



**Zahlen • Daten • Fakten**  
**Die Bio-Branche 2014**

# Inhalt

Schwerpunkt: Organic 3.0 .....	4
Ökologisch bewirtschaftete Fläche und Zahl der Bio-Betriebe in Deutschland.....	6
Produktionsstruktur im deutschen Ökolandbau 2012.....	8
Verkaufserlöse der Bio-Landwirtschaft in Deutschland .....	10
Entwicklung der Erzeugerpreise.....	12
Situation im Naturkosthandel 2013.....	14
Umsatzentwicklung bei Bio-Lebensmitteln in Deutschland 2013.....	16
Wachstumsmarkt Bio: Gemüse und Obst auf Erfolgskurs .....	18
Vermarktung: Regionalfenster .....	20
Bio-Handelsumsätze in Europa .....	22
Vegane Lebensmittel: Potentieller Zukunftsmarkt für den Bio-Sektor? .....	24
Wirtschaftlichkeit des Ökolandbaus .....	26
Volkswirtschaftlicher Nutzen des Ökolandbaus für Österreich .....	28
Klimawirkungen und Nachhaltigkeit ökologischer und konventioneller Betriebe .....	30
Quellennachweis/Autorenverzeichnis/Impressum .....	32

## Organic 3.0: Die Ökologische Lebensmittelwirtschaft von morgen

**An die Pionierphase der Bio-Branche – nennen wir sie Organic 1.0 – können sich junge Bio-Unternehmer nur anhand von Zeitzeugenberichten erinnern. Mittlerweile hat die Ökologische Lebensmittelwirtschaft neben ihrem gesetzlichen Rahmen auch ihren festen Platz in der Gesellschaft gefunden. Während der Zeit des Organic 2.0 ist der Sektor gewachsen und hat sich professionalisiert. Neue Herausforderungen und Fragen sind aufgetaucht, die auf dem Weg in eine erfolgreiche Bio-Zukunft bewegt werden sollten.**

Stellen Sie sich vor, Sie hätten es in der Hand: Sie dürften bestimmen, wie und in welche Richtung die Ökologische Lebensmittelwirtschaft zukünftig steuert. Diese Aufgabe wäre vielschichtig und eine echte Herausforderung für Sie! Sie könnten unter anderem festlegen, welche Regeln vom Acker bis zur Ladentheke eingehalten werden müssten, in welchem Umfang künftig der Ökolandbau, die Verarbeitung, Vermarktung und der Handel von Bio-Lebensmitteln umweltfreundlich und tiergerecht auf regionaler und globaler Ebene gestaltet würden. Sie müssten entscheiden, inwieweit sich die Branche an den ethischen Prinzipien ihrer Pioniere oder den Erwartungen ihrer Kunden orientiert.

Bereits dieses kleine Gedankenspiel offenbart, wie vielfältig die Gestaltungsmöglichkeiten in einer Branche und wie mannigfaltig die Herausforderungen sind. Die Diskussion über das „Bio“ der Zukunft gehört bereits heute zum Selbstverständnis des Sektors. Viele Fragestellungen beschäftigen Bio-Landwirte, -Händler, -Forscher und Verbandsvertreter: Wie kann „Bio“ nachhaltig wach-

sen? Welche Projektideen bringen den stark wissensbasierten Ökolandbau nach vorn? Und welchen Beitrag kann „Bio“ leisten, um die weltweite Ernährungssituation zu verbessern?

Angetrieben durch das starke Marktwachstum sind die Themen, die einst nur innerhalb der Bio-Branche relevant waren, zunehmend in den Fokus der öffentlichen Wahrnehmung gerückt. Vertreter aus Politik und Verwaltung sowie die Fachpresse aber auch Bio-Kunden bewegt, wie die Bio-Branche ihren Marktanteil weiter ausbauen kann und wie sie gleichzeitig den eigenen Ansprüchen nach Qualitätsorientierung, Glaubwürdigkeit und Innovationskraft gerecht werden wird. Kurzum: Die Diskussion um Organic 3.0 – die Ökologische Lebensmittelwirtschaft der Zukunft – ist in vollem Gange.

Der Wind des Umbruchs, der durch die Bio-Branche weht, hat das Potenzial, die Ideale, die Tatkraft und die Visionen der Bio-Pioniere in die nächste Generation zu tragen. Der Blick auf die

Leistungen der Gründergeneration und auf die Errungenschaften eines gesetzlich definierten Rahmens für den Ökologische Lebensmittelwirtschaft kann den Hof- und Betriebsnachfolgern, jungen Forschern und politischen Entscheidungsträgern wichtige Anhaltspunkte für ihr eigenes Handeln geben.

Trotzdem geht es für den Nachwuchs um sehr viel mehr als nur darum, Ideale zu bewahren oder den Status quo zu erhalten. Vielmehr gilt es, gemeinsam ökologische, soziale und ökonomische Aspekte des Wirtschaftens zu erarbeiten, neue Lösungsansätze zu erproben und in der land- und lebensmittelwirtschaftlichen Praxis zu etablieren. Nur so kann die Bio-Branche ihrem eigenen Anspruch gerecht werden: die nachhaltigste Form der Lebensmittelproduktion und damit Vorbild und Goldstandard zu sein.

Eines lässt sich an dieser Stelle bereits festhalten: Die Bio-Branche befindet sich in einem spannenden Prozess, der für alle Beteiligten eine Riesenchance und zugleich ein großes Experiment mit

unbekanntem Ausgang ist. Es wird jedoch darauf ankommen, dass die Branche nicht nur ihre eigenen Fragen beantwortet. Zukünftig sollte sie stärker zuhören und wahrnehmen, welche Fragen andere an sie stellen. Die fortwährende Analyse und Aufarbeitung von Trends, Bewegungen und Erwartungen von Bio-Kunden, der offene Dialog sowie Transparenz bis in die Produktion hinein sind genauso entscheidend für Organic 3.0 wie die Weiterentwicklung von Richtlinien oder Betriebsabläufen. Nicht nur aus Sicht der Kunden zählen am Ende vor allem echtes und nachvollziehbares Engagement aller Akteure sowie eine ehrliche Kommunikation.

Es wird klar, dass keine Einzelperson, kein Verband oder kein Unternehmen allein bestimmen oder entwickeln kann, wie die Ökologische Lebensmittelwirtschaft aussehen wird. Alle gemeinsam haben die Bio-Zukunft in der Hand: Gestalten wir sie!

Ökologisch bewirtschaftete Fläche und Zahl der Bio-Betriebe in Deutschland

# Weiter großes Potential für die Umstellung auf Ökolandbau vorhanden

Trotz eines Jahres mit sehr schwierigen politischen Rahmenbedingungen legt der ökologische Landbau in Deutschland weiter zu. Nach aktuellen Schätzungen wuchs die deutsche Öko-Fläche im Jahr 2013 um 10.598 ha auf 1.044.953 ha. Das entspricht einem Anstieg von 1,0 %.

Etwas mehr als die Hälfte aller Öko-Betriebe (52,2%) wirtschaftete 2013 als Mitglied eines deutschen Bio-Anbauverbandes. Während die verbandsgebundene Anbaufläche mit einem Zuwachs von 2.558 ha bzw. 0,4% etwas schwächer zulegen als im vergangenen Jahr (2,6%), blieb das Flächenwachstum der EU-Bio-Betriebe mit ca. 2,5% stabil. Der Flächenanteil verbandsgebundener Betriebe an der gesamten ökologisch bewirtschafteten Fläche ist mit 68,5% fast identisch zum Vorjahrswert (68,9%). Auch die durchschnittliche Größe verbandsgebundener Bio-Betriebe blieb auf dem Niveau von 2012. Mit 58,4 ha sind sie fast doppelt so groß wie EU-Bio-Betriebe, die durchschnittlich 29,3 ha bewirtschafteten. Insgesamt wuchs die Zahl der Bio-Betriebe im Jahr 2013 um 2,0% auf 23.484. Das entspricht einem Plus von 452 Betrieben und folgt der Wachstumsrate des Vorjahrs (2,3%).

Diese Gesamtentwicklung ist angesichts schwieriger politischer Rahmenbedingungen für ökologisch wirtschaftende Betriebe positiv zu beurteilen. Insbesondere das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) benachteiligt die heimische ökologische Produktion massiv. Die größten Auswirkungen dieser Fehlsteuerung hat das EEG auf den Pachtmarkt. Hinzu kommt, dass die Preisabstände zwischen konventionellen und Bio-Rohstoffen bei Getreide und

Milch abgenommen haben. Beides trägt dazu bei, dass die relative Vorzüglichkeit des Ökolandbaus abnimmt (s. S. 26). Daher müssen die ökologisch wirtschaftenden Landwirte ihre Anstrengungen erhöhen, um innerhalb der gegenwärtigen Rahmenbedingungen wettbewerbsfähig zu bleiben.

Einen bedeutsamen Sondereffekt gab es in der Entwicklung der Bio-Betriebe 2013, weil eine wichtige Frist für Tierhalter ausgelaufen ist. Bis Ende 2013 mussten sogenannte Altställe umgebaut werden, um den Regeln der EU-Öko-Verordnung zu entsprechen. Viele Betriebe haben hier investiert, um weiter ökologische Tierhaltung betreiben zu können. Es gab aber gerade in den südlichen Bundesländern etliche Betriebe, die diese Investitionen nicht mehr getätigt haben und ihren Betrieb einstellten.

Die stetig steigende Nachfrage nach heimischen Bio-Produkten bietet in den kommenden Jahren gute Perspektiven und Absatzchancen für deutsche Öko-Landwirte (s. S. 16). Der Ausbau der ökologisch bewirtschafteten Fläche in Deutschland sollte daher durch ein breites Maßnahmenbündel des Bundes und der Bundesländer forciert werden.

Ökologischer Landbau in Deutschland 2013

Quellen: BÖLW (2014), Statistisches Bundesamt (2014), BLE (2013)

Ökologischer Landbau in Deutschland 2013	Zahl der Betriebe 2012	Zahl der Betriebe 2013	Veränderung	Anteil	Fläche 2012 (in ha)	Fläche 2013 (in ha)	Veränderung	Anteil
Erzeugerbetriebe EU-Bio*	10.907	11.234	3,0%	47,8%	321.610	329.650	2,5%	31,5%
Erzeugerbetriebe Verbands-Bio	12.125	12.250	1,0%	52,2%	712.745	715.303	0,4%	68,5%
Erzeugerbetriebe Bio gesamt	23.032	23.484	2,0%	100,0%	1.034.355	1.044.953	1,0%	100,0%
Anteil an der Landwirtschaft gesamt in %		8,2%				6,3%		

\*geschätzt nach BÖLW-Erhebungen

Ökologischer Landbau nach Verbänden 2013

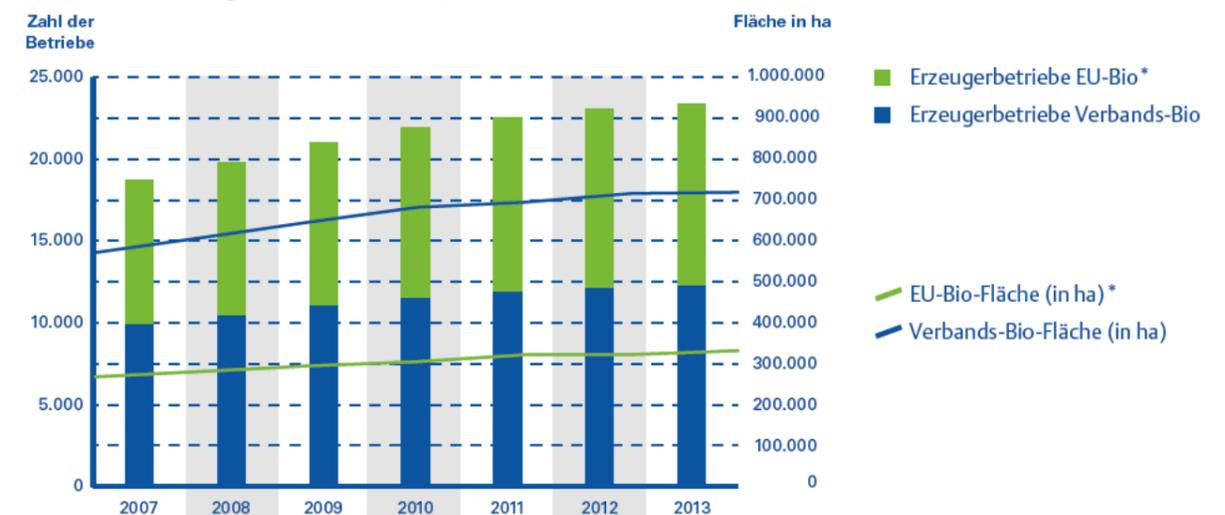
Quelle: BÖLW (2014)

Ökologischer Landbau nach Verbänden	Zahl der Betriebe 1.1.2013	Zahl der Betriebe 1.1.2014	Veränderung Betriebe absolut	Veränderung	Fläche 1.1.2013 (in ha)	Fläche zum 1.1.2014 (in ha)	Veränderung Fläche absolut	Veränderung
Biokreis	970	975	5	0,5%	38.453	37.046	-1.407	-3,7%
Bioland	5.719	5.783	64	1,1%	277.093	281.274	4.181	1,5%
Biopark	643	635	-8	-1,2%	136.613	136.247	-366	-0,3%
Demeter	1.431	1.449	18	1,3%	68.193	69.324	1.131	1,7%
Ecoland	38	36	-2	-5,3%	2.048	2.060	12	0,6%
Ecovin	217	250	33	15,2%	1.555	1.900	345	22,2%
Gäa	353	355	2	0,6%	31.216	29.813	-1.403	-4,5%
Naturland*	2.604	2.616	12	0,5%	139.481	139.498	17	0,0%
Verbund Ökohöfe	150	151	1	0,7%	18.093	18.141	48	0,3%
<b>Gesamt</b>	<b>12.125</b>	<b>12.250</b>	<b>125</b>	<b>1,0%</b>	<b>712.745</b>	<b>715.303</b>	<b>2.558</b>	<b>0,4%</b>

\*ohne Wald

Ökologischer Landbau in Deutschland 2013

Quellen: BÖLW (2014), BLE (2013), Statistisches Bundesamt (2014)



\*geschätzt nach BÖLW-Erhebungen

## Produktionsstruktur im deutschen Ökolandbau 2012

# Mehr Obst und Wein sowie mehr Eier und Geflügel

Die deutschen Öko-Landwirte haben im Jahr 2012 intensive Produktionsbereiche wie den Obst- und Weinanbau um 17 % bzw. 7 % ausgedehnt. Zudem produzierten sie 17 % mehr Geflügelfleisch und 14 % mehr Eier im Vergleich zum Vorjahr. Auch die Grünlandflächen, auf denen extensiv gewirtschaftet wird, wurden ausgeweitet. Ein leichter Rückgang der Ackerflächen steht der Ausweitung der Tierhaltung und dem damit gestiegenen Futtermittelbedarf entgegen.

