

Welche Herausforderungen stehen derzeit im Biolandbau an?

Reinhard Verdorfer, Geschäftsführer Bioland Südtirol
29.11.2022, Eurac

The Bioland logo is a green square with the word "Bioland" written in white, bold, sans-serif font.

Bioland



Die Wurzeln Des Biolandbaus



Hans und Maria Müller



Lady Eve Balfour

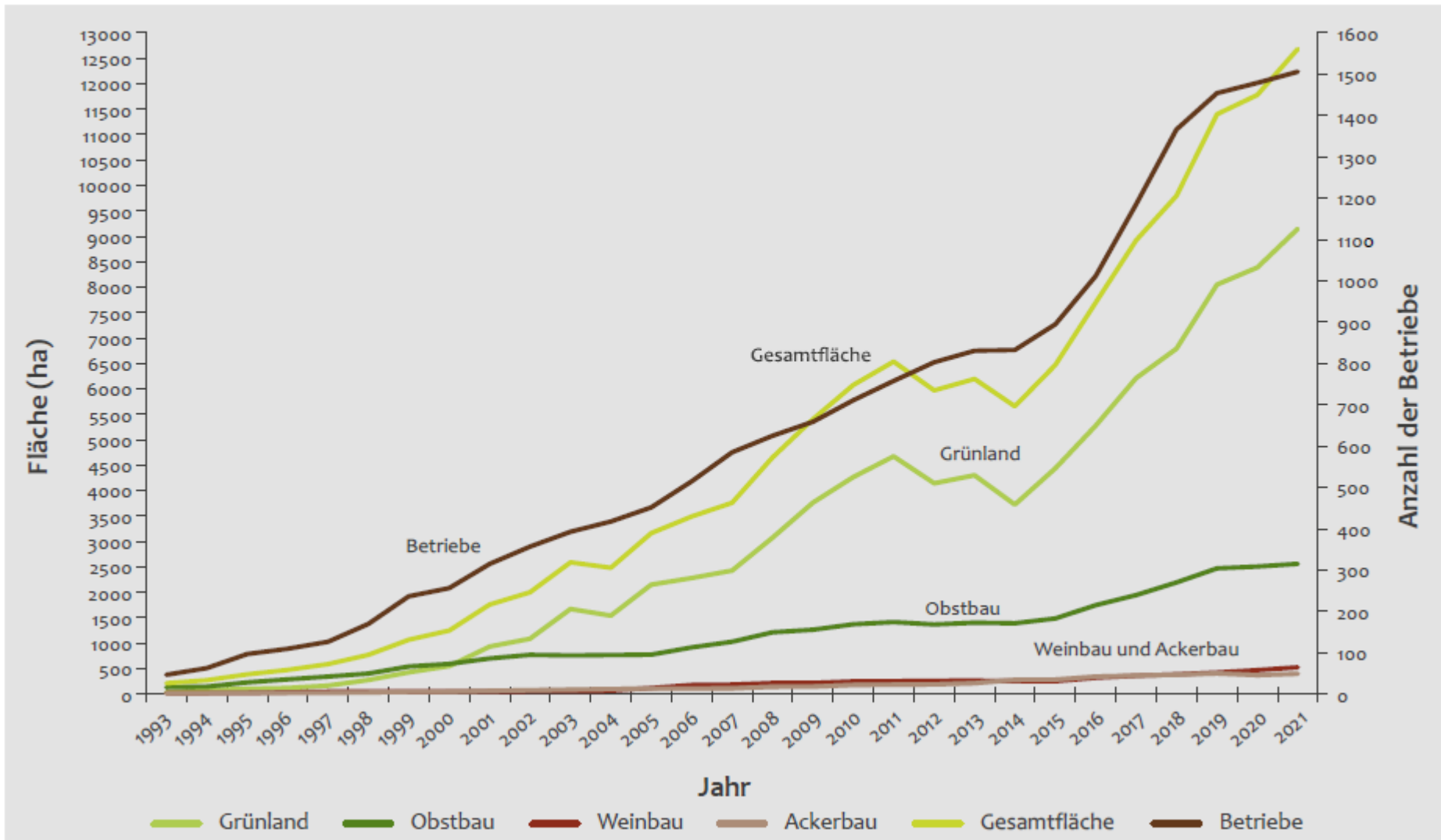
(1. Agraringeneurin Englands und Gründerin Soil Association)

Frauen, die den Biolandbau in Südtirol voran gebracht haben

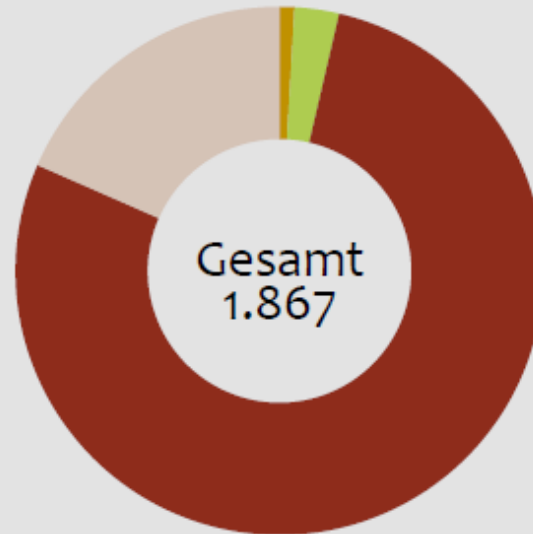
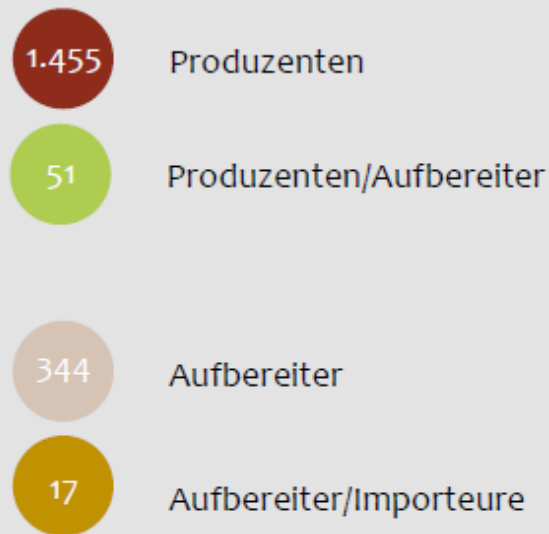


