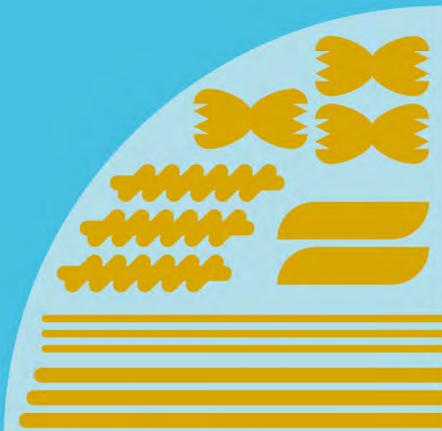


BRANCHEN- REPORT

BÖLW
Bund Ökologische
Lebensmittelwirtschaft

25

Bio entlang der
Wertschöpfungskette



INHALT

Editorial	03
IM FOKUS: Bio bedeutet: Leben!	04
ÖKO-KENNZAHLEN: Auf einen Blick	06
UMSATZENTWICKLUNG: Bio stellt neuen Rekord auf	08
FLÄCHEN UND BETRIEBE: 10.408 Fußballfelder mehr Bio-Anbau	12
ARBEITSMARKT: Jobmotor Bio – Arbeitsplätze mit Zukunft	14
HERSTELLUNG UND VERARBEITUNG: Vielfältig und regional verankert	16
KAUFMOTIVATION: Bio aus Sicht der Kundschaft	18
VERKAUFSERLÖSE: Gute Preise für Bio-Gemüse, schwierige Lage bei Obst	22
ERZEUGERPREISE: Gemischte Bilanz	24
PRODUKTION: Mehr Futter, mehr Getreide	26
INTERNATIONALE MÄRKTE: Handel mit Bio erholt sich in Europa	28
Vorstand	30
Mitglieder.....	32
Quellenverzeichnis	34
Impressum	35

Liebe Leserin, lieber Leser,

gute Nachrichten: Bio wächst wieder! 2024 steigerte sich der Umsatz im gesamten Lebensmittelmarkt um nahezu 6 Prozent gegenüber dem Vorjahr – beruhend auf höheren Absatzmengen, weit über der Inflation. Das Rekord-Ergebnis von 17 Milliarden Euro Jahresumsatz verdanken die Bio-Unternehmer, von der Landwirtin bis hin zum Drogisten, den überzeugten Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Denn wenn die Menschen Qualität und Preis vergleichen, landen sie heute bei Bio. Das hat jüngst ein Marktcheck von zwei Verbraucherzentralen bestätigt. Ergebnis: Das Bio-Angebot der Händler punktet mit hoher Qualität zu gutem Preis. Warum Markenprodukte oft teurer sind, analysieren die Verbraucherschützerinnen, lasse sich mit Hilfe der Informationen auf der Verpackung jedenfalls nicht erklären. Im Gegenteil: Bio gewann auch durch seine Zutaten und weniger Schadstoffe. Beispiel Joghurt: „Die Bio-Erdbeerrjoghurts der Eigenmarken haben im Schnitt den höchsten Fruchtgehalt und den geringsten Zuckeranteil und kommen zudem ohne Aromen aus“, sagt Jana Fischer, Ernährungsexpertin bei der Verbraucherzentrale Hamburg.

Uns macht das stolz. Bio von allen für alle, für Alt und Jung, Arm und Reich. Diesem Ziel kommen wir näher, und das in von Krisen geprägten Zeiten. Nur einer von vielen Gründen ist dabei die Preisentwicklung. Bio überzeugt entlang der gesamten Wertschöpfungskette, vom schmucken Hofladen über leckere Joghurts der Bio-Meierei bis hin zur zertifizierten Verbandsware im Discount. Und sogar als Arbeitgeber: Rund 380.000 Menschen arbeiten in Deutschland für Bio. Wir lieben unseren Job!

Ihre



Tina Andres
Vorstandsvorsitzende
des BÖLW

Bio bedeutet: Leben!

Wie wir zu einer nachhaltigen Lebensmittelwirtschaft kommen – und warum dies notwendig ist, für uns und für die Welt.

Was ist wichtiger: die Sicherheit, genug zu essen zu haben oder der Schutz der Umwelt? Darüber streitet derzeit die Politik. Dabei kann Bio beides: Die Menschheit heute gesund ernähren und dabei die natürlichen Lebensgrundlagen für morgen sichern. Hoffnung macht, dass Forscherinnen und Wissenschaftler Bio dieses Potenzial bestätigen. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft müssen nur noch handeln.

Hierzulande sorgt Bio schon heute dafür, dass die 90 Milliarden Euro Umweltschäden, die die Landwirtschaft allein in Deutschland Jahr für Jahr verursacht, weniger werden. Diese Schäden entstehen, obwohl Umweltschutz und Tierwohl Verfassungsrang in Deutschland haben. Es braucht also eine Politik, die diese Staatsziele ernst nimmt und es denjenigen Unternehmen und Höfen leichter macht, die auf diese Ziele einzahlen.

Wenn sich derzeit Stimmen erheben, die „Ernährungssicherheit“ zum Staatsziel erheben wollen, geht es ihnen dabei freilich nicht um langfristige gute Ernten. Sondern darum, dass eine ohnehin geschundene Umwelt weiter geschunden werden darf, um kurzfristig hohe Erträge zu Lasten der Nachhaltigkeit zu erzielen. Wer für solche Strohfeuer-Erträge seine Umwelt und damit die Produktionsgrundlagen für Lebensmittel riskiert, handelt wie jemand, der seine Jacke anzündet, damit ihm schnell warm wird.

Wer es ernst meint mit der Verantwortung der heimischen Ernährungswirtschaft für die Versorgung der Welt, muss sich der Tatsache stellen, dass die EU dem Weltmarkt große Mengen an Nahrungskalorien und –eiweiß entzieht. Es ist nicht so, dass uns die Welt braucht, damit sie versorgt wird. Die Welt braucht von uns ein Wirtschaften, das verantwortungsvoll mit Lebensmit-

teln umgeht und vor allem maßvoll Tiere hält. Denn große Mengen an Agrarprodukten werden nach wie vor für die Tierhaltung importiert – und entziehen anderswo dringend benötigte Flächen für Nahrungsmittel.