2012 wurden deutschlandweit 3,3 Mio. Bio-Legehennen gehalten, 14 % mehr als im Jahr davor. Damit stammten 2012 rund 7,3 % der in Deutschland produzierten Eier von Bio-Betrieben. Insbesondere in Westniedersachsen entstanden neue Anlagen. Bio-Eier gehörten zu den am stärksten nachgefragten Bio-Produkten. Die Bio-Milchanlieferung ist 2012 um 2 % auf 671 Mio. kg gewachsen. Gleichzeitig ist die Nachfrage nach Milch- und Molkereiprodukten gestiegen. Der Umfang deutscher Bio-Schweine- und -Rindfleischproduktion hat sich – trotz steigender Nachfrage in 2012 – kaum verändert. Hohe Anforderungen an die Schweinehaltung und geringe Preisaufschläge gegenüber konventionellen Rindern sind als Gründe zu nennen.

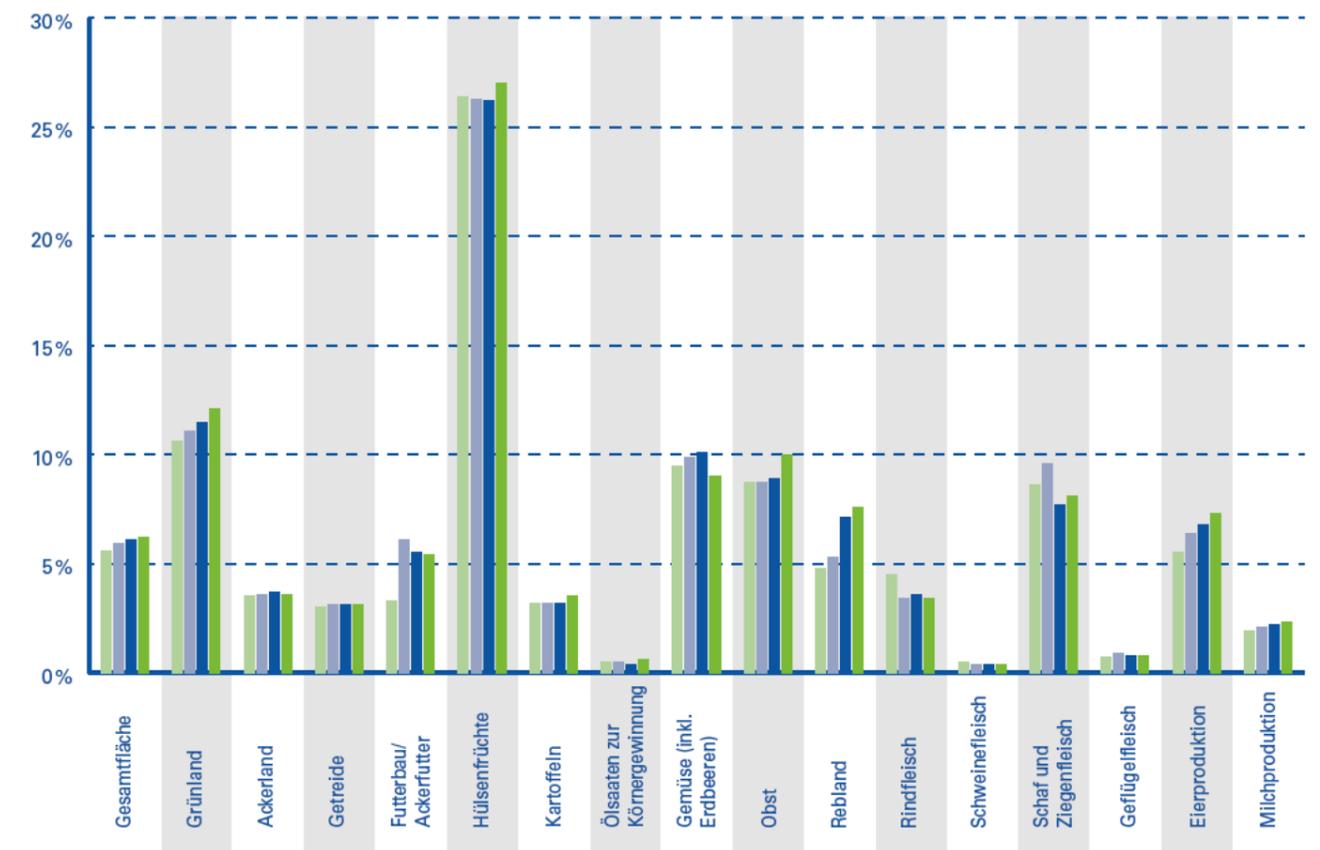
Die deutsche Bio-Fläche wuchs 2012 auf über 1 Mio. ha an. Der größte Flächenzuwachs war beim Grünland zu verzeichnen, das als Weide, Mähweide oder Wiese genutzt wird. Mit 560.000 ha machte Grünland im Jahr 2012 54 % der deutschen Bio-Fläche aus. Die Flächen zur ackerbaulichen Nutzung sind im selben Jahr um 5.000 ha auf 430.000 ha geschrumpft. Die verbleibenden Öko-Flächen verteilten sich auf Dauerkulturen (16.000 ha), Streuobstwiesen (17.000 ha) und Flächen mit unbekannter Nutzung.

2012 sind die Flächen, auf denen Bio-Getreide angebaut wurde, leicht zurückgegangen. Bio-Getreide wuchs auf 202.000 ha, was 3,1 % der deutschen Getreidefläche bzw. 20 % der deutschen Bio-Fläche ausmachte. Nach kontinuierlichen Rückgängen und einem Zwischenhoch im Jahr 2010 haben die Landwirte die Fläche für Hülsenfrüchte deutlich um rund 13 % zurückgefahren.

Die Anbauflächen im Bio-Weinbau wurden in den vergangenen 5 Jahren in Deutschland mehr als verdoppelt. 2012 stiegen die Reblandflächen erneut an; auf nun 7.400 ha – das bedeutete einen Anteil von 7,6 % an der Weinbaufläche Deutschlands. Auch die Obstbauern konnten ihre Flächen deutlich auf 6.800 ha ausdehnen, so dass 2012 rund 10 % der deutschen Obstflächen von Bio-Betrieben bewirtschaftet wurden. Insbesondere die Apfel Flächen wuchsen. Der Bio-Anteil an der Gemüsefläche erreichte 9 %, wobei der Bio-Anteil an der Unterglasfläche mit 17 % deutlich höher ausfiel.

## Entwicklung der Bio-Anteile an der gesamten Anbaufläche und der gesamten tierischen Produktion (in %)

Quellen: AMI-Erhebung bei den Öko-Kontrollstellen (2010-2013), Statistisches Bundesamt (2010-2013), BLE (2010-2013), Marktinfo Eier & Geflügel (2010-2013), BMEL (2010-2013)



## Landwirtschaftliche Produktionsstruktur in Deutschland

Quellen: AMI-Erhebung bei den Öko-Kontrollstellen (2008-2013), Statistisches Bundesamt (2008-2013), BLE (2008-2013), Marktinfo Eier & Geflügel (2010-2013), BMEL (2008-2013)

Kulturen/Tierarten	Einheit	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Grünland	ha	450.000	490.000	500.000	520.000	535.000	560.000
Ackerland	ha	390.000	385.000	415.000	435.000	435.000	430.000
Getreide	ha	181.000	188.000	209.000	207.000	204.000	202.000
Futterbau/Ackerfutter	ha	131.000	138.000	153.000	151.000	154.000	153.000
Hülsenfrüchte	ha	25.600	23.800	21.900	27.000	25.500	22.200
Kartoffeln	ha	8.200	8.150	8.350	8.200	8.300	8.300
Ölsaaten zur Körnergewinnung	ha	8.100	5.700	7.200	6.800	5.800	8.200
Gemüse (inkl. Erdbeeren)	ha	10.700	10.600	10.520	10.590	10.890	10.470
Obst	ha	5.600	5.600	5.700	5.700	5.800	6.800
Rebland	ha	3.500	4.400	4.700	5.400	6.900	7.400
Rindfleisch	t	35.400	35.800	37.700	38.000	39.500	39.200
Schweinefleisch	t	17.700	21.900	22.900	22.900	23.300	24.200
Schaf und Ziegenfleisch	t	3.600	3.530	3.480	3.450	3.250	3.250
Geflügelfleisch	t	8.340	8.870	11.870	11.630	11.480	13.390
Eierproduktion	Mio. Stk.	427	468	565	621	783	891
Milchproduktion	t	423.900	460.600	545.500	595.300	657.200	670.930

Verkaufserlöse der Bio-Landwirtschaft in Deutschland

# Erlöse pflanzlicher und tierischer Produkte wachsen gleichermaßen

Die Verkaufserlöse der deutschen Bio-Landwirte sind im Jahr 2012 um 12 % auf insgesamt 1,53 Mrd. € gestiegen. Zu diesem Anstieg haben pflanzliche und tierische Produkte gleichermaßen beigetragen. Höhere Getreidepreise sowie eine etwas umfänglichere Ernte sorgten 2012 für steigende Erlöse. Auch die Preise von Obst und Gemüse sind nach einer kleineren Ernte von Bio-Äpfeln und verschiedenen -Gemüsearten gestiegen – und damit auch die Erlöse der Bio-Landwirte.

Im Bereich der Veredlung konnten ebenfalls höhere Erlöse erzielt werden. Allerdings mussten die Landwirte beim Futtermittelkauf tiefer in die Tasche greifen. Rind- und Schweinefleisch wurden bei gleich bleibenden Mengen teurer abgegeben. Bei Eiern und Geflügelfleisch sind vor allem die Produktionsmengen gestiegen. Die Erlöse mit Bio-Milch sind bei nur leicht gestiegenen Milchlieferungen und leicht gesunkenen Preis konstant geblieben.

Die Erlösstruktur des Öko-Landbaus unterscheidet sich deutlich von der des konventionellen Landbaus. Pflanzliche Produkte nehmen einen weitaus höheren Anteil ein. 2012 stellten Obst, Gemüse und Kartoffeln die wichtigste Produktgruppe mit einem Anteil von 26 % an den gesamten Verkaufserlösen, während sie im konventionellen Landbau nur 11 % der Erlöse ausmachte. Dort spielte Fleisch mit einem Anteil von 30 % mit Abstand die wichtigste Rolle.

Allerdings legten auch im Bio-Bereich die tierischen Produkte zu und erreichten 2012 einen Erlös-Anteil von knapp 17 %. Der Anteil der Milchproduktion am Verkaufserlös lag im Bio-Sektor bei 19 %

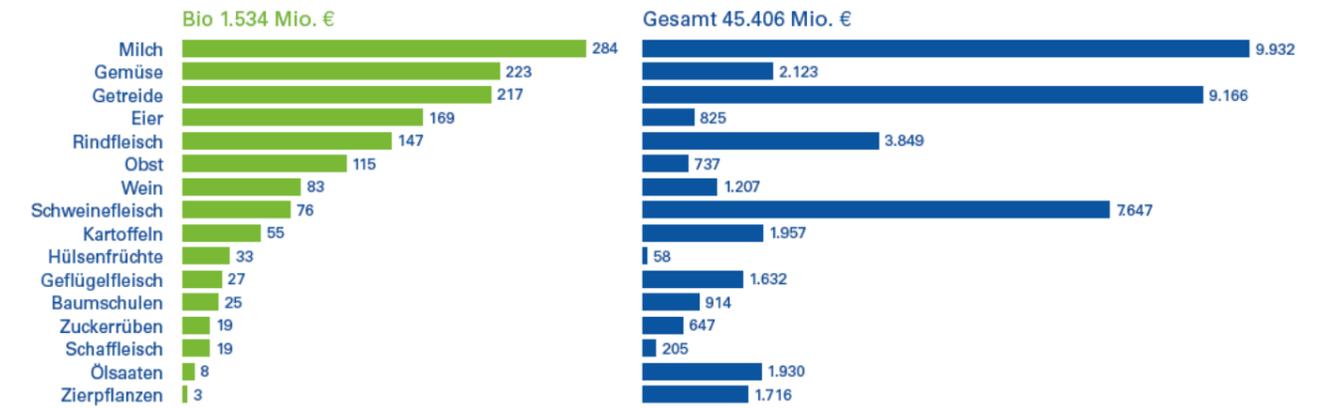
und damit in vergleichbarer Höhe der Erlöse der konventionellen Milchproduktion (22 %). Über alle Produktgruppen gesehen, dürfte sich wenig an den Bio-Verkaufserlösen geändert haben.

Für 2013 waren stabile Bio-Verkaufserlöse zu erwarten. Die Getreidepreise gingen im Herbst 2013 zurück, so dass – bei einer etwas größeren Erntemenge in 2013 – in der Summe ähnliche Erlöse erzielt werden dürften wie im Jahr 2012. Dafür wurden bei Obst, Gemüse und Kartoffeln höhere Preise erzielt. Die Schweine- und Rinderpreise haben sich auf einem hohen Niveau eingependelt. Der Absatz blieb beim Rindfleisch allerdings hinter dem Vorjahr zurück und stieg beim Fleisch insgesamt nur leicht. Die Eierproduktion und -Käufe lagen etwas unter dem Vorjahr. Die Milchlieferung verblieb bei etwas höheren Preisen auf dem Vorjahresniveau.

Erläuterung: Die Verkaufserlöse errechnen sich aus den Mengen der in Deutschland produzierten landwirtschaftlichen Produkte multipliziert mit deren Erzeugerpreisen.

