Wenn ich Sie richtig verstehe, dann spielen die üblichen Bio-Siegel allerdings auch keine große Rolle bei der Qualitätsanmutung?

Im klassischen Bioweinbereich hat Verbandsware schon einen Stellenwert. Demeter mehr noch als die anderen, aber der große Handelseinkäufer will nicht wirklich viel mehr bezahlen, nur weil es Verbandsware ist. Aber wenn ich ihm zu gleichem Preis und Qualität die Verbandsware anbieten kann, dann wird er die bevorzugen. EU-Bio wird als absoluter Minimalstandard angesehen, was wahrscheinlich auch korrekt ist, aber wenn man ihm den Standard darüber hinaus anbieten kann, wird das schon als Qualität angesehen. Demeter kriegt die beste Einschätzung – was ich persönlich beim Wein nicht automatisch richtig finde. Vielleicht ist Ecovin eher noch qualitativ hoch einzuschätzen. Aber ein Siegel hilft.

Welche Ziele haben Sie sich persönlich noch gesetzt?

Wir haben in der Familie besprochen, dass das ein Familienunternehmen bleiben soll. Es gehört mir noch allein, und es gibt einen Zeitplan, in dem ich den Betrieb übergeben

will. Ziel ist, ein gesundes Unternehmen zu übergeben. Deshalb habe ich in den vergangenen Jahren, die recht gut gelaufen sind, relativ viele Rücklagen gebildet und den Kapitalstock aufgebaut. Ich bin jemand, der auch mit vielen Schulden immer gut schlafen konnte, aber das möchte ich meinem Nachfolger nicht zumuten. Ich bringe also noch ein bisschen Ordnung rein, damit die das nicht als Bürde empfinden, den Laden übernehmen zu müssen. Wir wollen eine neue Logistik bauen, haben schon ein Grundstück dafür. Das wird in diesem Jahr auf den Weg gebracht.

Im welchen Stadium der Übergabe befinden Sie sich?

Ich bin momentan noch der einzige Geschäftsführer, entscheide aber längst nicht mehr alles allein. Ich hatte mal gesundheitlich ernsthafte Probleme und bin bewusst ein halbes Jahr nicht in die Firma gegangen. Ich habe gesagt, die Firma muss jetzt lernen, auch ohne mich klarzukommen. Das praktiziere ich immer noch sehr stur. Mein Sohn ist mit eingestiegen. Der Felix leitet offiziell den Innendienst, ist für große Kunden verantwortlich, kümmert sich um die Kooperationen mit Mack & Schühle. Wenn ich verreise, muss die Firma trotzdem funktionieren. Ich bin nicht immer präsent. Die Mitarbeiter, die es hier langfristig aushalten, die bleiben auch deshalb gerne hier, weil sie Lust haben, eigenverantwortlich zu arbeiten. Ich betrachte mich jetzt eher als Wächter über den Stil des Hauses und nicht als denjenigen, der überall mitmacht.

Vielen Dank für das Gespräch.

Discounter sind Schrittmacher beim Biowein

Größter Absatzkanal für Bioweine im Lebensmittelhandel ist eindeutig die Discounter-Schiene. Mit 63,5% Absatzanteil und 52,5% Umsatzanteil liegen die Discounter deutlich vor den großen Verbrauchermärkten (24% Absatzanteil, 31,5% Umsatzanteil) und den kleineren Supermärkten (13,3% Umsatzanteil, 10,2 % Absatzanteil). Schlusslicht in dieser Auf-

Quelle: Nielsen LEH + DM

	Umsatz in 1.000 Euro			Absatz konv. in 1.000 Flaschen		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
LEH+DM	45.387	45.997	50.019	16.774	15.697	16.619
Discounter gesamt	23.310	23.028	26.256	10.889	9.789	10.561
VM ges.	14.455	15.135	15.771	3.815	3.847	3.981
SM ges.	6.364	6.541	6.672	1.702	1.693	1.706
Drogeriemärkte	1.259	1.294	1.320	368	368	371

satzmonitor eingeschätzt werden. Dieser basiert auf Umsatzdaten der im BNN organisierten Großhandelsunternehmen. In den ersten drei Quartalen 2014 erzielte dieser Untersuchung zufolge der Naturkostgroßhandel erneut einen deutlichen Umsatzzuwachs von 8%. Dabei schnitt der Bereich „Frisch“ mit +5,6% (auf 635 Mio. Euro) deutlich schlechter ab als die „Trockenwaren“, die mit +13% (auf 381

Schwelle von 30 Mio. Euro Umsatz und durchbrach dabei auch die Marke von 12 Mio. Flaschen beim Absatz.

Großer Wachstumstreiber in diesem Marktsegment ist der filialisierte Biosupermarkt. Kaum eines der Top-10-Unternehmen hat keine Neueröffnungen zu verzeichnen, kaum eines der Unternehmen verzichtet beim Webauftritt auf einen Punkt namens „Expansion“. Die meisten



ERFOLG IST DA, WO DAS LEBEN SPIELT!

Holen Sie sich die Nr. 1 in Ihr Weinregal.*

* Nr. 1 nach Umsatz im Segment „Spanischer Wein“. IRI, Handelspanel LEH Total + DM, Umsatz, 2014.

schlüsselung sind die Drogeriemärkte, die auf 2,2 % Absatzanteil und 2,6% Umsatzanteil kommen. Aber selbst prozentual lässt sich das Wachstum im Biobereich eindeutig lokalisieren. Bei Drogeriemärkten ist 0,8% Absatzwachstum zu beobachten, Supermärkte liefern 0,8% Wachstum dazu und die großen Verbrauchermärkte steuern immerhin 3,8% Absatzplus bei. Die Discounter sind also mit +5,9% Absatz- und 8,7% Umsatzwachstum klarerweise die Wachstumstreiber.

Der Bereich Naturkosthandel kann nur durch den im Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) erfassten BNN-Um-

Mio. Euro) zweistellig zulegen konnten. Wein wird bei solchen Erhebungen dem Bereich „Trockenware“ zugeordnet. Selbst im schwächsten Monat des Jahres 2014 fiel der Zuwachs im Trockenbereich nur im April mit +9,5% ein einziges Mal nicht zweistellig aus. Konkrete Zahlen für die Produktgruppe Wein lassen sich daraus nicht ableiten. Aber ein Blick auf die Zahlen des Marktführers Peter Riegel, der nach wie vor große Teile seines Umsatzes im Naturkosthandel erzielt, bestätigt die positive Tendenz in diesem Segment. Riegel konnte im vergangenen Jahr ein Plus von 6% erzielen, überschritt erstmals die

suchen dezidiert nach Handelsimmobilien. Gegenüber der redaktionellen Erhebung 2010 fällt auf, dass die großen Biosupermärkte eindeutig die Plätze getauscht haben. Denn's liegt inzwischen mit großem Abstand vor Alnatura und den auf Platz 4 abgerutschten Basic-Märkten. Dahinter steht eine ganze Reihe von regional sehr stark aufgestellten Playern, die aber langsam aus ihren Regionen herauswachsen. Als Faustregel lässt sich festhalten: Insgesamt hat sich die Anzahl der Märkte der filialisierten Biosupermärkte von 228 auf 453 seit 2010 verdoppelt.

Jan Bertram