Ebenfalls werden große Mengen an mit viel Erdgas erzeugten Dünger aus Russland importiert. So finanziert die Landwirtschaft den Krieg gegen die Ukraine mit. Bio dagegen braucht diesen Dünger nicht, sondern schöpft aus der Kraft der Photosynthese.

**Bio macht
Deutschland und Europa
krisenfest.**

Was es für echte Nahrungssicherheit braucht, ist mehr Resilienz, mehr Regionalität und mehr Unabhängigkeit von energieintensiven Inputs. Trotz Corona und den Folgen des Krieges gegen die Ukraine steht unser Ernährungssystem weiter in großer Abhängigkeit von Importen aus kritischen Quellen. So sind wir nicht krisenfest, weder kurz- noch langfristig. Das macht Deutschland und Europa im Zweifel erpressbar: ausgerechnet bei der Versorgung mit Nahrung.

Dabei wissen alle Akteure, wie es besser ginge. Die Vorschläge der Zukunftskommission Landwirtschaft bleiben aktuell. Und wir haben mit Bio ein System, das eine wirksame und erprobte Antwort auf die Herausforderungen gibt. Ein Ernährungssystem, das ohne Kunstdünger, chemisch-synthetische Pestizide oder patentbelastete Gentechnik auskommt. Und das mit schonender Verarbeitung und nur ganz wenigen Zusatzstoffen auch in der Lebensmittelverarbeitung für gesunde Produkte sorgt.

Die Gesellschaft muss die wahren Preise von Lebensmitteln kennen. Nur so können Bürgerinnen und Bürger unser Ernährungssystem mitgestalten. Die CO₂-Abgabe ist ein marktwirtschaftliches Instrument,

das bei allen fossilen Düngemitteln wirksam greifen muss. Wichtig ist eine Abgabe auf Pestizide, damit deren gesundheitliche Folgen und Umweltschäden eingepreist werden. Es ist skandalös, dass dies derzeit allein den Bäuerinnen und Bauern aufgehalst wird – übrigens auch den Bio-Bauern. Alle deutschen Landwirte müssen seit 2024 deutlich mehr in die Berufsgenossenschaft einzahlen, weil Parkinson als Berufskrankheit anerkannt wurde. Der Zusammenhang mit chemisch-synthetischen Spritzmitteln gilt nämlich als erwiesen.

Steuerzahlerinnen und Steuerzahler haben zudem ein Recht auf eine leistungsgebundene Verteilung der von ihnen erwirtschafteten Gelder an Höfe. Die Gelder der GAP müssen strikt für Honorierung der Ökosystemleistungen genutzt werden. Unser Vorschlag eines Stufenmodells, das einfacher für die Landwirtschaft und wirksamer für die Umwelt ist, liegt auf dem Tisch.

Unbedingt muss auch der Umbau der Tierhaltung voranschreiten. Die verpflichtende staatliche Tierhaltung schafft Transparenz und die damit verbundene Förderung sichert ab, dass Tierhalter den Umbau anpacken können. Wichtig ist, dass sie über Schweine hinaus auch auf Rinder ausgedehnt wird und Bio auch dort eine eigene Stufe wird.

Deutschland braucht einen Plan für die mittelständische Ernährungswirtschaft.

Zentral ist, die große Innovationskraft der Bio-Branche zu stärken. Nach wie vor wird Bio seitens der Forschungsförderung diskriminiert. Die staatlichen Budgets hinken weit hinter dem Flächenanteil und der Marktbedeutung von Bio hinterher.

Es braucht eine Politik für den Mittelstand der Ernährungswirtschaft. Es ist dramatisch, dass in den vergangenen 15 Jahren gut 40 Prozent der Bäckereien und Fleischereien verschwunden sind. Diese Verluste sind Ergebnis eines wirtschafts- und finanzpolitischen Rahmens, der ausgerechnet kleine und mittlere Unternehmen im Markt diskriminiert: Betriebe, die für Lebensqualität in ländlichen Räumen unverzichtbar sind. Betriebe, die Heimat schaffen und die die sozial-ökologische Transformation ganz von unten, von

und mit allen gestalten. Politik ist gefordert: Deutschland braucht eine Strategie zur Stärkung einer dezentralen, nachhaltigen Land- und Ernährungswirtschaft, für die Bio mit seinen mittelständischen Unternehmen und Start-ups zentral ist.

Kantinen müssen zum Real-Labor für gesundes Essen werden.

Wirtschafts- und Landwirtschaftsministerien in Bund und Ländern müssen endlich zusammenarbeiten, unsinnige Bürokratie abbauen, Förderprogramme neu ausrichten. Hier treibt oft der Irrsinn im Kleinen die Unternehmen ins Aus. Bisher werden Regelungen mit Blick auf die Verhältnisse in Großunternehmen gestaltet. Künftig müssen kleine und mittlere Akteure besser berücksichtigt werden.

Gefragt ist der Staat auch bei der Verantwortung für die Gemeinschaftsverpflegung. Öffentliche Kantinen müssen zum Real-Labor für gesundes Essen werden. Frische Bio-Produkte und eine gute Beratung der Küchen sind Garant dafür, dass das gelingt. Die neue Gold-Silber-Bronze-Auszeichnung für Bio in der Gastronomie ist ein guter Anfang. Für ehrliches Essen ohne künstliche Geschmacksverstärker braucht es empfindliche Geschmacksnerven – von Anfang an. Babykost muss heute schon die höchsten Anforderungen erfüllen und ist deswegen meistens Bio. Wann gibt es gutes Essen für alle, von Kitas über Schulen bis hin zu Behörden und Kliniken? Diese Daseinsfürsorge ist überfällig. —



Peter Röhrig
Geschäftsführender
Vorstand des BÖLW

Auf einen Blick

BIO-EINKAUF

17 Mrd. Euro gaben die Deutschen für **Bio-Lebensmittel und -Getränke** aus.

2024



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI, ABBEY, SKREIS, BIOMARKT

BIO-FLÄCHEN

11,4 % der Agrarflächen in Deutschland sind **Bio-Flächen**.

2024



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025

PREMIUM BIO

66 % aller Bio-Flächen werden nach **strengen Bio-Verbandsregeln** bewirtschaftet.