Verkaufserlöse der deutschen Landwirtschaft 2012 (in Mio. €)

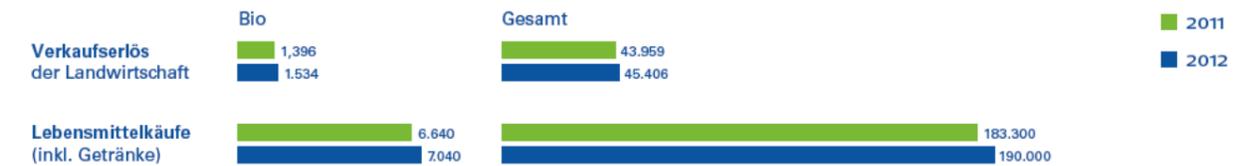
Quellen: AMI (2013), BMEL (2013)



Verkaufserlös der Landwirtschaft und Lebensmittelkäufe der Haushalte

Bio und konventionell, 2011 & 2012 (in Mio. €)

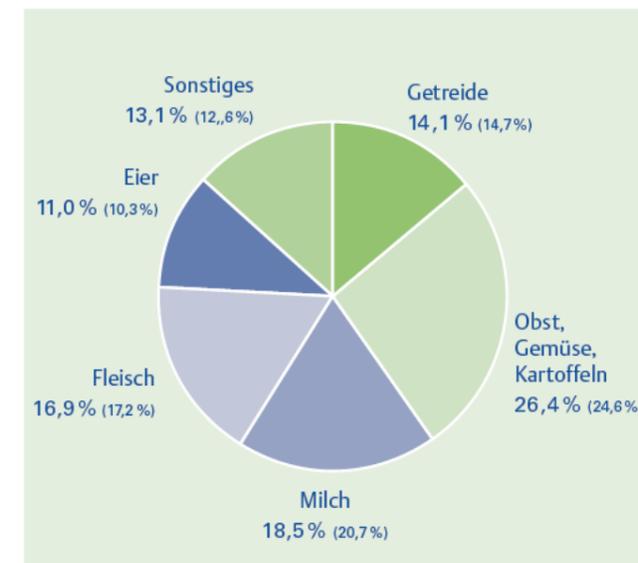
Quellen: AMI (2013), BMEL (2012)



22% (Vj. 21%) der Lebensmittelkäufe      24% (Vj. 24%) der Lebensmittelkäufe  
 Lebensmittelkauf = Erlös der Landwirtschaft – Exporte + Importe + Verarbeitung + Handelsspanne

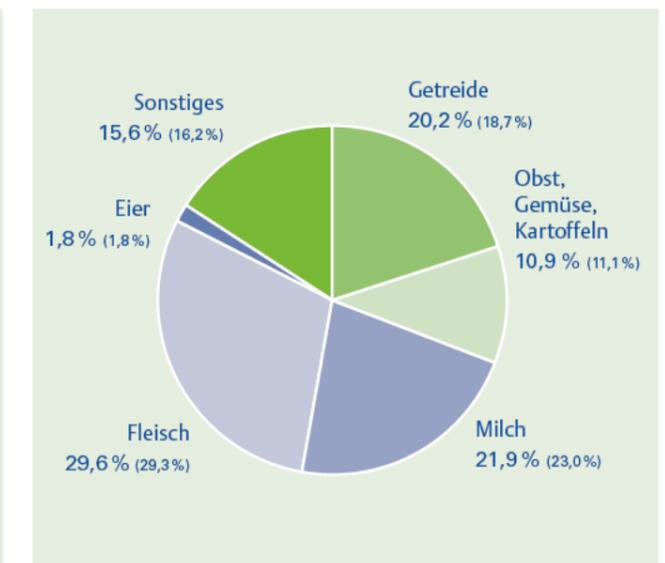
Anteile an den Verkaufserlösen im Bio-Landbau 2012 (in %)

Quellen: AMI (2013), BMEL (2013)



Anteile an den Verkaufserlösen im gesamten Landbau 2012 (in %)

Quellen: AMI (2013), BMEL (2013)



(in Klammern) = Vorjahreswert

## Entwicklung der Erzeugerpreise

## Bio-Landwirte erhielten 2013 mehr Geld für Kartoffeln und Milch, weniger für Schweinefleisch und Getreide

2013 stand im Zeichen kleiner Ernten für viele Gemüsearten sowie für Kartoffeln und Äpfel. Durch das knappe Angebot stiegen die Preise. Bei den tierischen Produkten sanken die Preise für Schweinefleisch und Eier; gleichzeitig erzielten die Landwirte für Bio-Milch mehr. Die Preisstürze des konventionellen Marktes bei Getreide und Fleisch hat der Bio-Markt deutlich abgeschwächt nachvollzogen.

Für Bio-Getreide erhielten die Landwirte zum Jahreswechsel 2013/14 etwas weniger Geld als vor Jahresfrist. Die weltweit gesunkenen konventionellen Getreidepreise, aber auch die etwas größere deutsche Bio-Getreideernte, gaben den Ausschlag. Die Brotweizenpreise sind im Herbst 2013 auf ca. 380-400 €/t gesunken. Der Futteranteil an der Weizenernte war – wie schon 2012 – eher klein. Das beflügelte die Futterweizennachfrage, so dass dessen Preis bei etwa 330 €/t lag. Der Preis für Eiweißfuttermittel hat sich kaum verändert, da das europäische Angebot nach wie vor nicht ausreichte. Auffällig bei allen Getreidearten, und auch bei Eiweißfuttermitteln, waren die großen Preisunterschiede zwischen deutscher Verbandsware, „sicherer EU-Bio-Ware“, „anderer EU-Bio-Ware“ und Überseeware. Verarbeiter und Handel sind inzwischen bereit, für bestimmte Herkünfte Aufschläge zu zahlen. Die Bio-Kartoffelernte ist 2013 noch kleiner als die schon kleine Ernte 2012 ausgefallen. Die Preise erreichten daher im Herbst 2013 um 60-65 €/dt.

Die Bio-Milchpreise sind dem Preisauftrieb am konventionellen Markt gefolgt und seit Herbst 2012 stetig gestiegen. Am konventionellen Milchmarkt sorgte die international hohe Nachfrage für rasante Preissteigerungen. Bio-Landwirte erhielten im Oktober 2013 bei 4,2% Fett und 3,4% Eiweiß 48,0 Cent/kg Milch. Die Milchanlieferungsmengen sind 2013 gegenüber 2012 nicht mehr gestiegen, und das bei einem geringen Preisabstand zur konventionellen Milch in Höhe von 7 Cent/kg. Nach wie vor wird eine nicht unbedeutende Menge Bio-Milch aus Österreich und Dänemark importiert.

Bei Bio-Schweinen überstieg 2013 erstmals seit Jahren das Angebot die Nachfrage. Die Bio-Schweinepreise haben sich 2013 aufgespalten in vertraglich gebundene, nach Handelsklassen bezahlte Schweine und pauschal bezahlte, häufig nicht vertraglich gebundene Schweine. Während erstere nahezu stabile Preise bei 3,25-3,30 €/kg Schlachtgewicht erzielten, sind letztere auf rund 3,00 €/kg Schlachtgewicht abgerutscht. Auf dem Markt für Bio-Schlachtrinder hat sich der Preisrückgang des konventionellen Marktes nicht widerspiegelt. Bei eher knappem Angebot sind die Bio-Rinderpreise weitestgehend stabil geblieben.



### Milcherzeugerpreise in Deutschland

150 t Jahresanlieferung, 4,2% Fett, 3,4% Eiweiß, inkl. Zu- und Abschläge, ohne Nachzahlung (in Cent/kg)

Quellen: AMI (2013), Bioland: www.biomilchpreise.de

- Bio-Milch
- konventionelle Milch

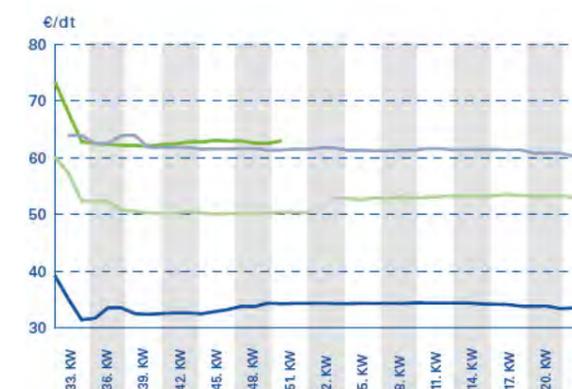


### Erzeugerpreise für Bio-Getreide in Deutschland

lose Ware, frei Verarbeiter/Mühle (in €/t)

Quelle: AMI (2013)

- Brotweizen
- Brotroggen
- Futterweizen



### Erzeugerpreise für Bio-Kartoffeln in Deutschland

lose Ware, frei Packer (in €/dt)

Quelle: AMI (2013)

- 2010/11
- 2011/12
- 2012/13
- 2013/14

## Situation im Naturkosthandel 2013

# Naturkostfachhandel baut Umsatz deutlich aus

Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V. erhebt seit vielen Jahren monatliche Umsatzdaten von aktuell 18 Naturkostgroßhändlern in Deutschland. Die im BNN-Umsatzmonitoring erfassten Unternehmen – 16 BNN-Mitglieder und 2 Nichtmitglieder – stellen mit gut 75% des Marktvolumens eine aussagefähige Basis für die Entwicklung des Gesamtfachmarktes für Naturkost und Naturwaren dar. Die befragten Großhandelsunternehmen haben in 2013 ihren Umsatz von 1,13 auf 1,26 Mrd. € ausgebaut. Für den Naturkostfachhandel lässt sich daraus ein Umsatzvolumen von 2,5 Mrd. € für 2013 errechnen.

Der Gesamtumsatz der betrachteten Großhandelsunternehmen hat sich kontinuierlich positiv entwickelt. So betrug der Gesamtumsatz der betrachteten Großhändler 2013 1,26 Mrd. € – 2009 waren es 0,86 Mrd. €.

Dabei wurden die Umsätze im Großhandel weiterhin deutlich vom Frischbereich dominiert. Der Anteil Frisch zu Trocken variiert von Jahr zu Jahr – allerdings in engen Grenzen von 62,3% (2009) bis 63,7% (2013). Knapp zwei Drittel des Jahresumsatzes wurden also weiterhin im Frischbereich generiert.

Die Umsatzdaten des BNN-Umsatzmonitors beziehen sich auf Gesamtumsätze inklusive Neueröffnungen, Schließungen sowie Flächenveränderungen des Naturkosteinzehandels. Die Daten ermöglichen somit Aussagen über die Entwicklung des gesamten Naturkostmarktes. Aussagen zur Entwicklung einzelner Läden, Ladentypen, Bestandsflächen u. ä. lassen sich aus den Daten der Grundgesamtheit nicht ableiten und bedürfen einer getrennten fachlichen Erarbeitung.

Die Grundgesamtheit ist anteilmäßig von regional agierenden Unternehmen geprägt. Nur zwei Unternehmen sind national aktiv. Ein Unternehmen hat sich einzig auf Frischprodukte spezia-

lisiert. Alle anderen sind inzwischen als Vollsortimenter am Markt vertreten, auch wenn bei einigen Unternehmen der Trockenanteil (noch) rudimentär ist.

Seit dem Start des nationalen Projektes „Marktstrukturdaten Naturkostfachhandel“ (2009) werden die Umsatzdaten des BNN-Monitoring statistisch aussagefähig mit dem Gesamtfachhandelsumsatz verknüpft. Ausgehend vom Umsatzvolumen im BNN-Umsatzmonitoring, verknüpft mit Erkenntnissen aus dem Projekt Marktstrukturdaten, lassen sich Umsatzdaten für den Naturkostfachhandel treffen. Für den Naturkostfachhandel ergeben sich über die Jahre beträchtliche Umsatzzuwächse. Für 2013 war auf Fachhandelsebene ein Umsatz von 2,5 Mrd. € zu verzeichnen.

Der Umsatz des Naturkostfachhandels wächst weiter. Im gesamten Bio-Markt gewinnt das Segment der vegetarischen und veganen Produkte an Bedeutung (s. S. 24). Es bleibt jedoch abzuwarten, ob sich die große mediale Aufmerksamkeit für vegane und vegetarische Bio-Produkte in den nächsten Jahren in einem stabilen Marktwachstum widerspiegelt. Oder ob gerade „die nächste Sau durchs Dorf getrieben wird“, wie einige Marktbeteiligte skeptisch anmerken.



Gesamtumsatzentwicklung im BNN-Umsatzmonitoring 2009 - 2013 (in Mrd. €)

Quelle: BNN-Umsatzmonitoring



Umsatzentwicklung Frisch und Trocken 2009 - 2013 (in %)

Quelle: BNN-Umsatzmonitoring



Gesamtmarktentwicklung Naturkostfachhandel 2009 - 2013 (in Mrd. €)

Quellen: BNN (2011); BNN-Umsatzmonitoring

Umsatzentwicklung bei Bio-Lebensmitteln

# Deutscher Bio-Umsatz 2013 um 7,2 % gewachsen

Der Bio-Markt in Deutschland ist 2013 in ähnlichem Maße gewachsen wie 2012. Insbesondere der Naturkostfachhandel aber auch die Vollsortimenter trugen überdurchschnittlich zum Umsatzplus bei. Vor allem die Preissteigerungen bei Frischeprodukten und die Absatzsteigerungen bei Trockenprodukten führten zu größeren Umsätzen mit Bio-Lebensmitteln.

2013 gaben die deutschen Haushalte 7,2 % mehr Geld für Bio-Lebensmittel und Bio-Getränke aus. Insgesamt belief sich der Umsatz auf 7,55 Mrd. € im Vergleich zu 7,04 Mrd. € im Vorjahr. Die Daten basieren auf Schätzungen des von der AMI koordinierten Arbeitskreises Biomarkt.<sup>1</sup>

Zwischen den einzelnen Warengruppen gab es, wie schon in den Vorjahren, erhebliche Unterschiede. Die größten Zuwächse bei den Bio-Frischewaren wurden mit den Produktgruppen Kartoffeln, Obst und Gemüse sowie Fleisch- und Wurstwaren und Trinkmilch erzielt. Bei Kartoffeln, Gemüse und Obst trugen erhebliche Preissteigerungen infolge der ungünstigen Witterung und den damit verbundenen knappen Angebot zur Umsatzsteigerung bei. Anders als in den Vorjahren erreichten diese Produktgruppen die höchsten Wachstumsraten (s. S. 18). Die Fleisch- und Wurstwarenverkäufe profitierten vom reichlichen und häufig günstigem Schweinefleischangebot. Trinkmilch gehörte mit einem Umsatzplus von 11,3 % ebenfalls zu den Gewinnern. Die Trockenprodukte waren insbesondere in den Drogeriemärkten erfolgreich.

Einige Warengruppen mussten Federn lassen: Nach einem Höhenflug in 2012 ist der Bio-Eierumsatz vor allem in den Discountern gesunken – insgesamt um 5 %. Trotzdem gehörten Bio-Eier mit knapp 14 % Umsatzanteil nach wie vor zu den Produkten mit dem höchsten Bio-Anteil am jeweiligen Gesamtmarkt. Neben dem Bio-Eiermarkt konnte auch der -Käsemarkt nicht von der günstigen Entwicklung des Bio-Marktes profitieren.

Vergleicht man die verschiedenen Absatzwege der Bio-Lebensmittel und -Getränke, hat sich der Naturkosthandel (einschließlich größerer Hofläden) mit einem Wachstum von 8,6 % besonders dynamisch entwickelt (s. S. 14). Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) punktete im Bereich der Vollsortimenter und den Drogeriemärkten mit größeren Verkaufsmengen. Mit 6,4 % Wachstum lag der LEH insgesamt leicht unter dem Durchschnitt. Die „sonstigen Verkaufskanäle“, zu denen Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüse-Fachgeschäfte, Wochenmärkte, Abo-Kisten, Versandhandel, Tankstellen und Reformhäuser zählen, erreichten bei durchschnittlichem Wachstum einen Umsatzanteil von 9 %.

<sup>1</sup> Dem Arbeitskreis Biomarkt gehören folgende Personen/Organisationen an: Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI), bioVista, Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW), GfK SE, Prof. Dr. Ulrich Hamm (Universität Kassel), Klaus Braun Kommunikationsberatung, Prof. Dr. Paul Michels (Hochschule Weihenstephan-Triesdorf) und Nielsen.