- Waltraud Schwienbacher
- Sabine Schrott
- Margareth Hofer Vanzetta
- Jutta Staffler
- Gerda Wellenzohn
- Jutta Tappeiner
- Petra Tappeiner
- Elda Mayr-Nusser
- Julia Fischer
- Nathalie Bellutti
- Anja Matscher

Entwicklung der ökologisch bewirtschafteten Fläche insgesamt sowie getrennt nach Kulturart und Anzahl der Betriebe in Südtirol von 1993 bis 2021 in Südtirol.



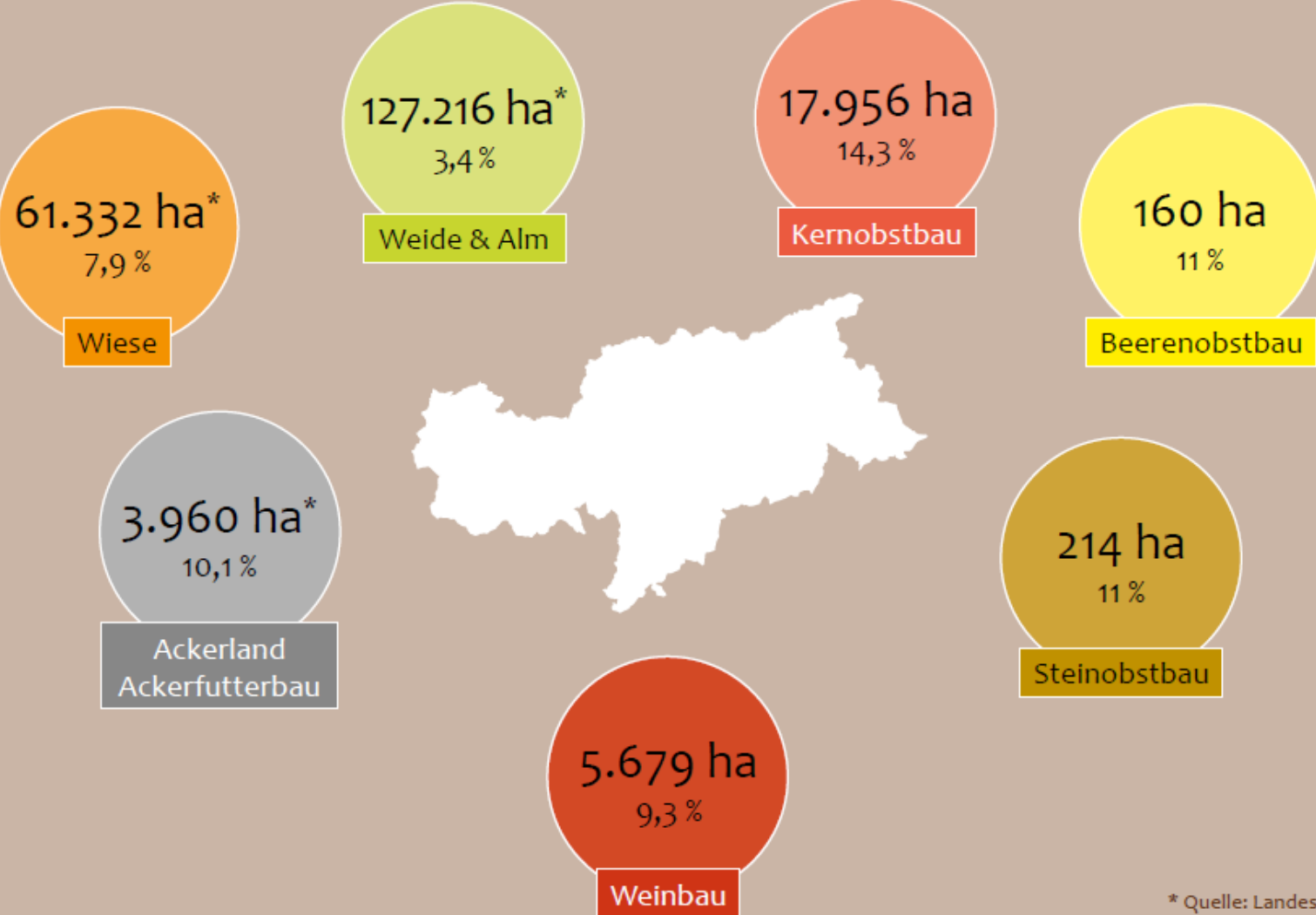
Anzahl der Betriebe



Ökologisch wirtschaftende landwirtschaftliche Betriebe in Südtirol (Stand 31. Dezember 2021)

