



Wer ist die OTA?

Die Organic Trade Association ist eine Mitgliederorganisation, die alle Bereiche der ökologischen Industrie in Nordamerika repräsentiert. Sie hat es sich zur Aufgabe gemacht, durch die Förderung des Handels mit Produkten aus ökologischem Anbau global das Konzept der Nachhaltigkeit zu unterstützen.
www.ota.com

Dies ist die zweite von insgesamt drei gedruckten Ausgaben des OTA Newsletters, die Sie erhalten. Zum Schutz der Umwelt bitten wir Sie, uns dabei zu helfen, Papier zu sparen: Bestellen Sie den Newsletter per E-Mail und registrieren Sie sich bitte online unter: www.ota.com/about/usoeiforeignbuyers.html. Sollten Sie kein Interesse an weiteren Ausgaben haben, senden Sie bitte eine kurze Nachricht an info@mk-2.com.

Mit diesem Newsletter möchte die Organic Trade Association Sie über Bio-Produkte aus den USA informieren. Im Mittelpunkt stehen Aspekte wie Nachhaltigkeit, hohe Qualität und Vielfalt der Produkte aus ökologischer Herstellung.

Vorschau auf die BioFach 2005 Aussteller präsentieren neueste Bio-Trends aus den USA

Vom 24. bis 27. Februar 2005 öffnet in Nürnberg wieder die BioFach ihre Pforten. Diese Weltleitmesse für Bio-Produkte ist gerade auch für die exportbereite US-Industrie eine willkommene Gelegenheit, sich dem europäischen Fachpublikum zu präsentieren. Da immer mehr US-Exporteure Interesse an der Messe zeigen, rechnet die Organic Trade Association im kommenden Jahr mit einer wachsenden Anzahl an Ausstellern aus den Vereinigten Staaten.

2004 präsentierten sich 25 US-Unternehmen auf der Bio-Fach, davon 19 im USA-Pavillon in Halle 2. Gezeigt wurde eine große

Vielfalt von Produkten: Von Frischobst und Gemüse reichte das Angebot über diverse Getreidesorten bis hin zu Säften, Pasta und Süßigkeiten. Auch Tierfutter und Rohstoffe für die kosmetische Industrie aus ökologischer Produktion zeigten die Aussteller aus den USA, die damit in fast jeder Produktkategorie vertreten waren.

Orientierung in der Fülle des Angebotes bietet die Organic Trade Association. Händler und Importeure sind herzlich eingeladen, ihren Rundgang im USA Pavillon auf der BioFach 2005 am Stand der OTA zu beginnen. Hier erhalten Sie eine Liste aller auf der Messe vertretenen US-

Firmen. Gern vermitteln wir den Kontakt zu Unternehmen und Handelspartnern. Mittels des OTA Online Export Directory finden wir für Sie die richtigen Ansprechpartner, mit denen wir Sie gerne bekannt machen. „Egal welches Produkt Sie interessiert, wir finden es für Sie“, verspricht Maria G. Kraus, European Contractor der Organic Trade Association.

Wenn Sie vorab Kontakt mit uns aufnehmen möchten, senden Sie bitte eine E-Mail an: info@mk-2.com.

Weitere Informationen zur BioFach 2005 finden Sie im Internet unter www.biofach.de.

Weltweit wächst die Lust auf Bio



Das Ernährungs- und Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher nimmt zu. So greifen in Deutschland mittlerweile 60 % aller Konsumenten gelegentlich bis regelmäßig zu Bio-Produkten. Während andere Bereiche stagnieren oder gar Minuszahlen schreiben, gehört die Bio-Branche zu den klaren Gewinnern des Lebensmittelmarktes.

Mit einem Jahresumsatz von EUR 10,6 Mrd. behauptete sich Europa 2003 weltweit als größter Absatzmarkt für Bio-Lebensmittel und -Getränke. Größter europäischer Einzelmarkt ist nach wie vor Deutschland mit einem Umsatz von EUR 3 Mrd. jährlich. Den zweiten Platz im internationalen Vergleich belegen die Vereinigten Staaten mit einem Jahresumsatz von USD 10,4 Mrd. (EUR 9,2 Mrd.).

www.ota.com

MESSEPLANER

Entdecken Sie weitere US-Produkte beim Besuch der Organic Trade Association auf einer der nächsten Messen:

- ✓ 24.-27. Februar 2005
BioFach 2005
Messezentrum Nürnberg,
Nürnberg, Deutschland,
www.biofach.de
- ✓ 8.-11. März 2005
Foodex Japan 2005
Makuhari Messe
(Nippon Convention Center),
Tokio, Japan,
www.jma.or.jp/foodex/
- ✓ 1.-3. Mai 2005
All Things Organic™ Conference
and Trade Show
McCormick Place
Chicago, USA
www.organicexpo.com

HABEN SIE INTERESSE AN ÖKO-PRODUKTEN AUS DEN USA?

Handelspartner in den USA finden Sie ganz einfach im Internet unter www.usorganicproducts.com.
Dort haben Sie direkten Zugriff auf eine Liste aller US Exporteure und Produkte.