Umsätze und Umsatzanteile für Öko-Lebensmittel in Deutschland nach Absatzebenen<sup>1)</sup>

Umsätze ohne Außer-Haus-Verzehr (in Mrd. €)

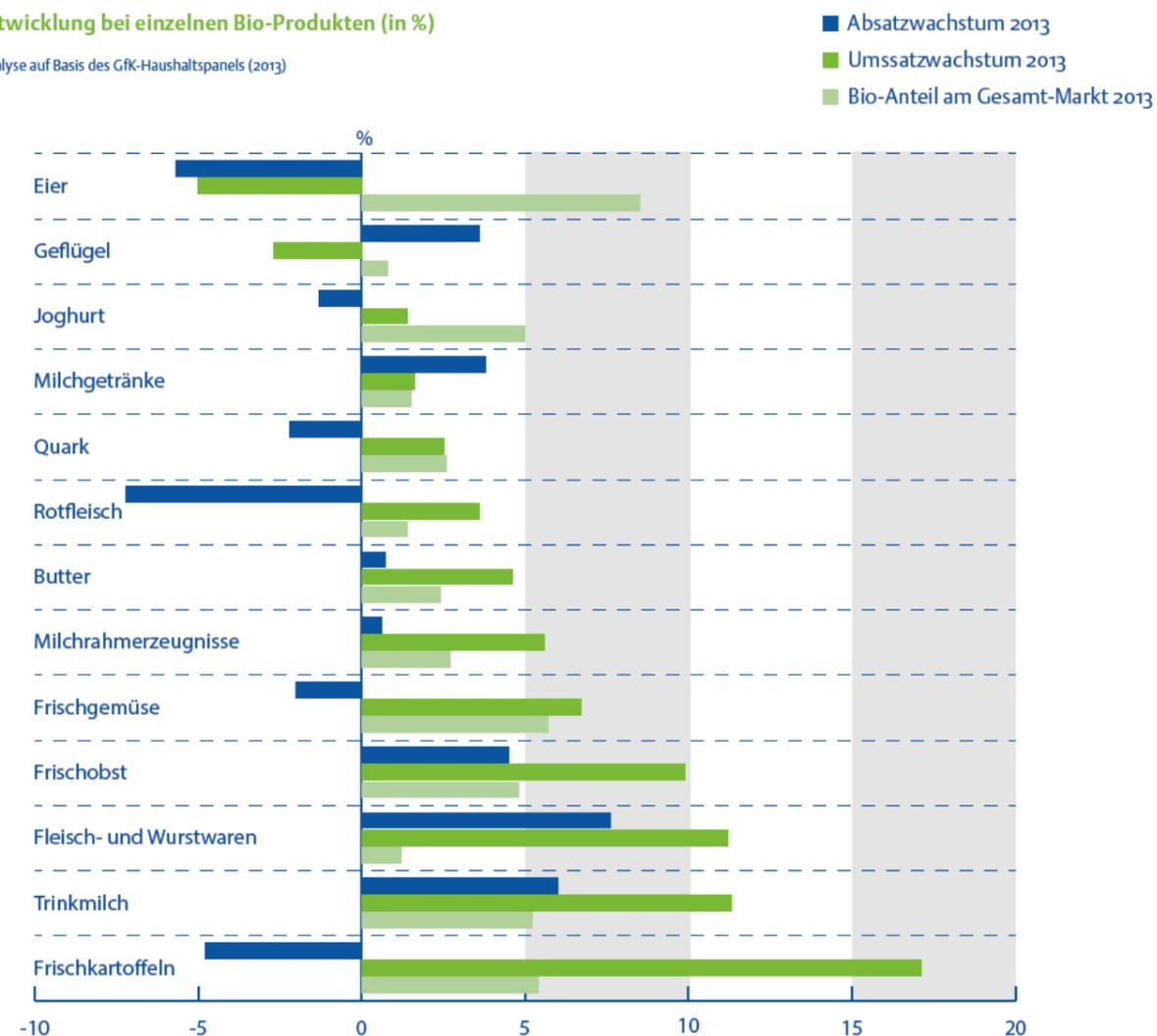
Quelle: Arbeitskreis Biomarkt (2014)

	Umsätze 2012 (in Mrd. €)	Anteil 2012 (in %)	Umsätze 2013 (in Mrd. €)	Anteil 2013 (in %)	Wachstum (in %)
Naturkostfachgeschäfte <sup>2)</sup>	2,21	31%	2,40	32%	8,6%
Lebensmitteleinzelhandel <sup>3)</sup>	4,23	60%	4,50	60%	6,4%
Sonstige <sup>4)</sup>	0,61	9%	0,65	9%	7,8%
<b>Insgesamt</b>	<b>7,04</b>		<b>7,55</b>		<b>7,2%</b>

Anmerkungen:  
 1) Auch für 2012 und 2013 hat der Arbeitskreis Biomarkt die Umsätze mit Bio-Lebensmitteln und -Getränken nach Geschäftstypen wieder in einer gemeinsamen Schätzung ermittelt. Aufgrund einer Neuberechnung der Abdeckung des Haushaltsverbrauchs durch das Haushaltspanel (Coverage) und in Orientierung an Handelspaneldata wurden die Umsätze im LEH neu berechnet. Diese Werte sind deshalb nicht mehr mit den Vorjahren vergleichbar. Gleichzeitig schrumpfte der Wert der sonstigen Einkaufsstätten, die bislang auch einen größeren Anteil nicht zugeordneter Einkaufsstätten enthielten. Auch hier ist eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren nicht mehr gegeben. Die Gesamtsumme und der Umsatz der Naturkostfachgeschäfte sind aber mit den für 2011 ermittelten Werten vergleichbar.  
 2) einschließlich Hofläden, die netto Waren im Wert von mind. 50.000 € zukaufen (u. a. vom Großhandel)  
 3) einschließlich Drogeriemärkte  
 4) Bäckereien, Metzgereien, Obst/Gemüse-Fachgeschäfte, Wochenmärkte, Abokisten, Versandhandel, Tankstellen

Umsatzentwicklung bei einzelnen Bio-Produkten (in %)

Quelle: AMI Analyse auf Basis des GfK-Haushaltspanels (2013)



Wachstumsmarkt Bio

# Gemüse und Obst auf Erfolgskurs

Der Umsatz mit Bio-Obst und -Gemüse ist in 2013 wieder deutlich gestiegen. So gaben die Haushalte in Deutschland im Zeitraum von November 2012 bis Oktober 2013 und im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 9 % mehr Geld für Bio-Gemüse und 12 % mehr Geld für Bio-Obst aus. Frisches Bio-Obst und -Gemüse sind „die“ Pionierprodukte des Bio-Marktes. Sie waren 2012 für ein Fünftel des deutschen Bio-Umsatzes verantwortlich; 2013 dürfte ihr Umsatzanteil noch gestiegen sein. Ein breiteres inländisches Angebot sowie Neulistungen im Lebensmitteleinzelhandel beflügelten den Umsatz zusätzlich.

Bei vielen Bio-Gemüsearten sind die Preise nach kleinen Ernten 2013 deutlich gestiegen. Trotz stabiler Verkaufsmengen wurde deshalb ein höherer Umsatz erzielt. Das nasse und kalte Frühjahr hatte sowohl die Salatsaison verzögert, als auch die Startbedingungen für viele Lagergemüsearten verschlechtert. Mit einem Anteil von 41 % dominierte die Möhre unbestritten den gesamten Bio-Gemüseabsatz. Nach einer kleinen Ernte 2012 wurden bei steigenden Preisen deutlich weniger Möhren angeboten. Die Haushalte kauften von November 2012 bis Oktober 2013 fast 6 % weniger Bio-Möhren, gaben dafür aber 3 % mehr Geld aus. Auch Fruchtgemüse aus Südeuropa sowie aus Deutschland wurden lange Zeit nur in kleinen Mengen zu hohen Preisen angeboten. Der Tomatenabsatz ist in ähnlichem Maße wie der Umsatz um knapp 1 % gesunken. Das Angebot an deutscher Ware aus dem Unterglasanbau wurde zwar ausgebaut, konnte aber die geringeren Liefermengen aus Südeuropa während der Importsaison nicht kompensieren. Die Zwiebelkäufe sind um ein Viertel gestiegen, da zwei Discounter Bio-Zwiebeln in ihr Sortiment aufgenommen haben.

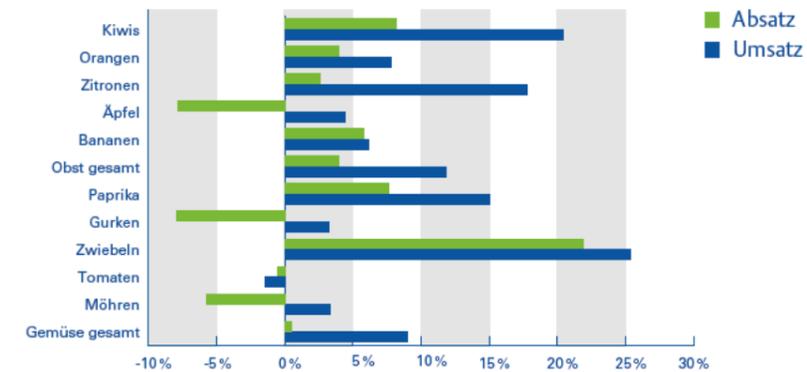
Gemüse aus inländischer Herkunft konnte mit einem Umsatzplus von 11 % und einem Absatzplus von 4 % sogar stärker bei den Haushalten punkten als ausländische Ware. Deren Absatz ging

um 6 % zurück, der Umsatz legte jedoch um 6 % zu. Insbesondere die Möhrenimporte gingen zurück, genauso wie die Verkaufsmengen verschiedener importierter Salate. Aktuell stammen 56 % der Bio-Gemüsemenge und 44 % des Bio-Gemüseumsatzes aus inländischer Ware, so die AMI-Analyse auf Basis des GfK-Haushaltspanels.

Beim Bio-Obst dominierte die Banane das Geschehen, die allein 43 % der Absatzmenge und 30 % des Bio-Obstumsatzes ausmachte. Nach Produktionsausfällen 2012 standen 2013 wieder ausreichende Mengen zur Verfügung. Sowohl der Bio-Bananenabsatz als auch der Umsatz wuchsen von November 2012 bis Oktober 2013 um 6 %. Nach einer kleineren europäischen Apfelernte 2012 kauften die Haushalte von November 2012 bis Oktober 2013 knapp 8 % weniger Äpfel. Höhere Preise, vor allem im 1. Halbjahr 2013, kompensierten die Absatzverluste, so dass die Umsätze trotzdem um 4 % anstiegen. Beim Obst fielen die Inlandsanteile im Vergleich zum Gemüse naturgemäß deutlich geringer aus. Sie lagen auf Absatzebene bei 13 % und erreichten beim Umsatz einen Anteil von 17 %. Hochpreisige Obst- und Gemüse-Produkte wie verschiedene Beerenarten haben es auf dem Bio-Markt noch schwer, konnten allerdings in den vergangenen Jahren zulegen.

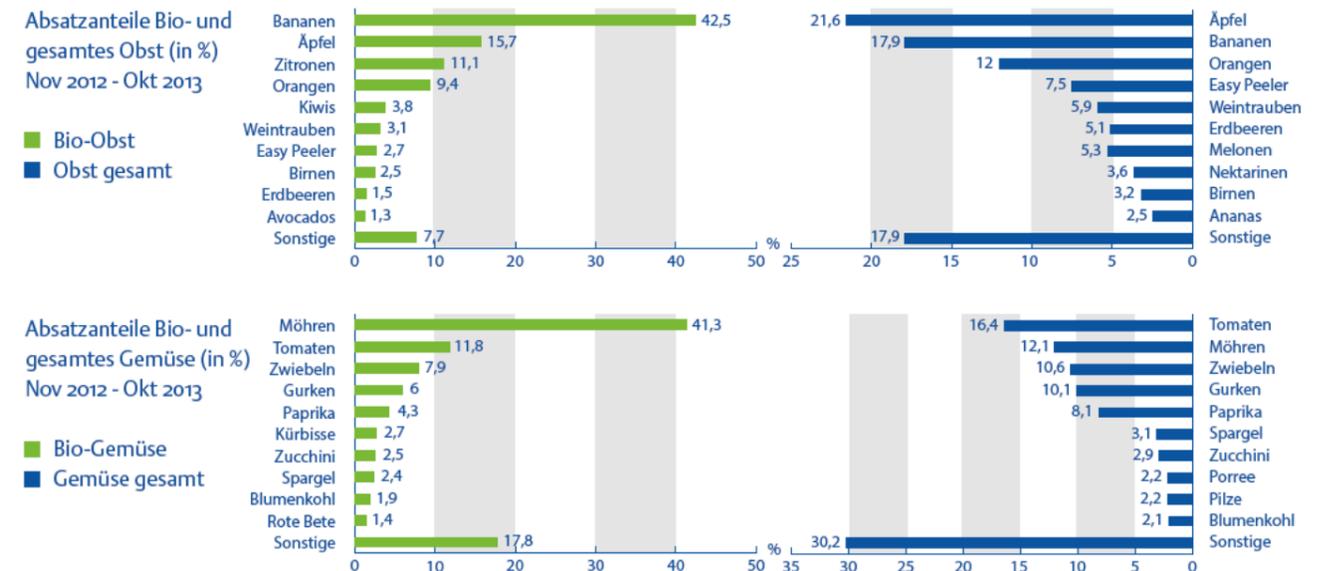
## Absatz- und Umsatzänderung verschiedener Bio-Obst- und -Gemüsearten Nov. 2012 bis Okt. 2013 (in %)

Quelle: AMI Analyse des GfK-Haushaltspanels (2013)



### Top 10 in Deutschland

Quelle: AMI Analyse des GfK-Haushaltspanels (2013)



Bio-Gemüseanbau in Deutschland 2012			
	Fläche (in ha)	Erntemenge (in t)	Bio-Anteil an Erntemenge (in %)
Freilandgemüse gesamt	10.574	263.140	7,2
Kohl Gemüse	1.468	263.140	4,4
Blatt- und Stängelgemüse	2.836	33.429	4,5
Wurzel- und Knollengemüse	3.069	128.812	8,9
Fruchtgemüse	1.422	42.275	12,8
Hülsenfrüchte	1.397	7.196	9,4
Sonstige Gemüse	382	8.620	13,5
Erdbeeren	759	6.746	4,5
Unterglasanbau	255	k. Angabe	k. Angabe
Pilze	50	4.000	7,6

Quelle: Statistisches Bundesamt (2013)

Vermarktung

# Regionalfenster ein geeignetes Instrument zur Kennzeichnung von Regionalprodukten

Laut einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Bundesministeriums für Landwirtschaft und Ernährung nennen die befragten Kunden als wichtigsten Grund für den Kauf von Bio-Lebensmitteln die regionale Herkunft bzw. Unterstützung regionaler Betriebe (87%). 92 % aller Befragten bevorzugen Lebensmittel, die aus der Region stammen. Mit dem „Regionalfenster“ wurde ein Konzept entwickelt, glaubwürdig und nachvollziehbar Produkte aus der Region zu kennzeichnen.

Um eine Verwechslung von Öko-Produkten und konventionellen Regionalprodukten auszuschließen, sind im Regionalfenster ausschließlich Aussagen zur Herkunft der eingesetzten landwirtschaftlichen Zutaten, dem Ort der Verarbeitung und, optional, zu den Vorstufen der Landwirtschaft zugelassen. Aussagen zur Art der Erzeugung (z. B. fair, nachhaltig, ökologisch, ohne Gentechnik, tiergerecht) sind im Regionalfenster nicht erlaubt. Zudem ist das Regionalfenster als Deklarationsfeld konzipiert, das nicht grafisch aufbereitet wird. Es versteht sich nicht als Markenzeichen. Damit lässt sich das Regionalfenster zusätzlich zu einem Bio-Zeichen einsetzen.