2024

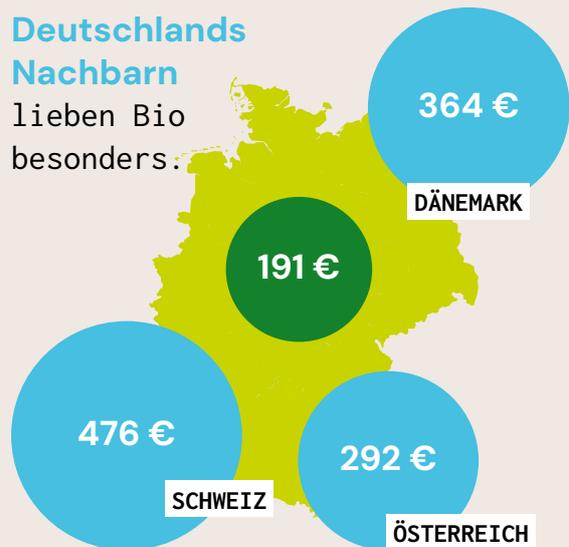


© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025

BIO-UMSATZ PRO KOPF

Deutschlands Nachbarn lieben Bio besonders:

2023



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI, FiBL

ARBEITSMARKT

380.000 Jobs bietet die Bio-Branche.

2023



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025

BIO-VIELFALT

22.380
Bio-Herstellerinnen
und **Gastronomen**
sorgen für gute
Lebensmittel.



2023



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | IBL

BIO-ABDECKUNG

97% aller
deutschen Haushalte
kaufen **Bio-Lebensmittel**.



2024

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | INIQ

UMWELTSCHUTZ

0% Einsatz von chemisch-
synthetischen **Pestiziden** und
Stickstoffdüngern
im Öko-Landbau.



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025

UMSATZ-PLUS

37% ist der
Gesamtumsatz mit
Bio-Produkten
von 2019 bis 2024 gewachsen.



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI,
ARBEITSKREIS BIOMARKT

BIO-VEGAN TREND

65% aller
pflanzlichen
Milchgetränke in
Deutschland sind Bio.



2024

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI NACH YOU GOV

BIO-HÖFE

14,2% aller **Höfe**
in Deutschland
arbeiten Bio.

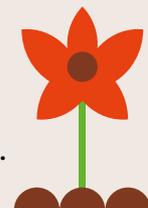


2024

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | IBL

AUSBILDUNGS-CHAMPIONS

45% der
Bio-Betriebe bieten
Ausbildungsplätze an.



2023

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025

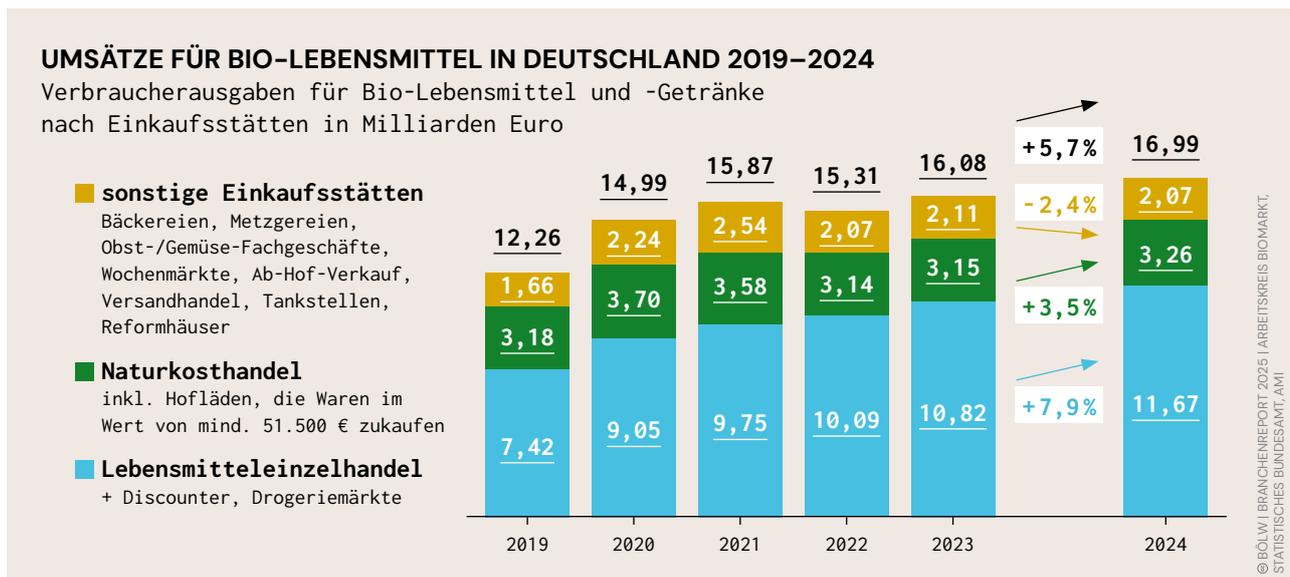
Bio stellt neuen Rekord auf

Die Umsätze und Absätze von Bio-Lebensmitteln und -Getränken wuchsen 2024 in Folge einer steigenden Nachfrage. Verbraucherinnen und Verbraucher gaben 5,7 Prozent mehr für Bio aus als im Vorjahr. Der Gesamtumsatz lag bei 17 Milliarden Euro.

Der Gesamtumsatz mit Bio-Produkten über alle Vertriebsstufen hinweg legte in 2024 mit 5,7 Prozent deutlich zu und erreichte mit rund 17 Milliarden Euro eine neue Rekordhöhe. Auch der Bio-Fachhandel wuchs und konnte seinen Marktanteil von rund einem Fünftel dank mehr Kundschaft und höherem Umsatz behaupten. Insgesamt fiel der Bio-Jahresumsatz gut 37 Prozent höher aus als vor sechs Jahren (2019).

Damit entwickelte sich Bio im vergangenen Jahr wieder deutlich dynamischer als der Lebensmittelmarkt insgesamt. Die Absatzsteigerung überstieg teilweise die Umsatzsteigerung. So wuchs im Lebensmitteleinzelhandel, Discount und den Drogeriemärkten das Trockensegment sogar um 10,2 Prozent und damit fast doppelt so stark wie im Vorjahr. Die Verkaufspreise mancher Produkte lagen leicht unter dem hochpreisigen Vorjahr – bei bestimmten Produkten auch unterhalb der Preise konventioneller Markenartikler.