Ökologisch wirtschaftende landwirtschaftliche Betriebe	1457
Gemischte Betriebe (mit konventionellen Kulturen)	49
Insgesamt	1506

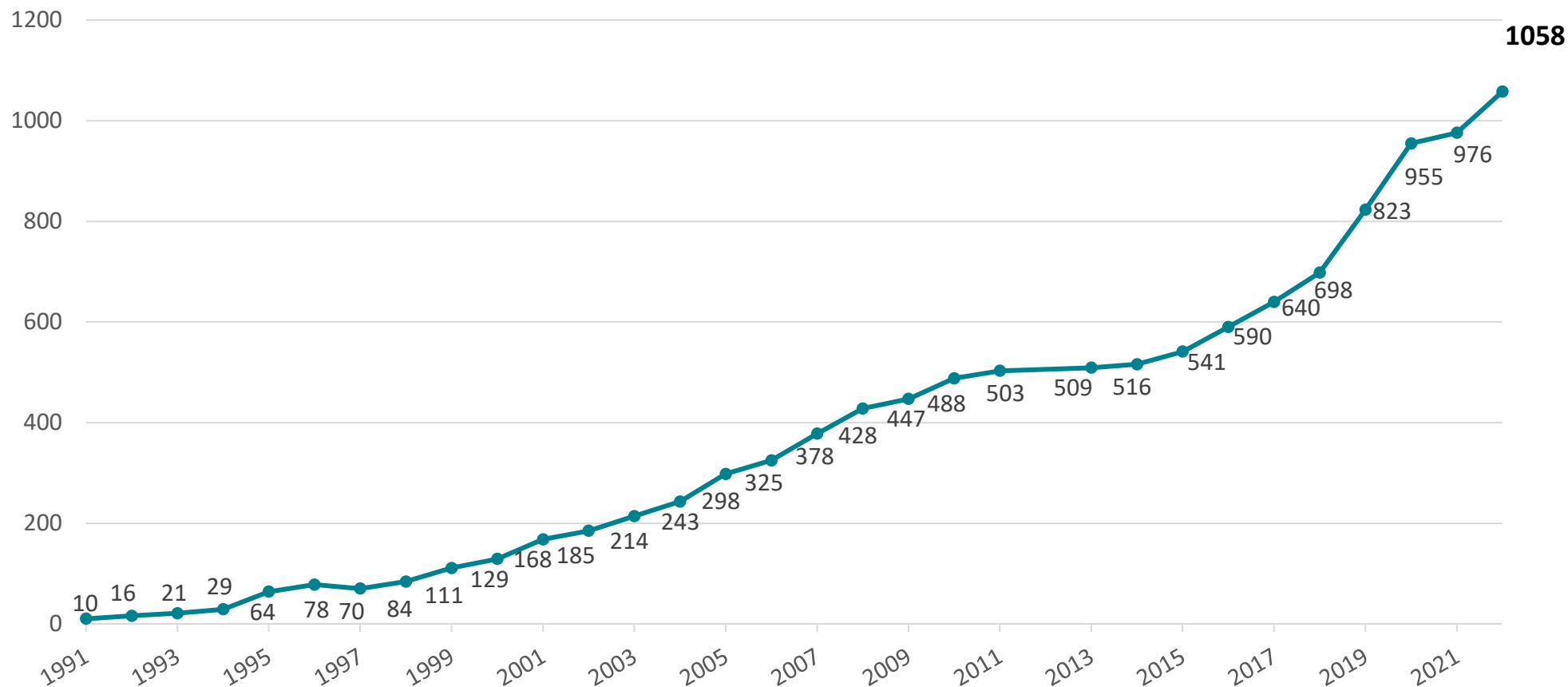
Flächenanteile der Kulturarten im Jahr 2021 in Südtirol und Prozentanteile der ökologisch bewirtschafteten Flächen.



* Quelle: Landesverzeichnis der landwirtschaftlichen Betriebe (APIA)