Das Konzept des Regionalfensters wurde zwischen Juli 2012 bis August 2013 mit finanzieller Unterstützung des BÖLN<sup>1</sup> ausgearbeitet und die Verbraucherakzeptanz geprüft. Es wurden Testregionen in 5 Bundesländern ausgewählt. Der Testmarkt umfasste 20 Testgeschäfte, in denen 200 unterschiedliche Produkte angeboten wurden. Die Untersuchung ergab, dass sich der Ansatz, regionale Lebensmittel mit dem Regionalfenster zu kennzeichnen, in seinen wesentlichen Elementen sowohl bei Verbrauchern

als auch bei Händlern bewährt hat. Ein wesentlicher Pluspunkt ist die übersichtliche Präsentation der Informationen zur Herkunft der landwirtschaftlichen Rohstoffe sowie zum Verarbeitungs- bzw. Verpackungsort. Die große Mehrheit der Verbraucher und Händler bewertete das Regionalfenster als verständlich und informativ. Durch den Herkunftsnachweis und die unabhängigen Kontrollen könnte das Regionalfenster sich zukünftig mit seinem Alleinstellungsmerkmal auf dem deutschen Markt profilieren und eine hohe Verbraucherakzeptanz gewinnen.

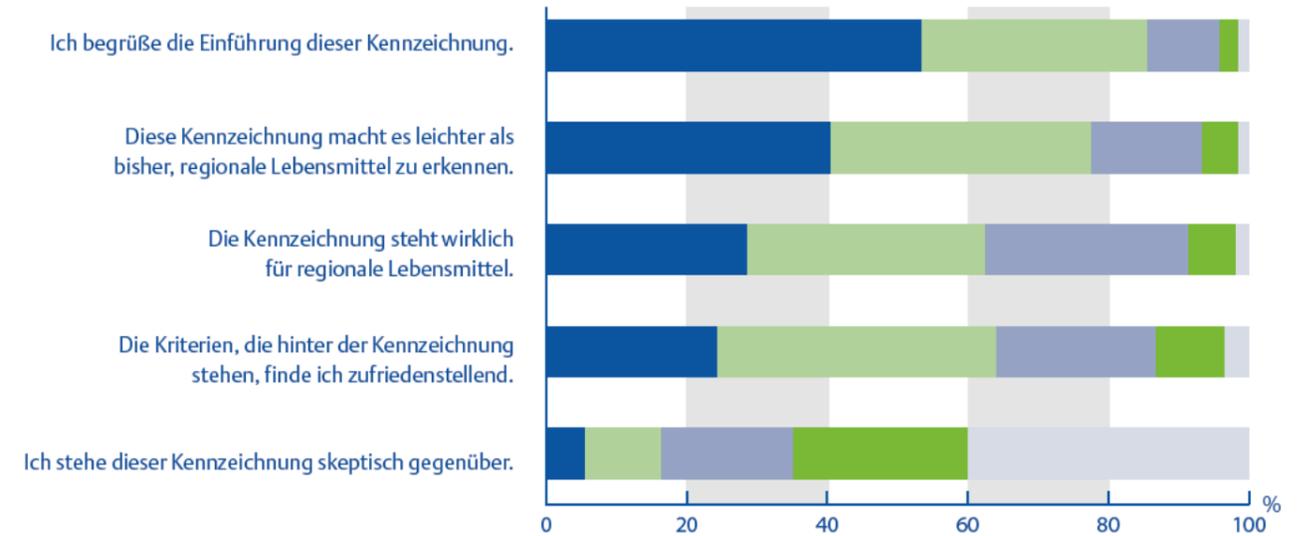
Die Mitglieder des Trägervereins „Regionalfenster e.V.“ kommen aus den Bereichen Lebensmittelerzeugung und -verarbeitung, dem Ökologischen Landbau, dem Handwerk, dem Lebensmittelhandel, dem Lebensmittelmarketing, der Qualitätssicherung sowie aus dem Bereich der Regionalinitiativen. Sie decken die gesamte Wertschöpfungskette ab. Ein Beirat, bestehend aus Personen aus den Bereichen Wissenschaft, Ministerien und Verbraucherschutz, begleitet beratend die Weiterentwicklung des Regionalfensters.

<sup>1</sup> Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft

## Beurteilung des Regionalfensters (N=2019, in % der Befragten)

Quelle: Hermanowski, R. und Hamm, U. (Hrsg.) (2013)

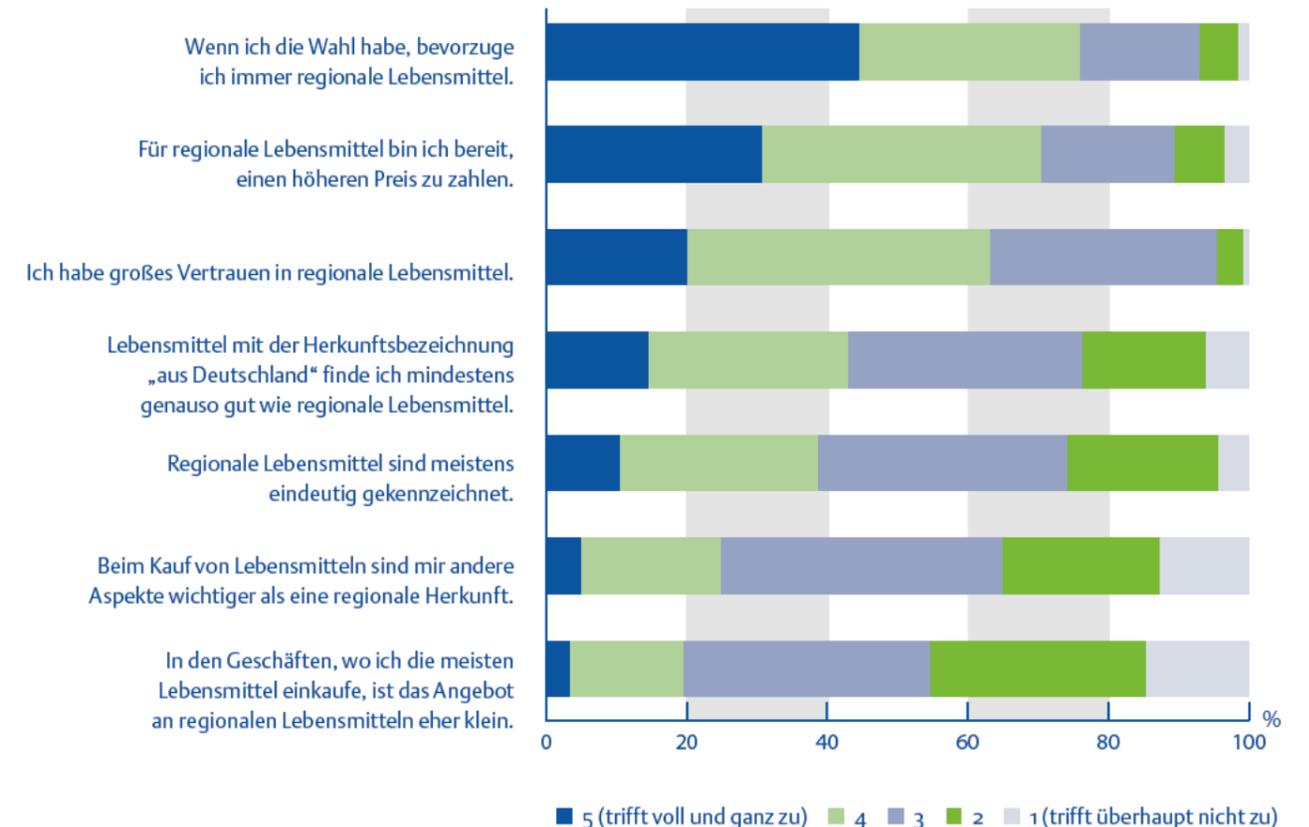
Frage: Wie beurteilen Sie die Kennzeichnung insgesamt? Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zutreffen.



## Aussagen zu regionalen Lebensmitteln (N=2019, in % der Befragten)

Quelle: Hermanowski, R. und Hamm, U. (Hrsg.) (2013)

Frage: Bitte sagen Sie mir jeweils, inwieweit die Aussage zutrifft.



Bio-Handelsumsätze in Europa

# Eier sind eine Bio-Erfolgsgeschichte in vielen Ländern

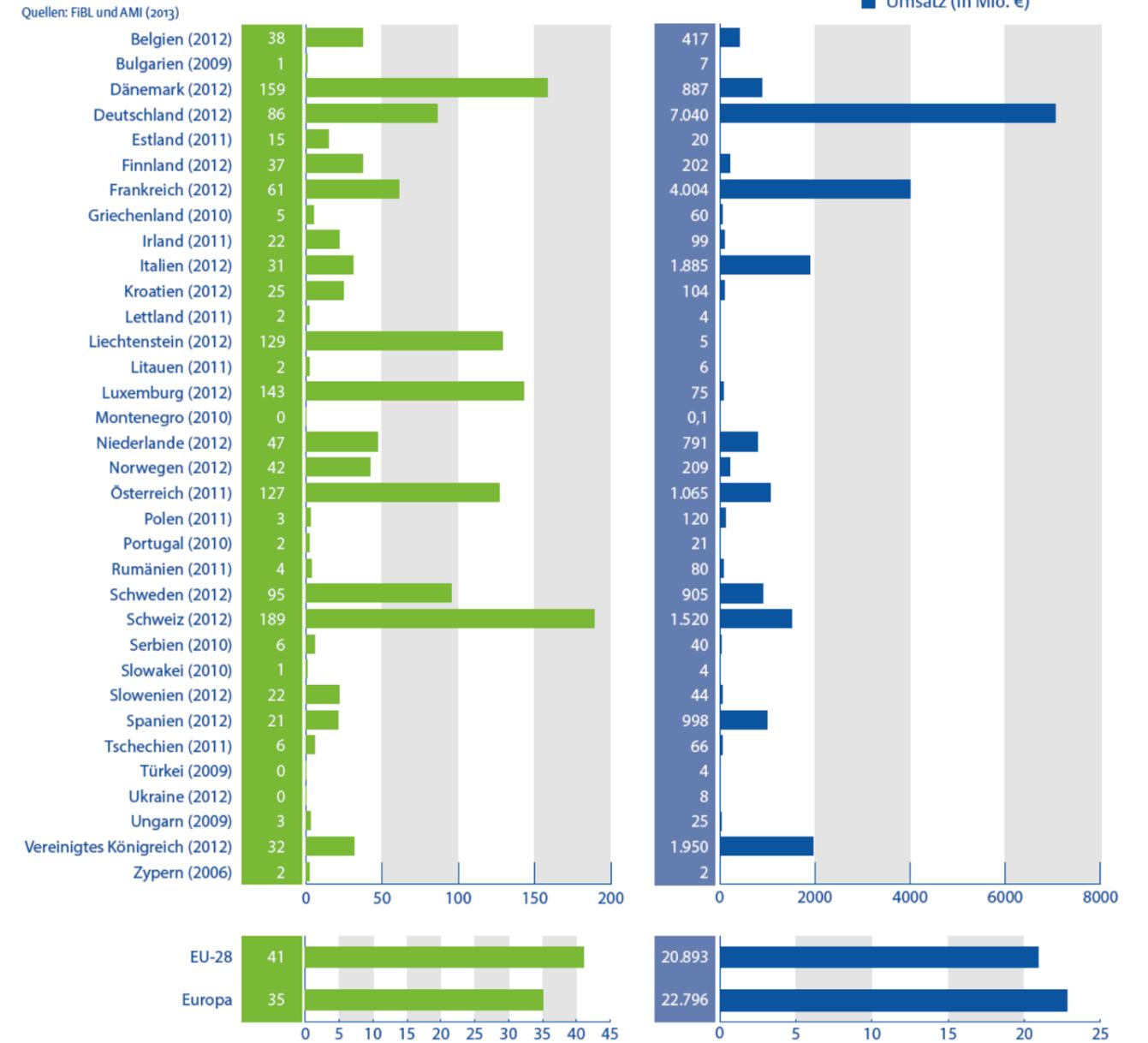
In 2012 ist der europäische Bio-Handelsumsatz um ca. 6 % auf 22,8 Mrd. € gewachsen. In einigen Ländern wie Dänemark, Irland und Schweden stagnierte der Bio-Markt, während in anderen Ländern ein starkes Wachstum verzeichnet wurde. Zu den Bio-Gewinnern gehörten Finnland (+ 24 %), Norwegen (+ 17,2 %) und die Niederlande (+ 14,2 %; einschließlich Catering und Restaurants). Im Gegensatz dazu nahm im Vereinigten Königreich der Einzelhandelsumsatz im vierten Jahr in Folge ab (- 1,5 %); für 2013 war jedoch eine Trendumkehr zu erwarten.

Obst und Gemüse sind in vielen Ländern Europas nicht nur Pionierprodukte des Bio-Marktes sondern erreichten auch 2011 und 2012 besonders hohe Marktanteile. Diese bewegten sich zwischen einem Drittel und einem Fünftel auf den nationalen Bio-Märkten. Besonders bedeutend war die Warengruppe Obst und Gemüse in Italien, Irland, Norwegen, Schweden und Deutschland (s. S. 18). Insgesamt erreichten Frischeprodukte europaweit weitaus höhere Anteile am Bio-Markt als am Markt für konventionelle Lebensmittel. Auch tierische Erzeugnisse, vor allem Milch und Milchprodukte, machten besonders in Nordeuropa, aber auch in vielen weiteren europäischen Ländern, einen großen Anteil aller verkauften Bio-Produkte aus. Mit Marktanteilen von ca. 10 % waren in Belgien, den Niederlanden, Finnland und Frankreich Fleisch und Fleischprodukte sehr erfolgreich. In vielen anderen Ländern Europas war dieses Marktsegment weniger weit entwickelt. Gründe dafür sind mangelnde Verarbeitungskapazitäten, aber auch große Preisunterschiede zum häufig günstigen konventionellen Fleisch. Bio-Getreideerzeugnisse, die in den Supermärkten leicht verkauft und gelagert werden können, erreichten in Tschechien,

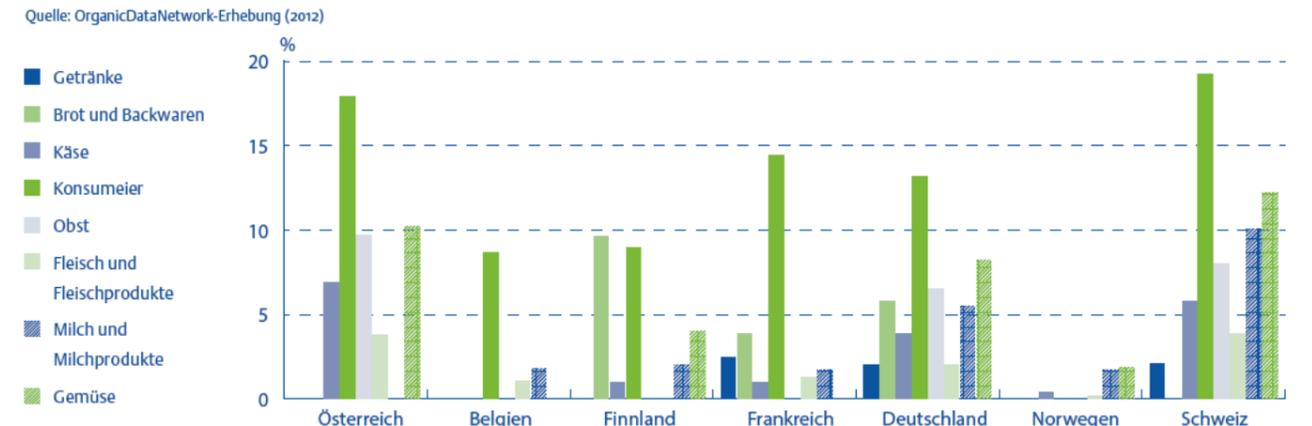
Finnland und in Norwegen hohe Marktanteile. Brot und Backwaren spielten in der Produktpalette des Bio-Sektors mit ca. 10 % des Marktes in der Schweiz, den Niederlanden, Frankreich, Schweden, Finnland und Deutschland eine wichtige Rolle.