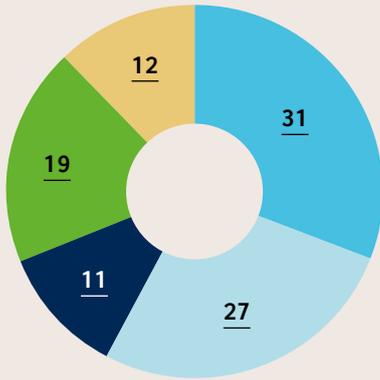
Anders als in anderen Jahren haben sich die Trocken- gegenüber den Frischeprodukten über alle Verkaufssegmente hinweg sehr unterschiedlich entwickelt. Das Trockensortiment war mit einem Umsatzzuwachs von fast 10 Prozent deutlich dynamischer unterwegs als die Frischeprodukte mit einem Plus von knapp 3 Prozent. Gerade die wichtige Produktgruppe Obst/ Gemüse/ Kartoffeln musste Einbußen einstecken. Wetterkapriolen sowohl in Deutschland als auch in Südeuropa führten zu Ernteverlusten, die sich



HANDELSANTEILE AM BIO-UMSATZ 2024

in Prozent

- Vollsortimenter
- Discounter
- Drogeriemärkte
- Naturkostfachgeschäfte*
- Sonstige**



* Einschließlich Hofläden, die netto Waren im Wert von mind. 51.500 EUR zukaufen (u.a. vom Großhandel)

** Bäckereien, Metzgereien, Obst/Gemüse-Fachgeschäfte, Wochenmärkte, Ab-Hof-Verkauf, Abo-Kisten, Versandhandel, Tankstellen, Reformhäuser

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI NACH YOUNGOV, NIQ, BIOVISTA, BRAUN

in den Verkaufszahlen widerspiegeln. Dagegen zeigten Milch- und Molkereiprodukte wieder deutliche Zuwachsraten.

Über alle Einkaufsstätten des LEH hinweg sind die Anteile der Handelsmarken („Private Labels“) weiter gestiegen. Auch die Bio-Herstellermarken erzielten im

**Bio-Trockensegment
wächst deutlich stärker
als Frischeprodukte.**

Jahr 2024 ein Umsatzplus, dieses war allerdings geringer als das der Handelsmarken, so dass der Anteil der Herstellermarken im LEH, Discount und Drogeriemärkten auf 34,8 Prozent sank (minus 2,2 Prozent). Somit waren die Eigenmarken des Handels mit einem

ABSATZ- UND UMSATZENTWICKLUNG VERSCHIEDENER BIO-PRODUKTE 2024

Auswahl in Prozent

- Mengenwachstum
- Umsatzwachstum



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI NACH YOUNGOV

Umsatzplus mit ihren Produkten von 13,5 Prozent gegenüber Vorjahr die Treiber des Bio-Umsatzwachstums im Trockensegment.

Wie in den Vorjahren spielte der Lebensmitteleinzelhandel samt Discount und Drogerien für die Umsatzentwicklung eine entscheidende Rolle – und dort insbesondere die kleinen Verbrauchermärkte mit 1000 bis 2500 Quadratmeter Verkaufsfläche. Insgesamt steigerte der LEH seinen Umsatz mit Bio-Produkten auf rund 11,7 Milliarden Euro, was einem Anteil von gut zwei Drittel (69 Prozent) am Gesamtmarkt entspricht. Die Vollsortimenter generierten rund 5 Prozent mehr Bio-Umsatz mit ähnlich höheren Verkaufsmengen. Sie waren wie zuvor das Segment mit der größten Bio-Produktvielfalt im LEH und auch dem größten Anteil am Gesamtmarkt mit knapp 31 Prozent.

Die Discounter als zweitstärkste Vertriebschiene für Bio machten an den Umsätzen im Trockensegment rund 31 Prozent des Gesamt-LEH aus, bei frischen Bio-Produkten war der Anteil noch deutlich höher. Im Gesamtmarkt liegen sie bei einem Anteil von gut 27 Prozent. Die Drogeriemärkte lockten Kundinnen und Kunden erneut erfolgreich mit einem breiten Sortiment sowie günstigen Preisen an.

Die Bio-Umsätze der Drogerieketten wuchs 2024 im Vergleich zum Vorjahr um 19,6 Prozent; sie bauten ihren Platz 3 am Umsatz im LEH + Discount + Drogerie-Segment mit EAN-codierten abgepackten Lebensmitteln auf 19,5 Prozent aus. Der Drogeriemärkte-Anteil am Gesamtmarkt beträgt fast 11 Prozent.

Bio-Fachhandel 2024: Umsatzwachstum und steigende Kundenzahlen

Der Bio-Fachhandel hat sich 2024 deutlich positiv entwickelt. Er zog insbesondere in der zweiten Jahreshälfte wieder mehr Menschen in die Läden; und die Käuferinnen und Käufer gaben pro Einkauf im Schnitt mehr aus. Die Lebensmittel- und Getränke-Umsätze in Bioläden und Bio-Supermärkten stiegen im Jahresverlauf kontinuierlich auf insgesamt 3,26 Milliarden Euro und lagen damit über dem Niveau des Vorjahres (zur Entwicklung der Gesamtumsätze des Naturkost-

GESAMTMARKTENTWICKLUNG DES NATURKOSTFACHHANDELS 2016–2024

inkl. Non-Food, Hochrechnung
in Milliarden Euro



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | INNN MARKTDATENERHEBUNG

handels seit 2016 siehe Grafik). Insgesamt verzeichnete der Fachhandel ein Umsatzplus von 3,5 Prozent, und damit ein reales Wachstum deutlich oberhalb der Inflation.

Getragen wurde diese Entwicklung vor allem von der deutlich steigenden Zahl an Kundinnen und Kunden, die wieder vermehrt den Weg in die rund 2.000 Bio-Supermärkte und Bioläden in Deutschland fanden: Pro Verkaufstag gab es 1,9 Prozent mehr Kaufakte als im Vorjahr laut bioVista Handelspanel. Der Bio-Fachhandel konnte sich so als wichtiger Bestandteil einer regionalen Nahversorgung mit nachhaltigen, frischen und gesunden Lebensmitteln behaupten.