Bioland Verband Südtirol

Mitglieder von 1991 bis Oktober 2022



Entwicklungen bei Bioland Südtirol 2022



- Zuwachs durch zwei neue Genossenschaften:
BRIMI und Bio Meran

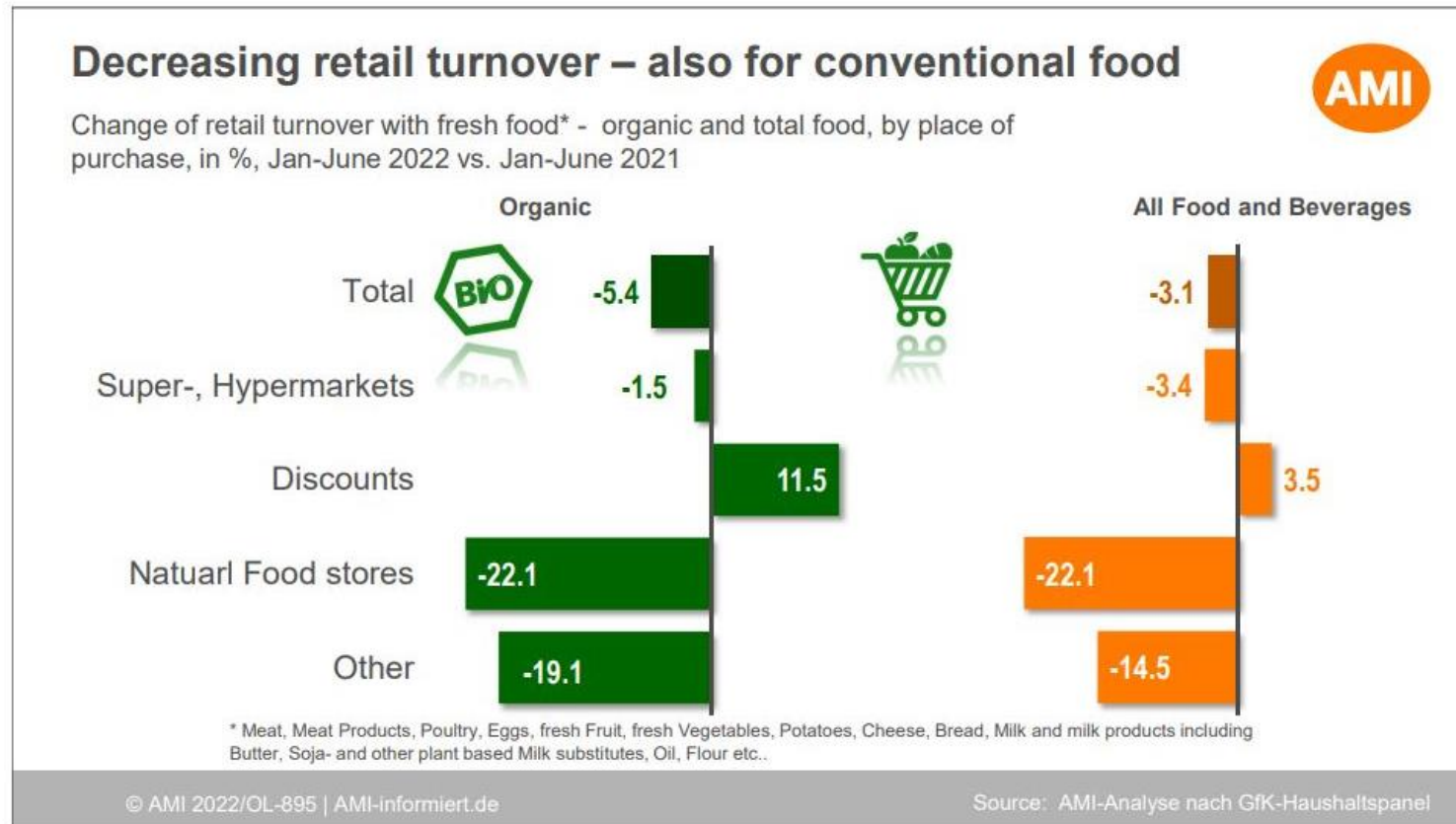


- Treiber 2022: Umstellung EU-Bio auf Bioland
- Umstellung von konventionell auf bio stagniert
Bioland 30 Neuzugängen bei ca. 30 Kündigungen 2022

Herausforderung: Bio ist zu teuer

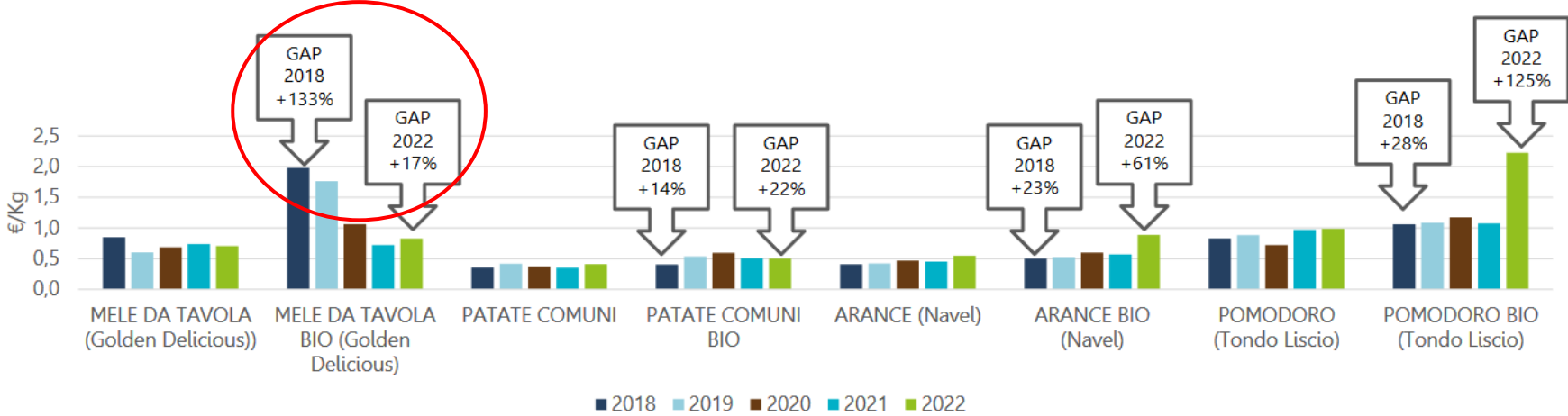
Herausforderung 1: Bio ist zu teuer

- Inflation auf Bio-Produkte geringer, als auf konventionelle Produkte
- Marktrückgänge in Deutschland v.a. im Fachhandel



Prezzi all'origine

Ortive e fruttiferi



• Meno marcata e trasversale la riduzione di margine tra prezzi all'origine bio e convenzionale nel comparto ortofrutta