Vergleicht man den Bio-Anteil bestimmter Erzeugnisse mit dem jeweiligen Gesamtmarkt, kann der Bio-Eiermarkt in vielen europäischen Ländern als äußerst erfolgreich bezeichnet werden. Der OrganicDataNetwork-Erhebung zufolge erzielten Bio-Eier in der Schweiz Marktanteile am gesamten Eier-Markt von bis zu 20 %. In den meisten Ländern, in denen Daten verfügbar waren, betrug der Bio-Eier-Anteil ca. 10 %. Der Kauf von Eiern spiegelt die Bedenken der Konsumenten hinsichtlich des Tierschutzes wider, außerdem die Bereitschaft, auch relativ hochpreisige Produkte einzukaufen. Die zweithöchsten Marktanteile erzielte Bio-Gemüse mit 8 bis 12 % des nationalen Gemüsemarktes in der Schweiz, Österreich und Deutschland. In vielen Ländern erreichten Bio-Milchprodukte Marktanteile von ca. 5 % aller verkauften Milchprodukte; in der Schweiz sogar 10 %.

Bio-Umsatz in Europa nach Ländern 2012 (ohne Außer-Haus-Verpflegung und Export)



Anteile der Bio-Produktgruppen an ihren jeweiligen Gesamtmärkten für ausgewählte Länder im Jahr 2011 (in %)



## Bio und vegan

## Vegane Lebensmittel: Potentieller Zukunftsmarkt für den Bio-Sektor?

**Vegane Lebensmittel liegen im Trend. Bio-Kunden verzehren zunehmend Alternativen zu tierischen Lebensmitteln. In den deutschen Bio-Läden wuchs der durchschnittliche Monatsumsatz der als vegan deklarierten Artikel im Zweijahreszeitraum zweistellig. Es könnte sich für Bio-Unternehmer auszahlen, den tierfreien Produkten zukünftig mehr Regalmeter einzuräumen.**

Laut einer aktuellen Untersuchung ernähren sich 0,5 % der Deutschen vegan. Der Vegetarierbund Deutschland geht Ende 2013 sogar von einem doppelt so hohen Anteil aus. Heute leben 800.000 Menschen in Deutschland vegan, Tendenz steigend. Veganer essen kein Fleisch und verzehren keine anderen tierischen Lebensmittel. Zudem schließt eine konsequent vegane Lebensweise auch (Hilfs-)Stoffe tierischer Herkunft in der Lebensmittelverarbeitung sowie Alltagsprodukte wie etwa Leder aus. Die Gründe für diese alternative Ernährungs- und Lebensweise sind vielfältig. Von zentraler Bedeutung sind Tierschutz-, ökologische und Gesundheitsaspekte. Insbesondere für Kunden, die aus Gesundheits- oder ökologischen Gründen zu veganen Lebensmitteln greifen, ist die Kombination aus tierproduktfrei und bio sinnvoll.

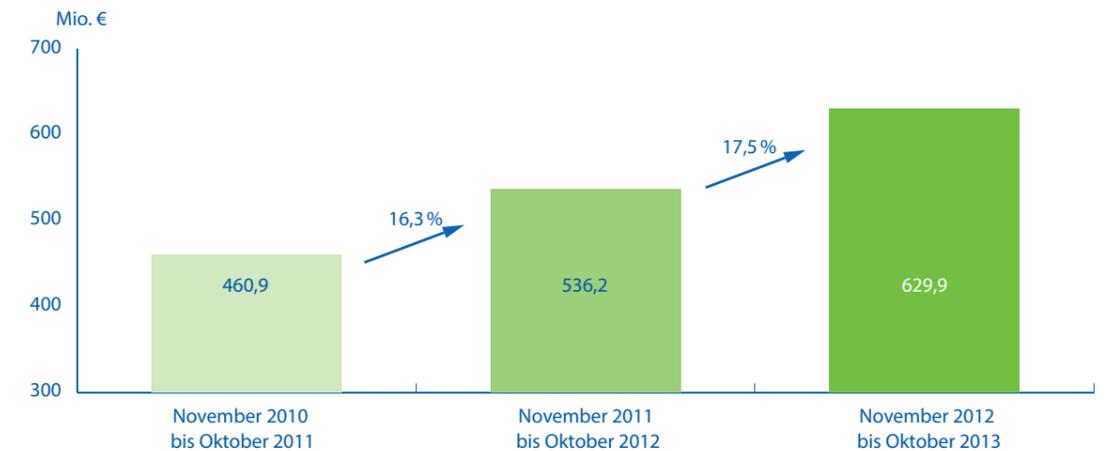
Im Zeitraum von November 2012 und Oktober 2013 liegt die Zuwachsrate vegan deklarerter Produkte im Naturkostfachhandel mit 17,5 % im zweistelligen Bereich und übersteigt das Wachstum im vergleichbaren Vorjahreszeitraum (16,3 %). Insgesamt wurden im Naturkostfachhandel im genannten Zeitraum knapp 630 Mio. € mit veganen Lebensmitteln umgesetzt, im Vergleich zu 536 Mio. € im Vorjahr. In einer Erhebung von bioVista wurden dabei Bio-Lebensmittel gewertet, die explizit als „vegan“ seitens der Hersteller auf ecoinform.de ausgelobt waren.

Immer mehr Menschen verzehren Getreidedrinks, Tofu oder Saitan als Alternativen zu entsprechenden tierischen Produkten und kaufen vegane Rohprodukte. Meist sind dies Komplementärprodukte, wenn keine vollständige Umstellung auf die vegetarische oder vegane Lebensweise erfolgt. Der Bio-Fachhandel verzeichnet weiterhin überproportionale Umsatzzuwächse in den folgenden veganen Produktgruppen: Nussmuse um 38 %, Nüsse und Nusskerne um 13 % sowie Ölfrüchte um 16 % zwischen November 2012 und Oktober 2013. Die Zahlen zeigen die hohe Dynamik dieses Marktsegments.

Der Trend zu einer veganen Lebensweise wird auch an anderen Stellen sichtbar. Wurden beispielsweise 2011 nur zwölf vegane Kochbücher veröffentlicht, waren es 2012 bereits 23 und bis zum Ende des 3. Quartals 2013 mehr als doppelt so viele Veröffentlichungen im Vergleich zum Vorjahr. Insbesondere in den Großstädten eröffnen immer mehr vegane Cafés und Restaurants. Bundesweit konnten Kunden Ende 2013 bereits in 5 veganen Kaufhäusern konsequent tierproduktfrei einkaufen, 3 weitere werden 2014 eröffnet. Die Messe für Bio-Lebensmittel BIOFACH räumt dem Thema vegan 2014 einen Schwerpunkt ein; drei weitere Messen – VeggieWorld, veganfach, VeggieExpo – bewerben allein in Deutschland ausschließlich vegane und/oder vegetarische Produkte. Für die Bio-Branche lohnt es sich, die Marktentwicklung veganer Produkte genau zu beobachten.

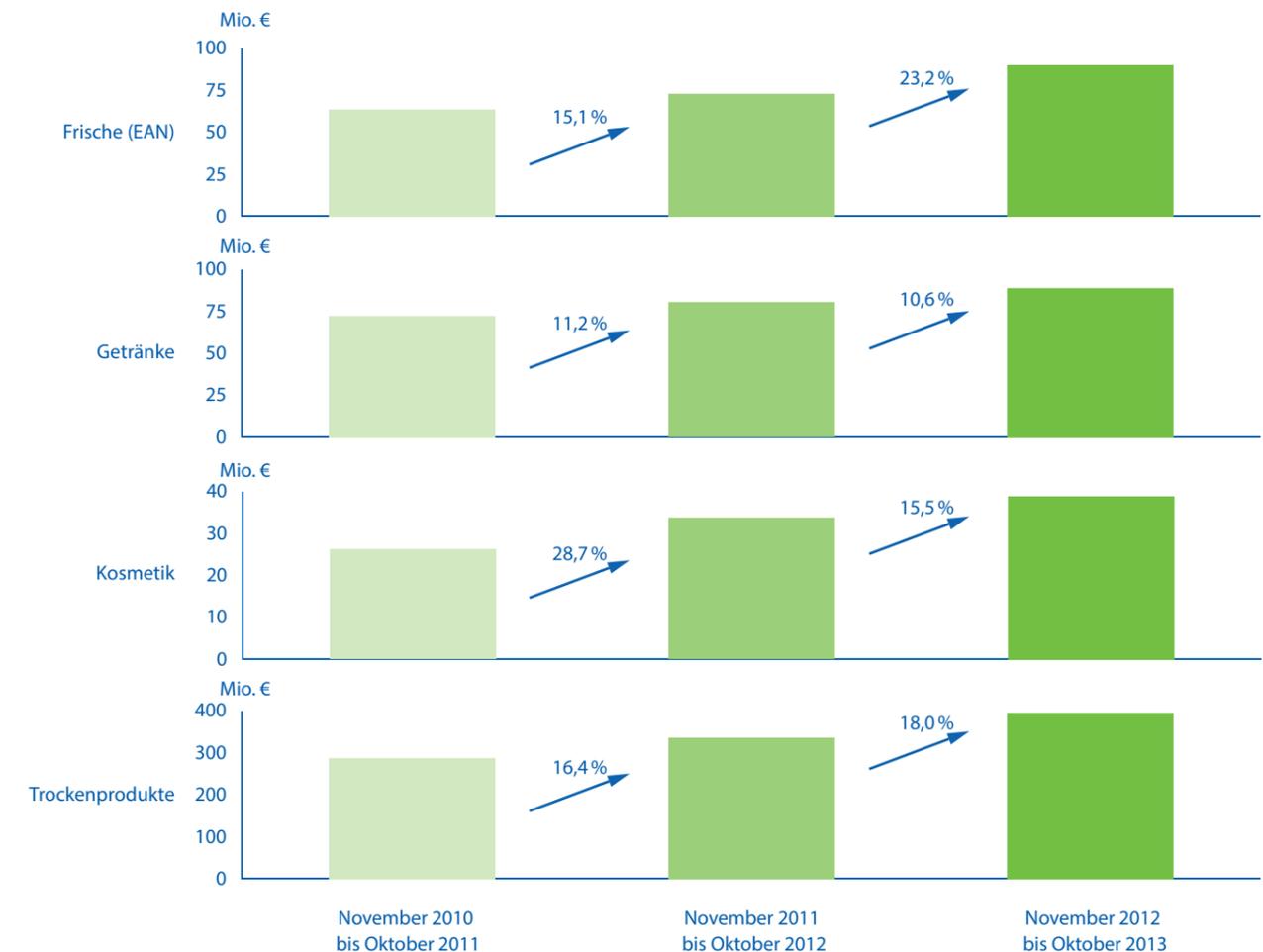
### Umsatz mit als vegan deklarierten Artikeln im Naturkostfachhandel (in Mio. €)

Quelle: bioVista (2013)



### Umsatz (in Mio. €) und Umsatzwachstum (in %) mit als vegan deklarierten Artikeln im Naturkostfachhandel nach Produktgruppen

Quelle: bioVista (2013)



Wirtschaftlichkeit des ökologischen Landbaus

# Einkommen bleiben stabil, relative Vorzüglichkeit nimmt ab

Die Einkommen ökologisch wirtschaftender Betriebe haben sich im Wirtschaftsjahr 2012/13 im Durchschnitt nur geringfügig gegenüber dem Vorjahr verändert. Gemäß einer vom Thünen-Institut für Betriebswirtschaft durchgeführten Auswertung der Testbetriebsdaten stieg der Gewinn plus Personalaufwand je Arbeitskraft (AK) um durchschnittlich 1,5 % und betrug 30.982 €. Im Unterschied zu den Vorjahren erzielten die Öko-Betriebe ein niedrigeres Durchschnittseinkommen als konventionelle Vergleichsbetriebe. Für die Auswertung wurden die Buchführungsabschlüsse von insgesamt 433 Öko-Betrieben herangezogen.

Im Wirtschaftsjahr (WJ) 2012/13 erzielten die ökologisch wirtschaftenden Testbetriebe<sup>1</sup> im Durchschnitt einen Gewinn plus Personalaufwand je AK von 30.982 €. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Anstieg von 1,5 %. Ohne Öko-Prämie hätte der Gewinn unter sonst gleichen Bedingungen bei 23.980 € gelegen. Insbesondere durch etwas höhere Erlöse aus der Getreide- und der Geflügel-/Eierproduktion stieg der Umsatz aus der landwirtschaftlichen Produktion bei den Öko-Betrieben im Durchschnitt um 6,6 %. Dem stand allerdings ein Anstieg der betrieblichen Aufwendungen (insbesondere bei Materialaufwand) von 4,2 % gegenüber.

Vergleichbare konventionelle Betriebe erzielten im WJ 2012/13 im Durchschnitt einen Gewinn plus Personalaufwand je AK von 33.002 €. Damit lag das durchschnittliche Einkommen der Öko-Testbetriebe erstmals seit vielen Jahren wieder unter dem Einkommen der konventionellen Vergleichsbetriebe (Differenz: -6 %). Der höhere Gewinn der konventionellen Vergleichsbetriebe ist in erster Linie auf die besonders deutlich gestiegenen Um-

satzerlöse im konventionellen Getreidebau bzw. die gesunkene Preisdifferenz zwischen ökologisch und konventionell erzeugtem Getreide zurückzuführen. Wie die nach Betriebsformen differenzierte Analyse zeigt, haben im letzten Wirtschaftsjahr nur die ökologischen Milchviehbetriebe im Durchschnitt höhere Gewinne als ihre konventionellen Berufskollegen vergleichbarer Betriebe realisiert (+11 %). Das durchschnittliche Einkommen der ökologisch wirtschaftenden Ackerbau- und Gemischtbetriebe lag hingegen deutlich unter dem Einkommen der konventionellen Vergleichsbetriebe (-11 bzw. -26 %).

Bemerkenswert ist ferner, dass 18 % der Öko-Betriebe ein Einkommen erzielen konnten, das mehr als doppelt so hoch war wie das der konventionellen Vergleichsbetriebe (Vorjahr: 19 %). Der Anteil der, relativ gesehen, besonders erfolgreichen Öko-Betriebe hat sich dabei nur unwesentlich geändert. Deutlich größer geworden ist jedoch der Anteil jener Öko-Betriebe, die nur einen maximal halb so hohen Gewinn wie ihre konventionellen Vergleichsbetriebe erzielten. Er lag im WJ 2012/2013 bei 22 % (Vorjahr: 18 %).