64 Prozent der Gesamtumsätze 2024 entfielen in den Bio-Läden auf frische Bio-Lebensmittel wie Obst und Gemüse sowie Milch- und Fleischprodukte. Trockenprodukte wie Mehl, Müsli oder Nudeln machten gut ein Drittel der Umsätze aus.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des mittelständischen Bio-Fachhandels bleiben herausfordernd für die Unternehmen. Umso beeindruckender ist die Dynamik mit der die durchschnittliche Kundenzahl über das Jahr hinweg gewachsen ist.

Sonstige Verkaufsstellen wie Hofläden, Versandhandel, Wochenmärkte, Bäckereien, Metzgereien und Reformhäuser mussten in 2024 Einbußen beim Absatz hinnehmen. Sie erreichten einen Gesamtumsatz

MARKTANTEILE VERSCHIEDENER BIO-PRODUKTE AM GESAMTMARKT 2024

Angaben in Prozent



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI NACH YOUNGOV

von gut 2 Milliarden Euro und hatten damit einen Anteil am Gesamtmarkt von gut 12 Prozent. Von 2022 auf 2023 waren ihre Umsätze noch leicht gewachsen. In diesem Segment legte zuletzt der Online-Handel erfreulich zu, über den insbesondere Höfe ihre Direktvermarktung zunehmend organisieren. Hofläden und Wochenmärkte verloren Umsätze, das Lebensmittelhandwerk zeigt sich stabil.

Die Umsätze stiegen in fast allen Produktkategorien außer bei Eiern und Geflügel, am stärksten bei Speiseöl (25 Prozent), Backwaren (17 Prozent) und Quark (11 Prozent). Auch mengenmäßig wurde in fast allen Produktgruppen deutlich mehr abgesetzt als noch im Vorjahr. Die größten Mengenanteile am Gesamtmarkt hatten 2024 mit Abstand die pflanzlich-vegane Bio-Milchgetränke (65 Prozent), Bio-Fleischersatzprodukte (24 Prozent), Bio-Mehl (20 Prozent), sowie Bio-Milch und Bio-Eier (beide 14 Prozent). Da Bio-Produkte im Schnitt teurer sind, dürften die Umsatzanteile in diesen Produktgruppen noch höher liegen.

Auf Einzelhandelsebene sind die Preise 2024 insgesamt stabil geblieben, je nach Produktgruppe kam es dennoch zu Auf- und Abs. Auf der Kostenseite setzte sich ebenfalls das hohe 2023er Niveau fort. Alle Stufen der Wertschöpfungskette haben bereits Kosten gesenkt, ihre Produktion oder Handel in Teilen eingeschränkt oder gewinnbringendere Produkti-

onsbereiche ausgeweitet. In der Folge kam es auch zu Insolvenzen bei Bio-Verarbeitungsunternehmen, darunter Molkereien und Fleischverarbeiter.

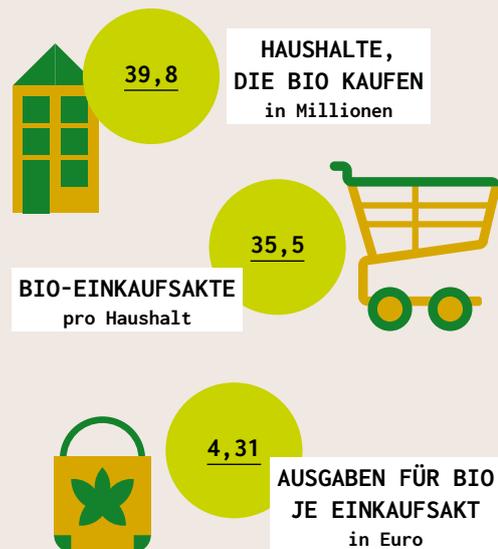
Die Anzahl der Haushalte, die im LEH, Discount und Drogerien verpackte Bio-Produkte kaufen, hat sich im Vergleich zu 2024 nur marginal verändert. Sie lag bei 39,8 Millionen Haushalte; Bio erreichte damit über die klassischen Verkaufskanäle 94,4 Prozent aller in

Stärkste Marktanteile bei veganer Bio-Milch und bei Bio-Fleischersatz

Deutschland lebenden Menschen. Diese kauften etwas öfter Bio ein als zuvor und gaben dabei 5,3 Prozent mehr aus. Trotz der insgesamt erfreulichen Entwicklung wird es 2025 weiter eine Herausforderung bleiben, einen Ausgleich zwischen den beträchtlichen Kosten in Erzeugung und Verarbeitung sowie akzeptablen Verbraucherpreisen zu finden. _____

BIO-EINKAUF IN DEUTSCHLAND 2024

Bio im Trockensegment in LEH + Discount + Drogeriemärkten



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | INIO KONSUMENTEN PANEL 2024