Fonte: Rete rilevazione prezzi Ismea

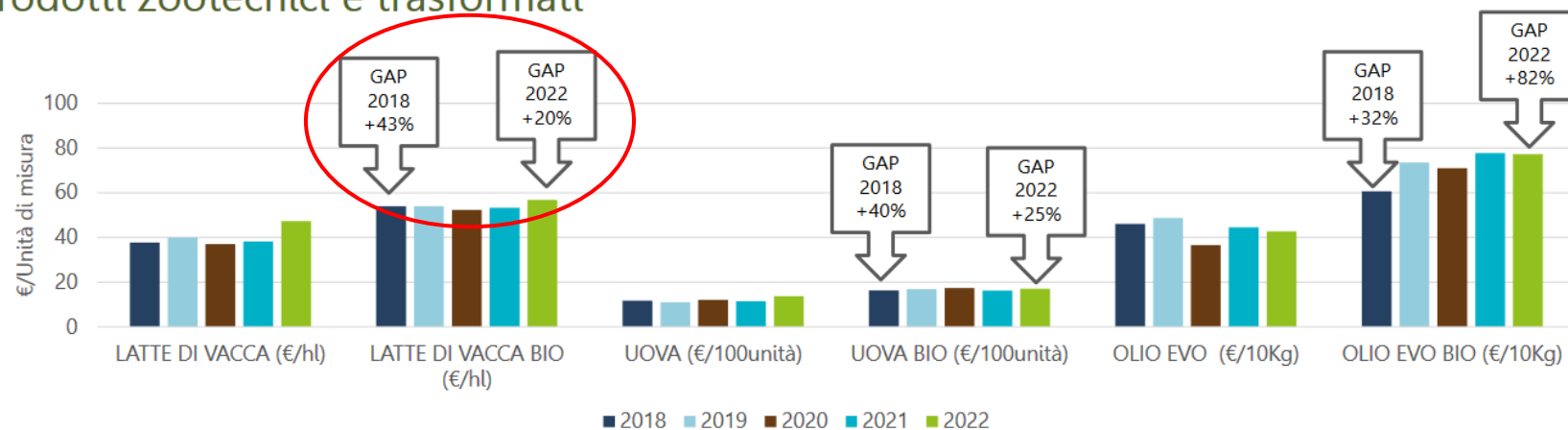


rivoluzionebio.it

■ Konventionelle Preise und Bio Preise nähern sich an

Prezzi all'origine

Prodotti zootecnici e trasformati



- Si riduce la marginalità del bio nei prodotti agricoli zootecnici e trasformati (*eccezione per l'Olio*)
- I prezzi bio di questi prodotti crescono meno di quanto osservato nelle colture vegetali



Fonte: Rete rilevazione prezzi Ismea

rivoluzionebio.it

NOMISMA per SANA 2022

LE DIMENSIONI DEL MERCATO BIO

(VENDITE 2022, ANNO TERMINANTE LUGLIO)



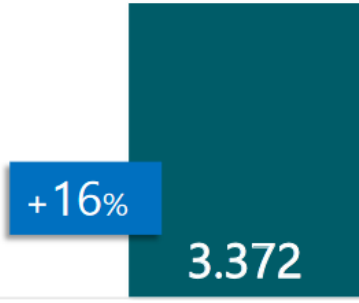
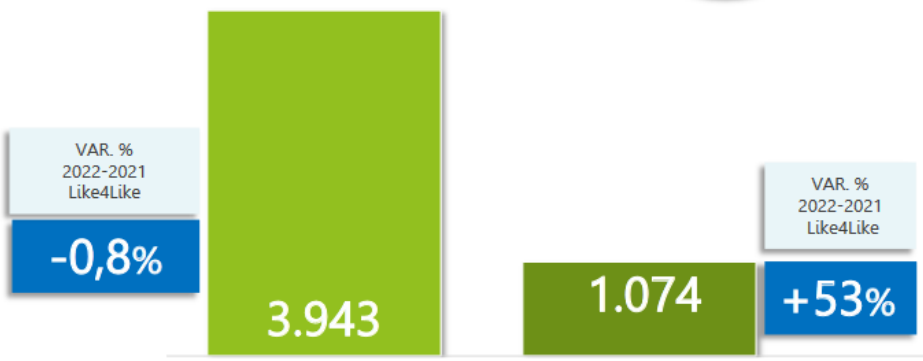
VENDITE BIO MKT ITALIA
5.017. mln €

+131%
Var. % L4L
2022-2012



EXPORT BIO MADE IN ITALY
3.372 mln €

+181%
Var. %
2022-2012



PERIMETRO:

- * Incluso
- Freschissimo
- E-Commerce



Ristorazione collettiva + Ristorazione Commerciale (ristoranti specializzati bio, ristoranti e bar «generalisti» + agriturismi, altri pubblici esercizi)



Fonte: Osservatorio SANA-Nomisma – elaborazioni su dati NIELSEN, AssoBio, Ismea, Survey Imprese NOMISMA per ICE-Piattaforma ITA.BIO www.ita.bio

rivoluzionebio.it

2

Herausforderung: Nachhaltige
Landwirtschaft ist besser als Biolandbau

Herausforderung 2: Nachhaltige Landwirtschaft ist besser als Biolandbau

- Biolandbau hat keine Rolle/ eine zu schwache Rolle innerhab der Nachhaltigkeitsdiskussion
- Fakt ist: Bio ist die Speerspitze der Nachhaltigkeitsbewegung