Oder kontaktieren Sie:

EUROPEAN CONTRACTOR:

mk² gmbh · PHONE: 0049 228 943 787 0 · FAX: 0049 228 943 787 7 · E-MAIL: info@mk-2.com

USA REPRESENTATIVE:

Tiffany Landry · PHONE: 001 504 486 1282 · E-MAIL: tiffany@landryconsulting.org

Da lohnt sich Landwirtschaft!

Studie zur Situation der Bio-Bauern in Iowa

Die ökologische Landwirtschaft in Iowa ist auf Expansionskurs. Nach einer Studie der Iowa States University in Zusammenarbeit mit der Organic Trade Association planen 40 % der Öko-Bauern eine Erweiterung ihrer Anbauflächen um bis zu 25 %. Im Durchschnitt verfügen die Betriebe heute über 313 ha. Dabei sind 51 % der Farmen kleiner als 80 ha.

In Iowa werden hauptsächlich Mais, Sojabohnen, Hafer, Gerste und Weizen angebaut. Im Obstanbau dominieren Äpfel, Trauben, Himbeeren und Erdbeeren. Der Gemüseanbau ist sehr vielfältig, wobei das Gros der Produktion auf Tomaten, Zwiebeln und Knoblauch entfällt.

Darüber hinaus produzieren die Bio-Bauern Alfalfa, Nüsse, Blumen, Kräuter, Geflügel, Eier und Popcorn-Mais.

Nach ihrer größten Herausforderung befragt, gaben 37 % der Öko-Bauern an, geeignete Absatzmärkte für ihre Produkte zu finden, auf denen sie adäquate Preise erzielen. Sehr interessant: Jeder dritte Befragte fand es am schwierigsten, genug zu produzieren, um der stetig wachsenden Nachfrage nach Bio-Produkten gerecht zu werden!

Weitere Daten aus der Studie finden Sie unter www.ota.com/news/press/150.html

US-Schüler stehen auf Bio-Snacks

Zu den dringendsten Problemen in den USA zählt das Übergewicht bei Kindern. Überall im Land gehen die Schulen deshalb neue Wege und bieten gesundes Essen an. Als besonders erfolgreich erwies sich jetzt die Idee der Stonyfield Farm, einem Mitglied der OTA. In Zusammenarbeit mit United Natural Food Inc.

bestückt das Unternehmen in drei Schulen auf Rhode Island Automaten mit Bio-Snacks. Sehr zur Verwunderung der Eltern und Lehrer greifen die Schüler ausgesprochen gern zu den gesunden Alternativen aus ökologischer Produktion: Jogurt, Soja-Chips, Schokolade, Sojamilch und Käsesnacks sind die Favoriten der Kinder und Jugendlichen.

www.theorganicreport.org



Daten & Fakten

Ökologische Landwirtschaft in den USA

- Nach einer Untersuchung der Stiftung Ökologie & Landbau SOEL wurden 2001 in den USA etwa 0,3 % der landwirtschaftlich genutzten Fläche ökologisch bewirtschaftet. Dies entspricht 950.000 ha. Damit belegen die USA hinter Australien, Argentinien, und Italien Platz 4 in der Welt.
- Der vom National Agricultural Statistics Service des USDA herausgegebene Census of Agriculture zählte 2002 in den USA 11.998 zertifizierte Öko-Landwirtschaftsbetriebe. Dies entspricht einem Anteil von 0,6 %. (www.usda.gov/nass).
- Das seit Oktober 2002 in den USA gültige National Organic Program NOP hat der Industrie steigendes Interesse der Verbraucher und damit ein starkes Absatzwachstum beschert. Organic Monitor führt dies auf die einheitliche Kennzeichnung zurück, mit der die Produkte für die Konsumenten jetzt verlässlich als Bio-Ware erkennbar seien.
- Öko-Betriebe leisten in den USA einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der ländlichen Gemeinden. Gerade kleine Betriebe sind mit ökologischer Landwirtschaft eher konkurrenzfähig, da die Anbieter faire Preise für ihre Erzeugnisse erhielten, so die OTA.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter:

www.soel.de, www.ota.com und www.ers.usda.gov/data/organic/

Nur das Beste für Hund und Katze

Einen wahren Boom erleben in den USA derzeit die Hersteller von Bio Tiernahrung: Allein im vergangenen Jahr stieg der Absatz um 64,5 %, so die OTA. Besonders Singles, in die Jahre gekommenen Baby-Boomer und Eltern erwachsener Kinder achten beim Futter für Bello & Co. auf Bio-Qualität.

www.usatody.com und www.ota.com

Wie sieht der typische Bio-Konsument aus?

Nach Analyse umfangreicher Daten hat das britische Marketing- und Beratungsunternehmen Organic Monitor die Merkmale zusammengestellt, die in aller Welt den typischen Bio-Konsumenten charakterisieren:

- **Lebensraum:** städtische Regionen, häufig Großstädte
- **Kaufverhalten:** anspruchsvoll, achtet beim Kauf auf Qualität, Herkunftsland und Produktionsmethoden
- **Demografie:** Hohes Bildungsniveau, aus mittleren und höheren sozialen Schichten
- **Kaufkraft:** Haushalte mit höherem Einkommen und relativ hoher Kaufkraft

Weitere Details finden Sie unter www.organicmonitor.com