

Erfolgsfaktoren zur Vermarktung von Bioprodukten in Supermärkten

Problemstellung

Während lange Zeit Bioprodukte ausschliesslich über Direktvermarktung, Reform- und Naturkostläden abgesetzt wurden, findet ihre Vermarktung seit Mitte der 90'er Jahre zunehmend in Supermärkten statt. Heute gibt es kaum noch Handelsketten in Europa, die keine Bioprodukte verkauft. Umfang des Engagements sowie Erfolg im Verkauf von Bioprodukten unterscheidet sich jedoch von Unternehmen zu Unternehmen deutlich. Dabei scheinen weniger nationale oder regionale Besonderheiten auf Konsumentenseite als vielmehr individuelle Unterschiede in der strategischen Zielsetzung sowie in der Marketingplanung und -umsetzung der Unternehmen als erfolgslimitierende Faktoren in Frage zu kommen.

Projektziele

- Ermittlung von Erfolgsfaktoren in der Vermarktung von Bioprodukten über den Absatzkanal Supermarkt
- Durchführung von Fallstudien bei international bedeutenden europäischen Supermarktketten sowie ausgewählten kleineren Unternehmen mit innovativen Vermarktungsansätzen in mehreren europäischen Ländern
- Vergleich mit dem amerikanischen Lebensmittelmarkt

Methodisches Vorgehen

Die Arbeit basiert auf drei methodischen Hauptsäulen - einer Literaturstudie, einer internationalen Expertenbefragung sowie Fallstudiebetragungen bei ausgewählten Handelunternehmen. Die Literaturstudie, die alle relevanten Daten über die Vermarktung von Bioprodukten in Supermärkten einschliesst, wurde als Grundlage für die Auswahl der Unternehmen für die Fallstudien genutzt. Den Hauptteil der Studie bilden Tiefeninterviews mit Produktverantwortlichen für den Bereich Bioprodukte oder mit Unternehmenssprechern aus abteilungen des Umweltmanagements bei ausgewählten Handelsketten in den jeweiligen Ländern. Die Interviews wurden flankiert durch Storechecks, die in Filialen jedes fokussierten Unternehmens durchgeführt wurden. Zusätzlich wurden jene Handelsketten, die allgemein zu den umsatzstärksten Unternehmen ihres Landes gehören, schriftlich befragt.

Finanzierung

Migros Genossenschaftsbund Schweiz

Projektlaufzeit: 1999 bis 2000

 nach oben

© 2008 FiBL Forschungsinstitut für biologischen Landbau

[▶ Fenster schließen](#) | [▶ Drucken](#)