

Hintergrund: Ziele



Pilotprojekt: Qualitätsorientiertes Fair-Preis-Konzept

Gefördert vom
Ministerium für Ernährung,
Landwirtschaft und Forsten

BÖL

Bundesprogramm
Ökologischer
Landbau



Messung des Absatzerfolges
von Bio&Fair-Produkten

Wie verändern sich parallel
die Abverkaufsdaten von Substituten?

Welches sind erfolgreiche Strategien für die
Vermarktung von Bio&Fair-Produkten?

www.biofairverein.de

Hintergrund: Wege



Wege



7 – 10 Bio&Fair gelabelte Bio-Produkten in 11 Testmärkten
über einen Zeitraum von 10 Wochen

Unterstützung des Auftritts durch eine Verkostung

Unterstützung des Auftritts durch Werbe- &VKF-Material

Information des Marktpersonals über Inhalte und Ziele
des Vereins und des Testverkaufs

Datenaufnahme der Abverkaufszahlen: bioVista

Auswertung der Daten: Universität Kassel/Witzenhausen

Schlussfolgerungen für verbessertes Marketing: BioFairVerein
mit dem Kasseler Institut für ländliche Entwicklung e.V.

www.biofairverein.de