

# Bio neu erzählen



Folge 8 der Vortragsreihe

# Vom Produkt zur Haltung

**Wie aus dem ersten Kaufimpuls  
ein tieferes Bio-Verständnis entstehen kann**

**Vortragszeit:** 20 bis 30 Minuten

**Zielgruppe:**

- selbständige Kaufleute
- Bio-Marken
- Großhandel
- Messebesucher
- Bio-Branche



Copyright bioPress/Erich Margrandner

Folge 8 der Vortragsreihe

## Vom Produkt zur Haltung...

**Grundthese:** Menschen werden selten durch Grundsatzreden zu Bio-Kunden. Häufig beginnt es mit einem Produkt, einer guten Erfahrung, einem besseren Gefühl — und daraus kann Schritt für Schritt eine Haltung entstehen.



Copyright bioPress/Erich Margrandner

# Wie beginnt Bio beim Kunden?

➤ **Kernsatz der Folie:**

Bio beginnt selten als fertige Überzeugung.  
Bio beginnt oft mit einem einzelnen Produkt.

➤ **Beispiel:**

Bio-Eier, Bio-Babynahrung, Bio-Möhren,  
Bio-Brot, Bio-Milch, Bio-Schokolade, Bio-Käse.

➤ **Handelskonsequenz:**

Der erste Bio-Kauf muss leicht,  
sichtbar und überzeugend sein.



# Der erste Kontakt muss gelingen

## ➤ **Kernsatz der Folie:**

Der erste Bio-Kauf entscheidet oft darüber, ob Bio als Möglichkeit im Kopf bleibt.

## ➤ **Beispiel:**

Frisches Bio-Gemüse,  
gute Bio-Eier,  
ein überzeugendes Bio-Brot,  
eine feine Bio-Schokolade,  
ein vertrauenswürdiges Kinderprodukt.

## ➤ **Handelskonsequenz:**

Einstiegsprodukte müssen besonders sorgfältig ausgewählt, gepflegt und erklärt werden.



# Wiederholung schafft Vertrauen

➤ **Kernsatz der Folie:**

Haltung entsteht nicht durch einen einmaligen Kauf, sondern durch wiederholte gute Erfahrung.

➤ **Beispiel:**

Jede Woche Bio-Eier,  
täglich Bio-Milch,  
regelmäßig Bio-Brot,  
saisonal Bio-Gemüse,  
Bio-Süßwaren als kleine Belohnung.

➤ **Handelskonsequenz:**

Bio braucht verlässliche Kernartikel,  
nicht nur Aktionen.



# Wissen wächst später

➤ **Kernsatz der Folie:**

Viele Kunden kaufen zuerst  
— und verstehen später tiefer,  
warum Bio wichtig ist.

➤ **Beispiel:**

Erst Bio-Eier wegen des besseren Gefühls,  
später Interesse an Tierhaltung,  
Futter, Landwirtschaft und Herkunft.

➤ **Handelskonsequenz:**

Information muss dosiert  
und passend zum Interesse  
angeboten werden.



# Geschichten vertiefen Bindung

➤ **Kernsatz der Folie:**

Menschen entwickeln Haltung leichter,  
wenn Produkte Gesichter,  
Herkunft und Geschichten bekommen.

➤ **Beispiel:**

Der Hof hinter den Eiern,  
die Molkerei hinter dem Joghurt,  
der Bäcker hinter dem Brot,  
der Hersteller hinter der Schokolade.

➤ **Handelskonsequenz:**

Produktgeschichten müssen sichtbar,  
kurz und glaubwürdig erzählt werden.



# Vom Ich zum Wir

➤ **Kernsatz der Folie:**

Der erste Bio-Impuls ist oft persönlich.  
Aber er kann den Blick auf größere  
Zusammenhänge öffnen.

➤ **Beispiel:**

Erst Gesundheit und Familie,  
dann Tierwohl, Boden, Wasser, Artenvielfalt,  
Landwirtschaft und faire Wertschöpfung.



## Vom Ich zum Wir...

### ➤ Handelskonsequenz:

Bio-Kommunikation sollte persönliche Motive aufnehmen und anschließend Gemeinwohlargumente anschließen.



# Das Regal als Lernraum

➤ **Kernsatz der Folie:**

Ein gutes Bio-Sortiment kann erklären,  
ohne Unterricht zu geben.

➤ **Beispiel:**

Bio-Frühstück,  
Bio für Kinder,  
Bio-Frische der Saison,  
Bio als Geschenk,  
Bio zum Kochen,  
Bio aus der Region.



Folge 8 der Vortragsreihe, Folie 7/2

## Das Regal als Lernraum...

### ➤ Handelskonsequenz:

Bio sollte über Einkaufsanlässe  
inszeniert werden,  
nicht nur über Warengruppen.



Copyright bioPress/Erich Margrandner

# Kaufleute begleiten Kundenentwicklung

➤ **Kernsatz der Folie:**

Kaufleute verkaufen nicht nur Bio-Produkte.  
Sie begleiten Kunden auf einem Weg.

➤ **Beispiel:**

Vom Bio-Ei zum Bio-Frühstück,  
vom Bio-Gemüse zur Bio-Frische,  
von der Bio-Schokolade zur Markenvielfalt,  
vom Probierkauf zum Stammartikel.



Folge 8 der Vortragsreihe, Folie 8/2

## Kaufleute begleiten Kundenentwicklung...

### ➤ Handelskonsequenz:

Bio braucht eine Entwicklungsperspektive  
im Sortiment.



Copyright bioPress/Erich Margrandner

# Haltung entsteht durch gute Erfahrung, nicht durch Druck

➤ **Kernsatz der Folie:**

Bio-Haltung wächst, wenn Bio funktioniert:  
im Geschmack,  
im Alltag,  
im Preisgefühl und  
im Vertrauen.

➤ **Beispiel:**

Der Kunde bleibt bei Bio,  
weil er gute Erfahrungen macht  
— nicht, weil er sich schuldig fühlt.



Folge 8 der Vortragsreihe, Folie 9/2

## Haltung entsteht durch gute Erfahrung, nicht durch Druck...

### ➤ Handelskonsequenz:

Bio muss Freude,  
Nutzen und Vertrauen vermitteln,  
nicht nur Verantwortung.



Copyright bioPress/Erich Margrandner

# Schluss: Vom Produkt zur Haltung

## ➤ Kernsatz der Folie:

Bio beginnt oft mit einem Produkt.  
Aber wenn die Erfahrung stimmt,  
führt dieses Produkt weiter.

## ➤ Beispiel:

Vom Bio-Ei zum Tierwohl.  
Vom Bio-Gemüse zu weniger Agrochemie.  
Vom Bio-Brot zu Handwerk.  
Von Bio-Süßwaren zu bewusstem Genuss.  
Von Bio-Frische zu Vertrauen.



Folge 8 der Vortragsreihe, Folie 10/2

## Schluss: Vom Produkt zur Haltung...

### ➤ Handelskonsequenz:

Jedes gute Bio-Produkt ist ein Einstieg  
in ein größeres Verständnis.



Copyright bioPress/Erich Margrandner