Thünen Institut:
Die Leistungen des Ökolandbaus

Leistungsbereich	Indikator	In Studien gewählte Bezugsgröße	Anzahl Studien	Anzahl Vergleichspaare	Bewertung der gesellschaftlichen Leistung auf der Basis einer						
					quantitativen Auswertung der Literaturergebnisse			qualitativen Auswertung der Literaturergebnisse			
					1	2	3	1	2	3	
Wasser	Nitrat	Fläche	71	202	1	2	3	1	2	3	
	Nitrat	Ertrag	8	24	1	2	3	1	2	3	
	PSM	Fläche	12	66	1	2	3	1	2	3	
	TAM	Fläche	-	-	1	2	3	1	2	3	
	Phosphor	Fläche	-	-	1	2	3	1	2	3	
Boden	Regenwürmer	Abundanz	Fläche	21	64	1	2	3	1	2	3
		Biomasse	Fläche	17	93	1	2	3	1	2	3
		Bodenacidität	Fläche	30	71	1	2	3	1	2	3
		Phosphor	Fläche	14	65	1	2	3	1	2	3
		Eindringwiderstand	Fläche	4	44	1	2	3	1	2	3
	Biodiversität	Flora	Artenzahl	Fläche	42	128	1	2	3	1	2
		Abundanz	Fläche	8	19	1	2	3	1	2	3
Fauna		Artenzahl	Fläche	31	67	1	2	3	1	2	3
		Abundanz	Fläche	28	98	1	2	3	1	2	3
Klimaschutz		SOC-Gehalt	Fläche	103	270	1	2	3	1	2	3
		SOC-Vorrat	Fläche	52	131	1	2	3	1	2	3
	Boden / Pflanze	C-Speicherung	Fläche	17	41	1	2	3	1	2	3
		N ₂ O-Emissionen	Fläche	13	35	1	2	3	1	2	3
		CH ₄ -Emissionen	Fläche	3	6	1	2	3	1	2	3
		THG-Gesamt	Ertrag	-	-	1	2	3	1	2	3
	Milchkühe	CH ₄ -Emissionen	Ertrag	-	-	1	2	3	1	2	3
Klima-anpassung		THG-Gesamt	Ertrag	-	-	1	2	3	1	2	3
		Fruchtfolgeeffekte (C-Faktor)	Fläche	3	5	1	2	3	1	2	3
		Anteil organischer Substanz	Fläche	24	72	1	2	3	1	2	3
		Aggregatstabilität	Fläche	22	76	1	2	3	1	2	3
		Trockenraumdichte	Fläche	13	30	1	2	3	1	2	3
		Infiltration	Fläche	11	28	1	2	3	1	2	3
		Oberflächenabfluss	Fläche	9	22	1	2	3	1	2	3
Ressourcen-effizienz		Bodenabtrag	Fläche	16	45	1	2	3	1	2	3
		N-Input	Fläche	38	113	1	2	3	1	2	3
		N-Effizienz	Ertrag	38	113	1	2	3	1	2	3
		N-Saldo	Fläche	36	114	1	2	3	1	2	3
		Energieinput	Fläche	55	141	1	2	3	1	2	3
		Energieeffizienz	Ertrag	37	105	1	2	3	1	2	3
Tierwohl	Milchkühe	Tiergesundheit	Herde	46	286	1	2	3	1	2	3
		Tierverhalten	Herde	3	10	1	2	3	1	2	3
		Emotionen	Herde	1	3	1	2	3	1	2	3
	Schweine	Tiergesundheit	Herde	8	51	1	2	3	1	2	3
		Tierverhalten	Herde	2	2	1	2	3	1	2	3
		Emotionen	Herde	-	-	1	2	3	1	2	3
	Geflügel	Tiergesundheit	Herde	6	28	1	2	3	1	2	3
		Tierverhalten	Herde	2	4	1	2	3	1	2	3
		Emotionen	Herde	3	5	1	2	3	1	2	3

■ Ökolandbau erbringt eindeutig höhere Leistungen
■ Ökolandbau erbringt eindeutig vergleichbare Leistungen
■ Ökolandbau erbringt eindeutig niedrigere Leistungen
■ Ökolandbau erbringt erwartbar höhere Leistungen
■ Ökolandbau erbringt erwartbar vergleichbare Leistungen
■ Ökolandbau erbringt erwartbar niedrigere Leistungen

Nachhaltige Landwirtschaft als "die bessere Landwirtschaft"

- Co2 neutrale Milch, vegane Milch, Milch aus artgerechter Tierhaltung





3

Herausforderung: Bio braucht ein politisches Konzept und Marktzugänge

Herausforderung 3: Bio braucht ein politisches Konzept und Marktzugänge

- Privater Konsum
- Außer Haus Verzehr
- Bio Regionen
- Sensibilisierung in Schulen
- Besteuerung von Lebensmitteln an ökologischem Mehrwert knüpfen?
- Logistik Bio muss aufgebaut und Unterstützt werden
- Konzepte, Finanzierungen und Möglichkeiten der Umsetzung von Projekten
- Bio muss für Kleinbetriebe im Alpenraum interessant werden (Entbürokratisierung, Kontrollkostenförderung usw.)