10.408 Fußballfelder mehr Bio-Anbau

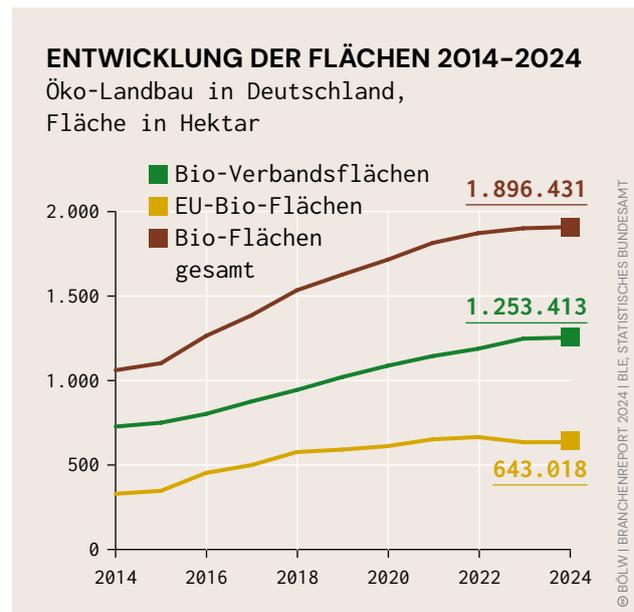
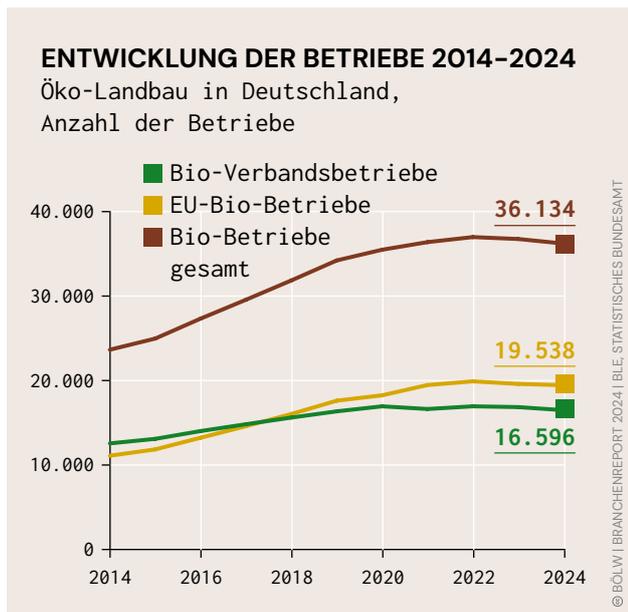
Mit der wachsenden Nachfrage nach Bio kam die Landwirtschaft nicht mit. Die Öko-Fläche nahm 2024 um 0,4 Prozent zu. Während die Gesamtzahl an Bio-Höfen dabei leicht abnahm, blieb ihr Anteil an allen Höfen mit gut 14 Prozent stabil.

Die Bio-bewirtschaftete Fläche in Deutschland wuchs 2024 leicht an auf 1,89 Millionen Hektar. 11,4 Prozent aller landwirtschaftlichen Flächen wurden damit 2024 ökologisch bewirtschaftet. Dies entspricht einem Zuwachs von 0,4 Prozent. (Die Vorjahresschätzung wurde auf Basis der realen Zahlen auf 11 Prozent korrigiert.)

Landwirtinnen und Landwirte, die staatlich kontrolliert nach der EU-Öko-Verordnung arbeiten, nehmen erneut mehr Land unter ihre Pflüge. Der Zuwachs von 7.432 Hektar an Öko-Flächen 2024 kommt rund 10.408 Fußballfeldern gleich. Etwa zwei Drittel dieser Flächen wurden dabei nach den noch strengeren Anforderungen der deutschen Bio-Verbände bewirtschaftet.

Jeder 7. Hof wurde 2024 ökologisch bewirtschaftet (14,2 Prozent). Insgesamt waren es 36.134 Höfe. Etwa die Hälfte von ihnen ist in einem Anbauverband organisiert. Diese Verbände beraten ihre Mitglieder im Hinblick auf Ökolandbau, Vermarktung ihrer Produkte und stärken deren politische Vertretung.

In der gesamten Landwirtschaft nahm die Zahl der Betriebe zwischen 2014 und 2024 um 11 Prozent ab. Die Anzahl der Bio-Betriebe stieg im selben Jahrzehnt



ÖKOLOGISCHE LANDWIRTSCHAFT NACH VERBÄNDEN 2024 UND 2025

Betriebszahlen und Flächen der Verbände des verbandsgebundenen ökologischen Landbaus



	BETRIEBE				FLÄCHEN			
	Anzahl		Veränderung		in Hektar		Veränderung	
	01.01.2024	01.01.2025	absolut	in Prozent	01.01.2024	01.01.2025	absolut	in Prozent
Biokreis	1.255	1.158	- 98	- 8	96.860	90.724	- 6.136	- 6
Bioland e.V. (ohne Südtirol)	7.881	7.735	- 146	- 2	522.964	519.918	- 3.046	- 1
Biopark	488	466	- 22	- 5	111.200	109.495	- 1.705	- 2
Demeter e.V.	1.727	1.636	- 91	- 5	108.581	108.236	- 345	0
Ecoland	85	90	+ 5	+ 6	5.547	5.857	+ 310	+ 6
ECOVIN	239	227	- 12	- 5	2.750	2.842	+ 92	+ 3
Gäa	398	402	+ 4	+ 1	44.349	48.734	+ 4.385	+ 10
Naturland (ohne Wald)	4.802	4.807	+ 5	0	337.592	354.907	+17.315	+ 5
Verbund Ökohöfe e.V.	109	75	- 34	- 31	16.780	12.700	- 4.080	- 24
GESAMT	16.984	16.596	- 389	- 2	1.246.623	1.253.413	+ 6.790	+ 0,5

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025

um 54 Prozent. Der Konzentrationsprozess in der Landwirtschaft verschont aber auch den Öko-Sektor nicht. Während die Öko-Fläche der deutschen Bio-Verbände 2024 um 0,5 Prozent wuchs, sank die Zahl der Mitgliedsbetriebe um 2 Prozent (minus 389

Heimisches Bio braucht mehr politische Flankierung.

Betriebe). Zusätzlich wirtschafteten 158 Betriebe weniger nach der EU-Ökoverordnung.

Ein Grund für diese Entwicklung war die in den vergangenen zwei Jahren schwierigere Vermarktungssituation, die weniger Höfe zur Umstellung auf Bio motivierte. Es kamen weniger neue Höfe dazu, als Höfe ausschieden, während bestehende Höfe ihre Flächen erweiterten.

Der wieder anziehende Bio-Absatz ist ein Anreiz für die Höfe auf Bio umzustellen, und somit für mehr Umweltleistungen durch die Landwirtschaft. Wichtig ist, dass die Politik den Rahmen so setzt, dass die Höfe diese Chance nutzen können. Die in Planung befindliche GAP ab 2027 muss einen guten Rahmen für mehr Bio setzen. Der BÖLW hat mit einem Stufenmodell einen praktikablen Vorschlag für eine einfachere, und zugleich umweltwirksame GAP vorgelegt.

