VIII. Öko-Marketingtage 12.-13.11.2025
„Bio neu denken – die Zukunft des Öko-Marketings“

Dr. Rupert Ebner, Vorsitzender von Slow Food Deutschland e.V.

Thema: „Bio-Lebensmittel aus der Sicht von Slow Food Deutschland e.V. – klare Präferenz für Bio – aber Genuss und Verantwortung brauchen noch mehr“

Slow Food®
Deutschland

Inhalt

1. Warum wir über „mehr als Bio“ sprechen müssen
2. Genuss als Botschafter
3. Fairness als Bio-Marketing
4. Slow Food & Agrarökologie
5. Zukunftsfähiges Bio braucht Qualität
6. Fazit

Warum wir über „mehr als Bio“ sprechen müssen

- Verzicht auf Agrochemie
- Geschmack, Fairness und Vielfalt machen den Unterschied

© Simon Reitmeier

Genuss als Botschafter

- Geschmack überzeugt mehr als Argumente
- Handwerk, Vielfalt und Können schaffen Vertrauen – und damit die Zukunft von Bio

© Canva

Fairness als Bio-Marketing

- Fairness ist Teil echter Qualität
- Gute Arbeitsbedingungen und Wertschätzung der Produzent:innen schaffen Vertrauen und Glaubwürdigkeit
- Bio braucht Menschlichkeit – nicht nur Label

© Anton Heine

Slow Food & Agrarökologie

- Agrarökologie verbindet Bio und Slow Food
- Slow Food denkt Bio weiter – ökologisch, sozial und kulturell
- Vernetzung, Austausch und gemeinsames Lernen statt starrer Vorgaben

© Slow Food Farms

Zukunftsfähiges Bio braucht Qualität

- Genuss, Fairness und Vielfalt sind keine Extras – sie sind Zukunft
- Slow Food versteht Qualität umfassend: ökologisch, sozial und kulturell

© Lotte Heerschop

Fazit: Wie Slow Food Bio stärkt

- **Genuss schafft Wert:**

Geschmack überzeugt – wer Genuss bietet, verkauft Haltung

- **Fairness baut Vertrauen:**

Ehrliche Arbeitsbedingungen machen Marken glaubwürdig

- **Vielfalt inspiriert:**

Herkunft, Handwerk und Geschichten schaffen Wiedererkennung

Slow Food Deutschland

- Ca. 10.000 Mitglieder und über 1000 Unterstützer
- Über 80 Convivien + Slow Food Youth Netzwerk
- Mehr als 90 Arche-Passagiere
- Unterschiedliche Fach-Kommissionen, u.a. zu Fisch, Wein, Arche des Geschmacks
- Bildungsprojekte
- Verleihung des Ursula Hudson Preises seit 2021
- Ca. 85 Köch*innen in der Chef Alliance
- Slow Food Magazin (6 Ausgaben im Jahr)

Unsere Arbeitsweise basiert auf drei miteinander verbundenen Werten

GUT

Wir setzen uns ein für das Recht aller Menschen auf wohlschmeckendes, gesundes und kulturell vielfältiges Essen: Aus der Vielfalt von Menschen, Kulturen, Orten, Lebensmitteln und Geschmäckern entstehen resiliente Gesellschaften und Ökosysteme.

SAUBER

Wir unterstützen möglichst lokale und widerstandsfähige Ernährungssysteme, die die wertvollen Ressourcen der Erde schonen und wiederherstellen, anstatt sie zu erschöpfen, und die alle Ökosysteme und Arten schützen.

FAIR

Wir schaffen Wirtschaftskreisläufe, die auf Partnerschaft gründen. Alle am Ernährungssystem beteiligten Menschen werden in ihrer Entscheidungsfreiheit respektiert. Soziale Gerechtigkeit erreichen wir durch faire und inklusive Arbeitsverhältnisse und den gleichberechtigten Zugang zu Lebensmitteln, Wasser und Land.

Danke

Slow Food Deutschland e.V.
info@slowfood.de
Tel. 030 2000475 13
Marienstraße 30
10117 Berlin

Slow Food®
Deutschland