Agronomische Herausforderungen



Gentechnik und Koexistenz



Bio Saatgut und Bio-Pflanzgut

Die Vision der EU

- 25% Bio bis 2030

2030 Targets for sustainable food production

PESTICIDES



Reduce the overall use and risk of chemical and hazardous pesticides

NUTRIENT LOSSES



Reduce nutrient losses by 50% whilst retaining soil fertility, resulting in 20% less fertilisers

ANTIMICROBIALS



Reduce sales of antimicrobials for farmed animals and aquaculture

ORGANIC FARMING



Increase the percentage of organically farmed land in the EU

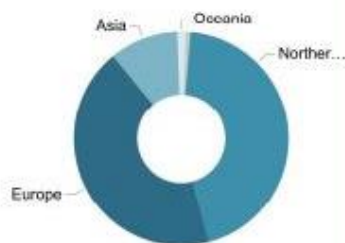
#EUFarm2Fork #EUGreenDeal

Bio Konsum in Europa

EUROPE: ORGANIC RETAIL SALES 2020



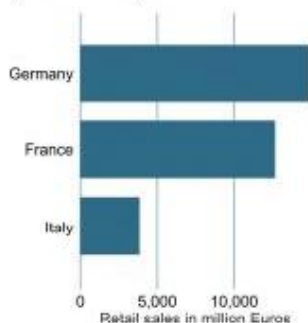
By region, North America had the lead with 53.7 billion (bn) €, followed by Europe (52.0 billion €) and Asia (12.5 billion €),



Distribution of retail sales by region 2020.



The European countries with the largest markets for organic food were Germany (15 billion €), France (12.7 billion €), Italy (3.9 billion €) and Switzerland (3.6 billion €).



The 3 countries with the largest markets for organic food in 2020.



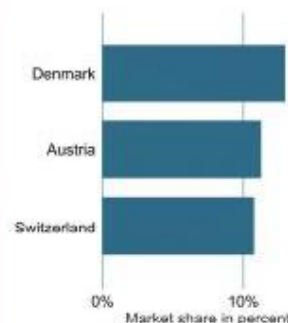
Switzerland had the highest per capita consumption worldwide, followed by Denmark, Luxembourg, Austria and Sweden.



Top 3 countries with the highest per capita consumption 2020.

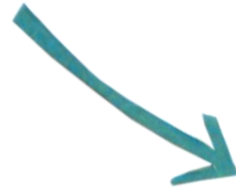
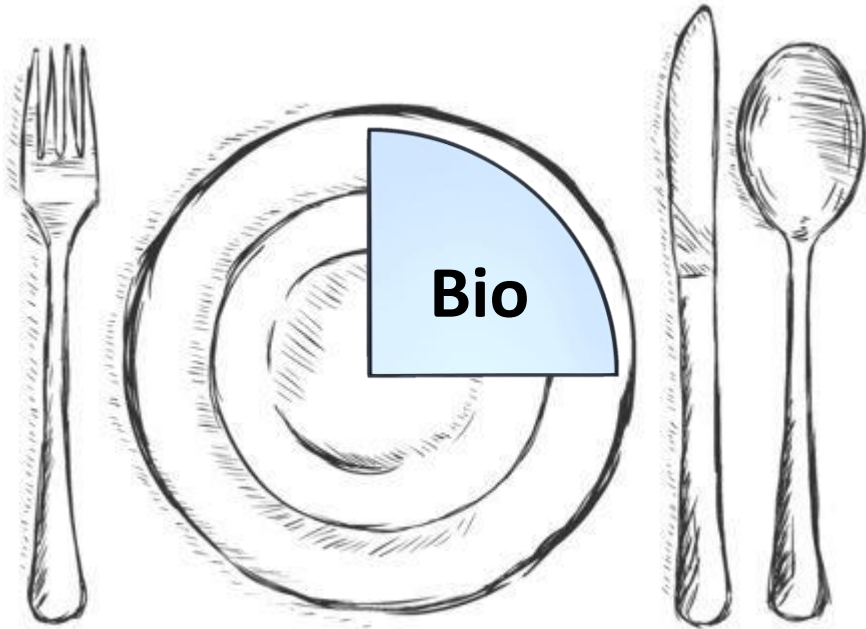


The highest organic share of the total market was in Denmark, followed by Austria, Switzerland, Luxembourg and Sweden.



The 3 countries with the highest organic shares if the total market in 2020.

Ziel von Bioland Südtirol



25% Bio
auf jeden Teller
in Südtirol



Lösung 1: Bio Alto

Was ist Bio Alto?

Bio Alto ist die neue Marke für nachhaltig hergestellte biologische Lebensmittel aus Südtirol in höchster Qualität zu fairen Preisen.



- **Südtirol**
- **Bio**
- **Fair**

Unsere Mission

Wir bringen Südtiroler Bio-Lebensmittel in die Südtiroler Gastronomie und den Handel.

Bio Alto hilft **Produzenten** dabei, ihre Produkte zu vertreiben und neue Absatzkanäle zu erschließen, indem wir sie bei **Administration, Marketing und Logistik** unterstützen.

Bio Alto ist **Ansprechpartner für den Handel** und ermöglicht es diesem, regionale Produkte von klein strukturierten Produzenten zu beziehen, ohne sich in der Vielfalt zu verlieren.