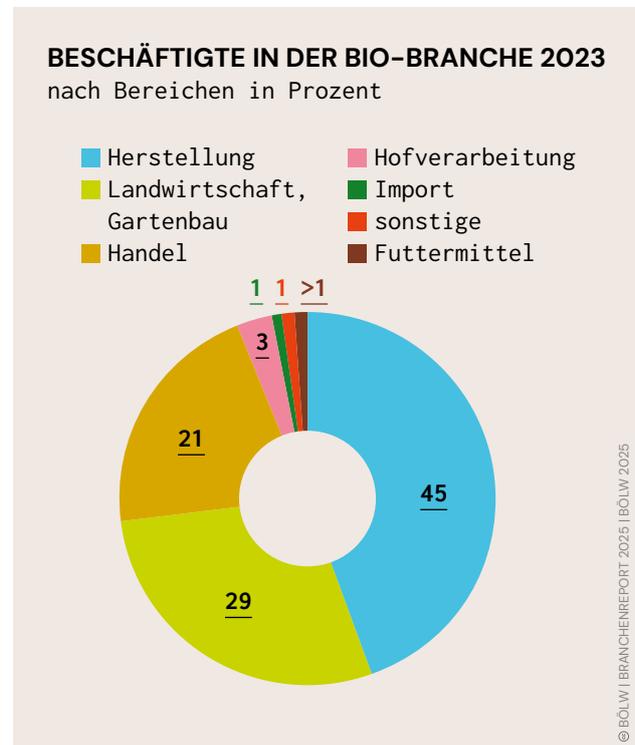
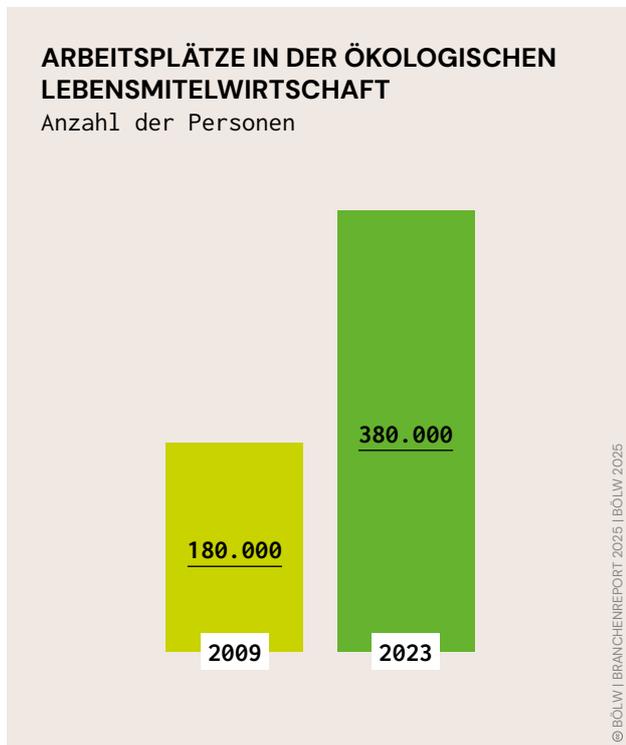
Der deutsche Bio-Markt ist der weltweit zweitgrößte; viele versprechen sich hier mehr Absatz. Daher ist es wichtig, die Wettbewerbssituation der heimischen Bio-Höfe zu stärken: mit guter Förderung, Forschung und schlanker Bürokratie. Mit guten Rahmenbedingungen können Landwirtinnen und Landwirte ihren Beitrag zum Erreichen der Bio- und Nachhaltigkeitsziele von EU, Bund und Ländern beitragen. Die Politik sollte der Kritik des EU-Rechnungshofs begegnen, der der Kommission und den Mitgliedstaaten vorwarf, unter ihren Möglichkeiten in Bezug auf das EU-Bio-Ziel von 25 Prozent bis 2030 zu bleiben. _____

Jobmotor Bio – Arbeitsplätze mit Zukunft

Die Bio-Branche schafft Arbeit. 2023 waren 380.000 Menschen in der ökologischen Landwirtschaft, in der Verarbeitung von Bio-Produkten und im Handel mit Bio-Lebensmitteln beschäftigt. Das sind mehr als doppelt so viele wie 2009 mit 180.000 Arbeitsplätzen.

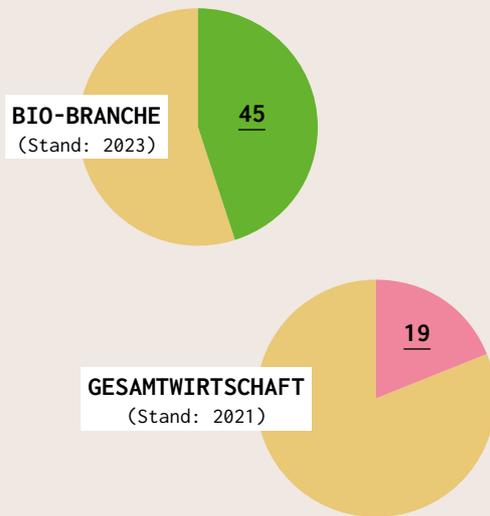
Die Bio-Branche bietet aktuell deutlich mehr Arbeitsplätze in Deutschland als die hiesige Chemiebranche, die laut Statista 2023 310.000 Arbeitsplätze bot. Auf rund 380.000 Bio-Beschäftigte kommt eine Erhebung im Auftrag des BÖLW. Damit ist die Zahl der Beschäftigten in den letzten 15 Jahren um 125 Prozent gestiegen. Im gleichen Zeitraum wuchs der Umsatz um deutlich mehr als 200 Prozent (2009: 5,8 Milliarden Euro, 2024 rund 17 Milliarden Euro).

45 Prozent dieser Arbeitsplätze – rund 170.000 gesamt – stellen die Herstellungs- und Verarbeitungsbetriebe; die landwirtschaftliche Erzeugung steht an



AUSBILDUNGSBETRIEBSQUOTE IM VERGLEICH

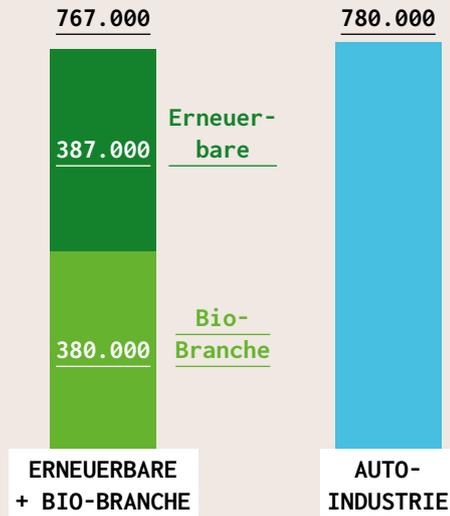
Anteil Ausbildungsbetriebe in Prozent



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | BÖLW 2025

ARBEITSPLÄTZE BIO-BRANCHE UND ERNEUERBARE VERSUS AUTOINDUSTRIE

Anzahl der Arbeitsplätze



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | BÖLW 2025

Stelle 2 mit 29 Prozent. 21 Prozent der Bio-Beschäftigten arbeiten im Lebensmittelhandel.