<sup>1</sup> Die Analyse der wirtschaftlichen Lage der ökologisch wirtschaftenden Betriebe basiert auf einer Auswertung der Buchführungsabschlüsse aus dem deutschen Testbetriebsnetz. Um die strukturellen Unterschiede zwischen der ökologischen und konventionellen Landwirtschaft zu berücksichtigen, werden den Öko-Betrieben sorgfältig ausgewählte konventionelle Vergleichsbetriebe mit ähnlichen Standortbedingungen und Produktionsfaktoren gegenübergestellt.

Ausgewählte Kennzahlen ökologischer und vergleichbarer konventioneller Betriebe<sup>1</sup> differenziert nach Betriebsform im WJ 2012/13

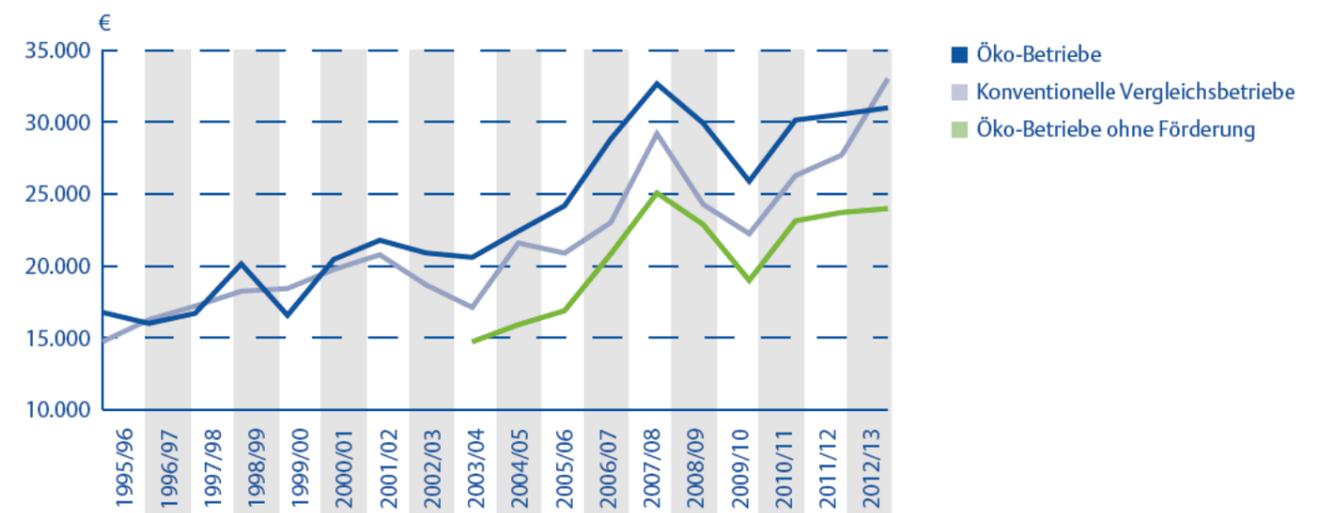
Quelle: Sanders, J. (2014)

	Zahl	Ackerbau		Milchvieh		Sonstiger Futterbau		Gemischt		Insgesamt	
		ökologischer Landbau	konventionelle Vergleichsgruppe								
Betriebe	Zahl	82	665	198	1.013	86	302	67	298	433	2.278
Konventionelle Vergleichsgruppen <sup>2</sup>	Zahl	-	82	-	198	-	86	-	67	-	433
Ldw. genutzte Fläche (LF)	ha	160,9	157,5	71,3	67,4	106,0	103,3	169,3	162,5	110,3	106,3
dar.: Ldw. Ackerfläche	ha	147,2	144,5	29,5	33,4	31,6	33,9	126,8	134,5	67,3	70,2
Dauergrünland	ha	13,5	11,7	41,8	33,9	74,3	69,3	41,4	27,4	42,8	35,7
Arbeitskräfte	AK/100 ha LF	2,5	2,1	2,0	1,7	1,9	1,5	3,6	2,6	2,3	1,9
Umsatzerlöse	€/ha LF	1.631	1.626	2.161	2.266	654	845	1.380	2.059	1.542	1.763
dar.: Ldw. Pflanzenproduktion	€/ha LF	1.231	1.492	85	295	53	167	401	815	470	729
Tierproduktion	€/ha LF	74	59	1.970	1.882	527	650	844	1.100	904	948
Sonstige betriebliche Erträge	€/ha LF	711	516	861	734	686	576	698	570	747	603
dar.: Direktzahlungen und Zuschüsse	€/ha LF	517	351	591	439	557	432	533	382	550	399
dar.: Entkoppelte Betriebsprämie	€/ha LF	303	302	295	306	276	276	285	293	291	296
Zahlungen aus Agrarumweltmaßnahmen	€/ha LF	175	17	188	33	196	84	180	23	184	36
Materialaufwand	€/ha LF	774	760	963	1.227	358	549	777	1.346	751	993
Personalaufwand	€/ha LF	217	110	164	103	96	54	294	210	196	121
Abschreibungen	€/ha LF	196	175	415	357	190	173	240	202	270	234
Sonstige betriebliche Aufwendungen	€/ha LF	526	437	760	675	365	354	447	485	546	501
Gewinn	€/Untern.	89.050	97.487	45.426	38.343	29.732	26.521	39.509	53.740	49.655	49.578
Einkommen (Gewinn + Personalaufwand)	€/AK	49.588	55.598	28.862	25.970	21.376	21.429	24.930	33.549	30.982	33.002

<sup>1</sup> Nicht hochgerechnete Durchschnittswerte ohne Gartenbau-, Dauerkultur- und Veredlungsbetriebe.  
<sup>2</sup> Konventionelle Vergleichsgruppen werden aus konventionellen Einzelbetrieben gebildet, die im Vergleich zu den Öko-Betrieben ähnliche Standortbedingungen und Faktorausstattungen aufweisen.

Entwicklung des Gewinns plus Personalaufwand je AK in ökologischen und vergleichbaren konventionellen Betrieben in Deutschland (mit und c.p. ohne Ökoprämie, in €/Jahr)

Quelle: Sanders, J. (2014)



Volkswirtschaftlicher Nutzen der ökologischen Landwirtschaft für Österreich

# Ökologischer Landbau senkt externe Kosten der Landbewirtschaftung

Eine Studie des Forschungsinstituts für Biologischen Landbau (FiBL) attestiert dem österreichischen Ökolandbau vielfältig positive Leistungen in den Bereichen Biodiversität, Nährstoff- und Energieressourcen, Treibhausgasemissionen, Gewässer- und Luftreinhaltung sowie Bodenfruchtbarkeit. Die Autoren gehen davon aus, dass die ökologischen Folgekosten der Landwirtschaft durch ökologische Bewirtschaftung um etwa einen Drittel reduziert werden können.

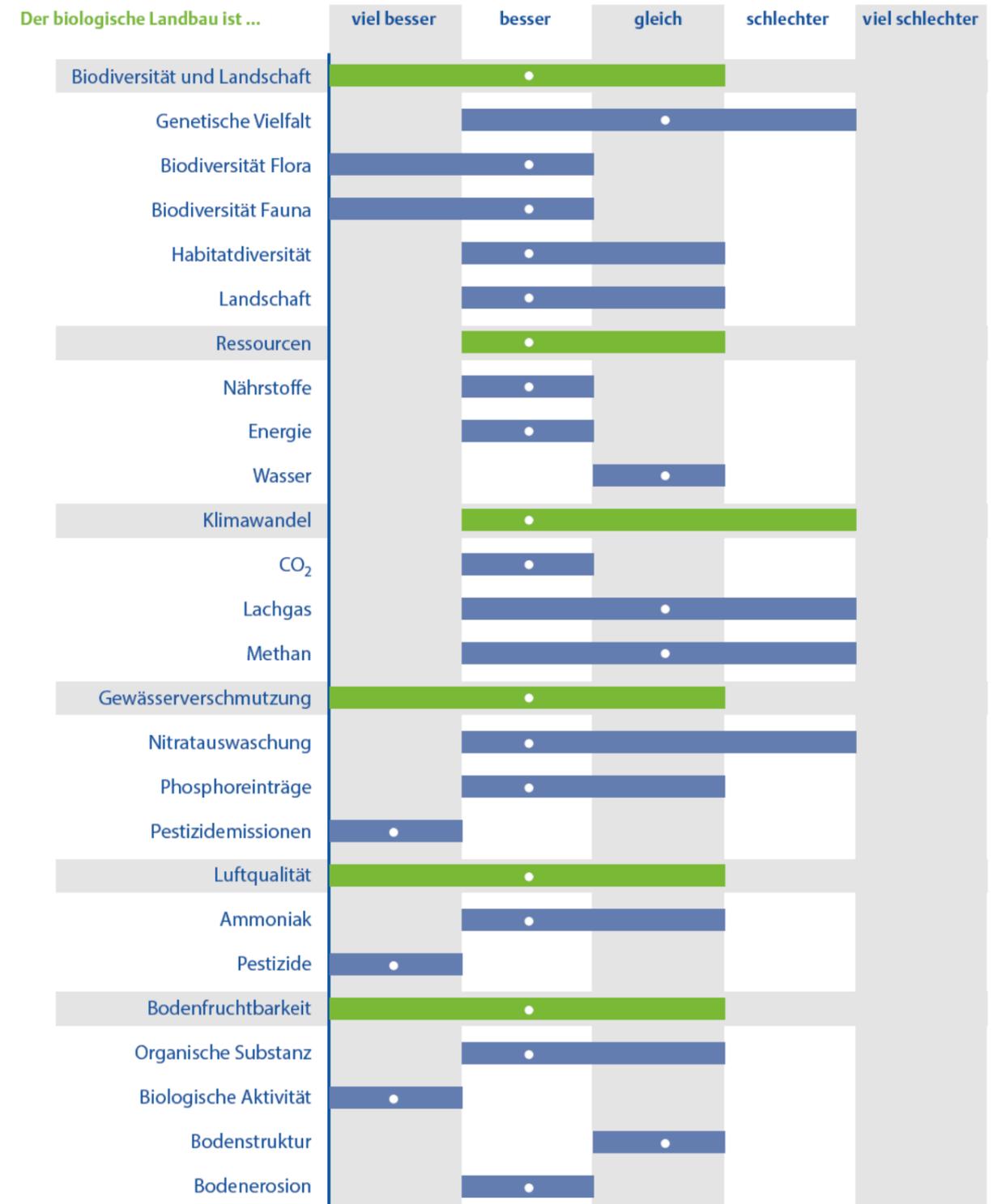
„Die biologische Landwirtschaft beinhaltet von allen derzeit standardisierten Landwirtschaftssystemen das höchste Potenzial, sich dem Ideal einer wirklich nachhaltigen und zukunftsfähigen Nahrungsmittelproduktion anzunähern“, heißt es in der Schlussfolgerung einer im Dezember 2013 präsentierten Studie von FiBL Österreich und FiBL Schweiz im Auftrag von Bio Austria. Nun gelte es, die politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen so zu setzen, dass die biologische Landwirtschaft in Österreich in den nächsten Jahren dieses Potenzial voll entfalten kann.

Ökolandbau lohnt sich für die Gesellschaft. Eine Hochrechnung ergibt, dass die externen Kosten der österreichischen Landwirtschaft mit mindestens 1,3 Mrd. € jährlich zu Buche schlagen, wobei die realen Kosten wahrscheinlich viel höher liegen. Die ökologische Landwirtschaft kann diese Kosten signifikant senken. Laut der Studie liegen die Folgekosten der ökologischen Landwirtschaft um ein Drittel niedriger als die der konventionellen Landwirtschaft. Das gelte insbesondere für die Bereiche Biodiversität, Nährstoff- und Energieressourcen, Treibhausgasemissionen, Gewässer- und Luftreinhaltung sowie Bodenfruchtbarkeit.

- Die Autoren schlagen 6 Maßnahmen vor, um den ökologischen Landbau zukünftig stärker voranzubringen:
1. Vollständige Entkoppelung von Markt- und Agrarumweltkomponente der ökologischen Landwirtschaft, damit die höhere Zahlungsbereitschaft der Konsumenten für Bio-Produkte als Resultat einer unternehmerischen Leistung des Landwirts gesehen werden kann.
  2. Sicherstellen, dass die Summe aller Einzelmaßnahmen, für die konventionelle Landwirte öffentliche Gelder erhalten, die Förderungssumme der ökologisch wirtschaftenden Landwirte nicht übersteigt.
  3. Einführung von weiteren bzw. die Weiterführung von existierenden mit dem Ökolandbau kombinierbaren Maßnahmen des österreichischen Agrar-Umweltprogramms (ÖPUL). So können die positiven Effekte des ökologischen Landbaus entlohnt werden.
  4. Implementierung projektbezogener Instrumente zur Förderung der ländlichen Entwicklung durch die landwirtschaftliche Produktion,
  5. Einführung von Stickstoff-, Energie- und Pestizidsteuern, um die relative ökonomische Vorzüglichkeit des biologischen Landbaus zu stärken.
  6. Politisches Bekenntnis zur Unterstützung des ökologischen Landbaus.

Volkswirtschaftlicher Nutzen der ökologischen Landwirtschaft für Österreich

Quelle: Schader et al. (2013), basierend auf Stolze et al. (2000), aktualisiert, übersetzt



Treibhausgasemissionen der Landwirtschaft

# Klimawirkungen und Nachhaltigkeit ökologischer und konventioneller Betriebe

Landwirtschaft kann wichtige Beiträge zur Minderung des Treibhausgasausstoßes leisten. Optimierte Produktionsverfahren ermöglichen eine Reduzierung des Energieeinsatzes und der CO<sub>2</sub>-Emissionen. Durch angepasstes Management (Fruchtfolge, Düngung, Bodenbearbeitung) kann eine langfristige CO<sub>2</sub>-Speicherung in Böden durch Humusaufbau erreicht werden.

Weltweit verursacht die Landwirtschaft 10 bis 12 % der anthropogenen Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) durch die Freisetzung von Lachgas (N<sub>2</sub>O), Methan (CH<sub>4</sub>) und Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>). Der Anteil der Nahrungserzeugung an den Emissionen beträgt sogar 30 %, wenn der Vorleistungsbereich und Landnutzungsänderungen einbezogen werden.

In einem interdisziplinären Forschungsverbundprojekt werden seit 2009 THG-Emissionen beim Anbau landwirtschaftlicher Nutzpflanzen und der Haltung von Milchkühen untersucht, Ursachen der Emissionen aufgeklärt und Möglichkeiten zur Emissionsminderung abgeleitet. Neben den Klimawirkungen werden weitere Effekte, z. B. auf Böden und Biodiversität, erfasst, um ein vollständiges Bild der Umweltwirkungen zu erhalten. Ein Projektziel besteht darin, Wege zu einer klimafreundlichen und nachhaltigen Landwirtschaft aufzuzeigen und entsprechende Beratungsinstrumente für die Praxis zu entwickeln. Die Forschungsarbeiten finden in 40 konventionellen und 40 ökologischen Landwirtschaftsbetrieben sowie 7 Versuchsbetrieben in verschiedenen Agrarregionen Deutschlands statt.<sup>1</sup>

Die Untersuchungen zeigen, dass neben dem Einsatz fossiler Energie und den Lachgas-Emissionen die Humus- und Kohlenstoffanreicherung von Böden (C-Sequestrierung) den größten Einfluss auf die Treibhausgasbilanz im Pflanzenbau hat. Allerdings ist das

Potenzial der C-Bindung mengenmäßig und zeitlich begrenzt. Ein positiver Wert der C-Sequestrierung bedeutet Humusaufbau und C-Bindung. Bei den produktbezogenen CO<sub>2</sub>-Emissionen zeigt sich eine enorme Schwankungsbreite, auch aufgrund unterschiedlicher Standortbedingungen und Erträge.