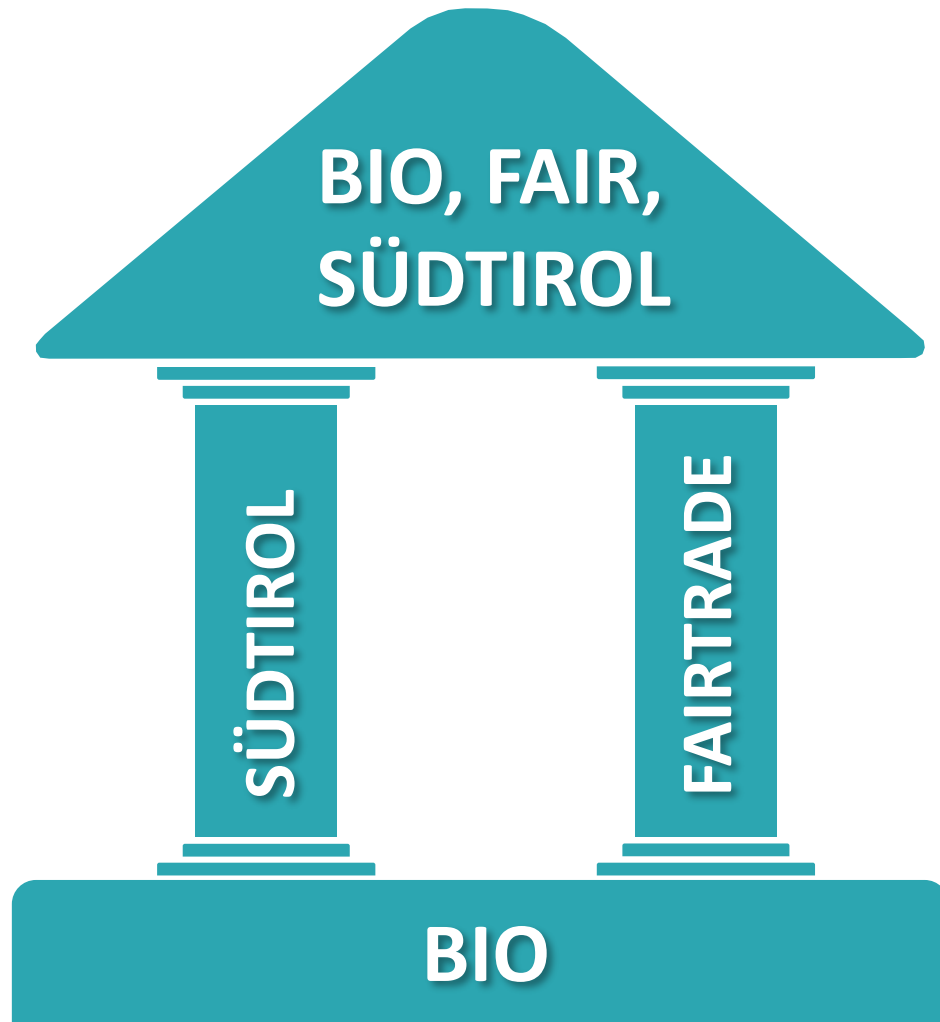
Bio Alto gibt den **Konsumenten Orientierung** und Überblick mit der Garantie, nachhaltige Bio Lebensmittel aus Südtirol zu **fairen Preisen** zu kaufen.





Lösung 2: Bio Fair Südtirol

Konzept: bio, fair, Südtirol



Biologische Produkte sind Voraussetzung
Herkunft aus Südtirol, wenn verfügbar



Positivlisten



1-2 Kontrollen
pro Jahr



**Kontinuierlicher
Transformationsprozess
von Tourismus
& Landwirtschaft**

Konzept: bio, fair, Südtirol

- Der Betrieb bemüht sich biologische Produkte aus Südtirol zu beziehen
- Positivliste:

100% bio und aus Südtirol

- Äpfel
- Apfelsaft
- Frischmilch
- Joghurt
- Butter
- Mozzarella
- Wein



Konzept: bio, fair, Südtirol

- Der Betrieb bemüht sich faire Produkte zu beziehen

- Positivliste:

100% fairtrade

- Kaffee
- Rohrzucker
- Kakao und Derivate
- Tee
- Bananen

Zugelassene Fairtrade Siegel:

- WFTO
- Fairtrade International
- Hand in Hand
- Naturland Fair
- GEPA



Konzept: bio, fair, Südtirol



powered by





Lösung 3:
Grenzenlos Regional – Bio in Europa

EU Projekt Grenzenlos Regional – Bio in Europa

Überblick

Bioland

Südtirol

➔ EU-Förderprojekt zur Informations- und Absatzförderung:
Promotion of Agricultural Products (AGRIP): Call: AGRIP-MULTI-2022
(Call for proposals for multi programmes 2022 – Promotion of agricultural products)

Projektbewertung der EU: 99 von 100 möglichen Punkten!

➔ Projektlaufzeit 3 Jahre (März 2023 – Feb. 2026)

Teilnehmer:



Südtirol

Ziel:



- Steigerung **Bekanntheit und Hintergrundwissen** zu **EU-Bio-Logo und anderen Bio-Standards**
- **Abbau von Vorurteilen - Steigerung von Vertrauen** in Bio-Produkte

Grenzenlos Regionale – Bio in Europa

Aktionen B2C und B2B



Informationsmaterialien



Sterne Koch als Bio-Botschafter & Kooperation mit Kochshows im TV

POS-Verkostungs-Aktionen



Werbung zu Bio & Bio-Mobil



Grünes Klassenzimmer

GAS-Kooperationen



Öffentlichkeitsarbeit



B2B-Events und Aktionen

Web & Social Media



Bio am Scheideweg?



- Biolandbau als Speerspitze der Nachhaltigkeit etablieren
- Biolandbau weiterentwickeln in Richtung Kreislaufwirtschaft inkl. Gemeinwohlökonomie
- Biolandbau mit anderen Konzepten verbinden (Mischkulturanbau, regenerative Landwirtschaft, Nachhaltige Regionalentwicklung)