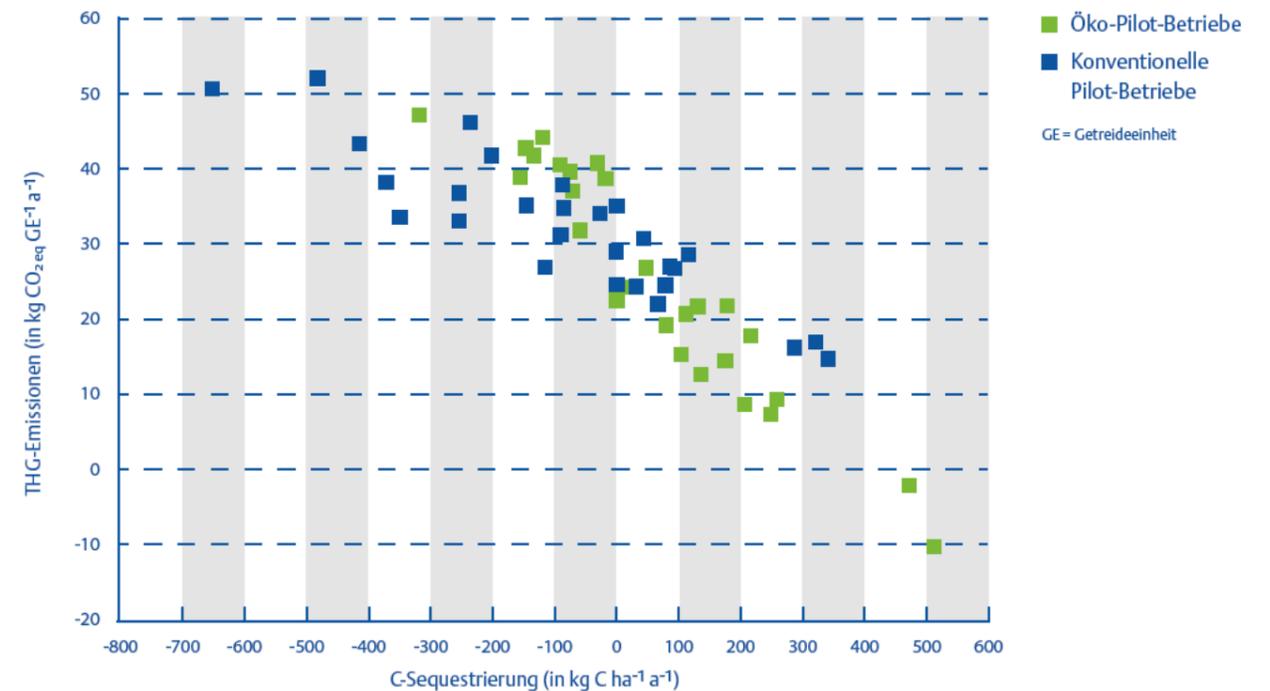
In den Betrieben werden sehr unterschiedliche Milchleistungen erreicht (4.000 bis > 10.000 kg Milch/Kuh/Jahr). Mit steigender Leistung gehen die produktbezogenen Emissionen degressiv zurück, vor allem weil sich die stoffwechselbedingten CH<sub>4</sub>-Emissionen je kg Milch vermindern. Bei gleicher Milchleistung liegen die Emissionen in den ökologischen Milchviehbetrieben im Mittel ca. 200 g CO<sub>2</sub> eq je kg Milch niedriger.

Wesentliche Ursachen für unterschiedliche Emissionen sind neben der Milchleistung: der Grundfutteranteil in der Futterration (vor allem Weidefutter kann mit sehr geringem Energieaufwand und geringen CO<sub>2</sub>-Emissionen erzeugt werden), der Futterzukauf (Sojaschrot erhöht die Emissionen, wenn die THG-Freisetzungen durch Landnutzungsänderungen einbezogen werden) und die Laktationszahl (die Nutzungsdauer der Kühe und der Aufwand zur Bestandsreproduktion).

<sup>1</sup> Diese Betriebe bilden gemeinsam mit den beteiligten wissenschaftlichen Einrichtungen das „Netzwerk der Pilotbetriebe“ – eine in Deutschland einzigartige Struktur, um praxisnah aktuelle Forschungsthemen zu untersuchen.

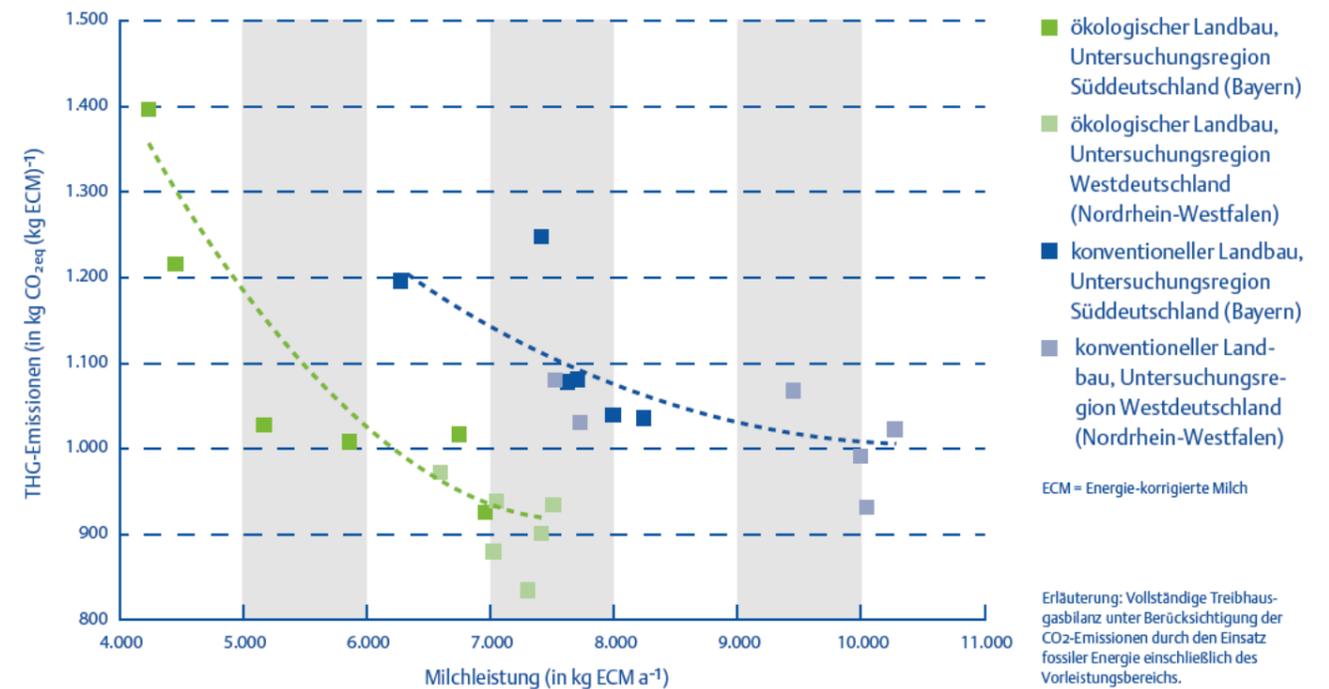
## Beziehung zwischen der C-Bindung im Humus (C-Sequestrierung) und den produktbezogenen Treibhausgasemissionen im Pflanzenbau

Quelle: Schmid, Braun & Hülsbergen (2014) nach Hülsbergen, K.-J.; Rahmann, G. (Hrsg.) (2013)



## Zusammenhang zwischen der Milchleistung und produktbezogenen Treibhausgas (THG)-Emissionen.

Quelle: Schmid, Braun & Hülsbergen (2014) nach Hülsbergen, K.-J.; Rahmann, G. (Hrsg.) (2013)



Erläuterung: Vollständige Treibhausgasbilanz unter Berücksichtigung der CO<sub>2</sub>-Emissionen durch den Einsatz fossiler Energie einschließlich des Vorleistungsbereichs.

## Quellenverzeichnis

AMI (Agrarmarkt Informations-GmbH) (2013): AMI-Strukturdatenerhebung bei den Öko-Kontrollstellen 2012. Bonn. Online unter <http://www.ami-informiert.de/ami-maerkte/ami-weitere-maerkte/ami-maerkte-oekolandbau/bio-strukturdaten.html>.

AMI (2014): AMI Markt Bilanz Öko-Landbau (2014). AMI, Bonn.

Arbeitskreis Biomarkt auf Basis von GfK, Nielsen, BioVista und Klaus Braun (2014): Umsatzschätzung für den deutschen Bio-Markt 2013. Arbeitskreis aus AMI, BioVista, BÖLW, Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Hochschule Weihenstephan-Triesdorf, Nielsen, Universität Kassel. Online unter <http://www.ami-informiert.de/presse>.

bioVista (2013): Aus dem Handelspanel für den Bio-Fachhandel, Auswertungszeitraum: 11.2012-10.2013, Stand Dezember 2013.

BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) (2014): Verkaufserlöse der Landwirtschaft nach Erzeugnissen. Bonn. Online unter: <http://berichte.bmelv-statistik.de/SJT-3130200-0000.pdf>.

BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) (2013): Strukturdaten zum Ökologischen Landbau für das Jahr 2012. Online unter [http://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/04\\_Programme/01\\_Oekolandbau/ZahlenOekolandbau2012.pdf;jsessionid=DBD71769F65702AE4F5C981A108902A1.1\\_cid325?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/04_Programme/01_Oekolandbau/ZahlenOekolandbau2012.pdf;jsessionid=DBD71769F65702AE4F5C981A108902A1.1_cid325?__blob=publicationFile).

BÖLW (Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft) (2014): Pressemitteilung vom 11.01.2014 zur Bilanz-Presskonferenz auf der BIOFACH 2014, BÖLW, Berlin. Online unter: <http://www.boelw.de/pressemitteilungen.html>.

BNN (Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.): Umsatzmonitor.

BNN (Projektnehmer)(2011): Marktdaten Naturkostfachhandel, BÖLN-Projekt 08OE123. Online unter <http://orgprints.org/20521/>.

FIBL (Forschungsinstitut für biologischen Landbau), AMI (Agrarmarkt Informations-GmbH), (2013): The European Market for Organic Food 2011. Tabelle. In: Willer/Kilcher (eds.) (2013): The World of Organic Agriculture. Statistics and

Emerging Trends 2013. IFOAM (International Federation of Organic Movements), Bonn und FiBL, Frick.

Hermanowski, R. und Hamm, U. (Hrsg.) (2013): Gemeinsamer Abschlussbericht zu Projekten des Regionalfensters.

Hülsbergen, K.-J.; Rahmann, G. (Hrsg.) (2013): Klimawirkungen und Nachhaltigkeit ökologischer und konventioneller Betriebssysteme – Untersuchungen in einem Netzwerk von Pilotbetrieben, Endbericht Pilotbetriebe 2008-2013 als Thünen-Report Nr. 8 erschienen. Online unter [http://www.pilotbetriebe.de/download/Abschlussbericht%202013/Thuenen\\_Report\\_8\\_H%C3%BClsberg\\_Rahmann\\_Internet.pdf](http://www.pilotbetriebe.de/download/Abschlussbericht%202013/Thuenen_Report_8_H%C3%BClsberg_Rahmann_Internet.pdf).

Schader, C.; Petrasek, R.; Lindenthal, T.; Weissshaidinger, R.; Müller, W.; Müller, A.; Niggli, U.; Stolze, M. (2013): Volkswirtschaftlicher Nutzen der Bio-Landwirtschaft für Österreich. Beitrag der biologischen Landwirtschaft zur Reduktion der externen Kosten der Landwirtschaft Österreichs.

Statistisches Bundesamt (2014): Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe rückläufig; Pressemitteilung vom 17.01.2014, Online unter [https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/01/PD14\\_022\\_411.html](https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/01/PD14_022_411.html)

Sanders, J. (2014): Analyse der wirtschaftlichen Lage ökologisch wirtschaftender Betriebe im Wirtschaftsjahr 2012/13, Braunschweig: Thünen-Institut.

Universität Hohenheim (2013): Fleischkonsum in Deutschland: Zahl der Vegetarier verdoppelt sich / genereller Trend zu weniger Fleisch, Pressemitteilung vom 22.07.2013, Online unter: <https://www.uni-hohenheim.de/news/fleischkonsum-in-deutschland-zahl-der-vegetarier-verdoppelt-sich-genereller-trend-zu-weniger-fleisch>.

VEBU (Vegetarierbund Deutschland) (2013): Anzahl der Vegetarier in Deutschland, Online unter <https://www.vebu.de/lifestyle/anzahl-der-vegetarierinnen>.

Willer, H. und Schaack, D. (2013): Intermediate report on compilation of key organic market data = Deliverable 4.2 of the OrganicDataNetwork project, FiBL, Frick (2014), Online: <http://orgprints.org/23157/>

## Impressum

### Herausgeber

BÖLW  
Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e. V. (BÖLW)  
Marienstraße 19-20  
10117 Berlin  
Telefon: 030 28482300  
Fax: 030 28482309  
presse@boelw.de  
www.boelw.de

### BÖLW

Berlin im Februar 2014

Gefördert durch die Landwirtschaftliche Rentenbank

Mit freundlicher Unterstützung von



### Autorenverzeichnis:

Hans-Josef Brzukalla (Kapitel 5); Diana Schaack, Agrarmarkt Informations-GmbH (Kapitel 2, 3, 4, 6, 7, 9); Fabian Ganz, bioVista (Kapitel 10); Helga Willer, Forschungsinstitut für biologischen Landbau (Kapitel 9); Robert Hermanowski, Forschungsinstitut für biologischen Landbau (Kapitel 8); Christian Schader und Adrian Krebs, Forschungsinstitut für biologischen Landbau (Kapitel 12); Bettina Stiffel, Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen (Kapitel 10); Kurt-Jürgen Hülsbergen, Harald Schmid und Helmut Frank, Lehrstuhl für Ökologischen Landbau und Pflanzenbausysteme an der TU München (Kapitel 13); Jörn Sanders, Thünen-Institut für Betriebswirtschaft (Kapitel 11); Ulrich Hamm (Kapitel 8), Universität Kassel; Joyce Moewius (Schwerpunkt, Kapitel 1, 10) und Stefan Zvoll (Schwerpunkt, Kapitel 1), BÖLW

### Redaktion:

ecomBETZ PR GmbH; Joyce Moewius und Stefan Zvoll, BÖLW;  
Diana Schaack, AMI

### Grafik und Layout:

Eberle GmbH Werbeagentur GWA

### Druck:

Pinguin Druck, Berlin

### Papier:

100% Altpapier



**BÖLW**  
**Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e. V.**  
Marienstraße 19–20 · 10117 Berlin  
Telefon 030 28482300 · Fax 030 28482309  
info@boelw.de · www.boelw.de

**BÖLW**