Die Beschäftigten arbeiten nicht nur im reinen Bio-Fachhandel: Um die Gesamtzahl der Bio-Arbeitsplätze im Handel zu ermitteln, wurden neben den rund 3.700 Verkaufsstellen des Fachhandels auch die rund 40.000 Verkaufsstellen des Lebensmitteleinzelhan-

Nachhaltigkeit ernährt heute so viele Familien wie die Autoindustrie.

dels, Discounts sowie Drogeriemärkte berücksichtigt. Hierbei wurde ein durchschnittlicher Umsatz mit Bio-Produkten zugrunde gelegt, um auf dieser Basis die Zahl der Beschäftigten, deren Arbeitsplätze direkt vom Bio-Umsatz abhängen, zu ermitteln.

Die Bio-Branche ist eher weiblich. Rund 55 Prozent der Beschäftigten in der ökologischen Lebensmittelwirtschaft sind Frauen, 44 Prozent Männer. Ein Prozent der Befragten gab als Geschlecht „divers“ an.

Nahezu die Hälfte (45 Prozent) der Öko-Betriebe bildet aus. Das sind doppelt so viele wie im Bundesmittel mit rund 19 Prozent ausbildenden Betrieben. Neben dem klassischen Lebensmittelhandwerk lernen bei Bio-Unternehmen kaufmännische Berufe, Logistikerinnen, Marketing- und Vertriebfachkräfte sowie technische Berufe wie IT-Systemkaufleute, Maschinen- und Anlagenfahrerinnen oder Produktionstechniker.

37 Prozent der Betriebe gaben an, Menschen mit Handicap zu beschäftigen, ebenso groß ist der Anteil derer, die geflüchtete Menschen beschäftigen.

Für die Erhebung wurden 473 verarbeitende und herstellende Betriebe mit mehr als 2,5 Milliarden Euro Gesamtumsatz befragt. Weitere Quellen waren die Agrarstrukturerhebung des Statistischen Bundesamtes und Daten der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung.

Übrigens: Für die Energiewende arbeiten etwa genauso viele Menschen wie für Bio, nämlich 387.000 (2022). Damit dürften die beiden Nachhaltigkeitsbranchen Bio und Erneuerbare heute gleichauf mit der Autoindustrie liegen – die in 2023 noch 779.700 Menschen beschäftigte. _____

Vielfältig und regional verankert

Die Zahl der Bio-Verarbeitungsbetriebe in Deutschland wächst. 2023 waren 22.382 Unternehmen für die Verarbeitung von Bio-Lebensmitteln zertifiziert, inklusive gastronomischer Betriebe. Erstmals liegen aktuelle Details zu ihrer Struktur vor.

Der BÖLW hat 2024 eine Studie zur Struktur der Bio-Verarbeitungswirtschaft in Deutschland durchgeführt. Erstmals liegen nun umfangreiche aktuelle Daten zur Struktur der „echten“ Bio-Verarbeitungsunternehmen vor (die amtliche Statistik erfasst auch Betriebe, die nur sporadisch Bio-Produkte herstellen, nur Erzeugnisse abpacken oder in der Gastronomie tätig sind).

In Bayern sind mit 25 Prozent die meisten Bio-Verarbeiter ansässig, gefolgt von Baden-Württemberg mit 17 Prozent, Nordrhein-Westfalen mit 14, Niedersachsen mit 9 und Hessen sowie Rheinland-Pfalz mit je 7 Prozent. Von den ostdeutschen Bundesländern hat Sachsen mit 4 Prozent die meisten Verarbeiter; auf einen ebenso großen Anteil kommt der Stadtstaat Berlin, der vom starken Ökolandbau im benachbarten Brandenburg profitiert.

24 Prozent der befragten Unternehmen erwirtschafteten 2023 mehr als 10 Millionen Euro, 22 Prozent gaben zwischen 1 und 9 Millionen Euro Jahresumsatz an; und der Großteil der Betriebe, 37 Prozent, erwirtschaftete einen Jahresumsatz von bis zu 1 Million Euro. Die Befragung zeigt, dass die Bio-Verarbeitung stark mittelständisch geprägt ist. Hervorzuheben sind zudem die vielfältigen Ausbildungsberufe, die die Unternehmen anbieten und somit insbesondere im ländlichen Raum für berufliche Perspektiven sorgen.

Von den befragten Betrieben verarbeiteten 12,5 Prozent auf dem eigenen Hof und produzieren da-

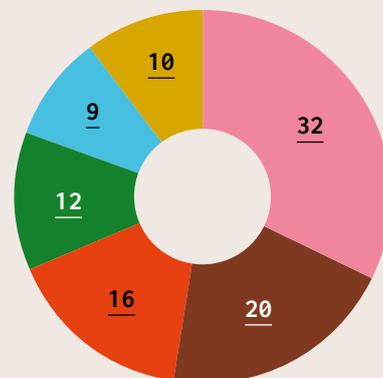
her auch viele ihrer Rohstoffe selbst. 72 Prozent der Unternehmen verarbeiteten ausschließlich Bio-Rohstoffe. 68 Prozent der Rohware stammten dabei aus Deutschland; mehr als die Hälfte (56 Prozent) aus der Region. 28 Prozent der befragten Unternehmen verarbeiten sowohl konventionelle als auch ökologische Rohstoffe. 55 Prozent dieser „Mischhersteller“ gab an, dass mehr als die Hälfte ihrer Rohwaren Bio war.

Die Betriebe sind hinsichtlich ihrer Vertriebs- und Markenstrategie breit aufgestellt: 40 Prozent der Befragten produzieren für eigene Marken; 76 Prozent stellen in Lohnproduktion für andere Unternehmen her; 33 Prozent betreiben reine Abfüllung (Mehrfachnennungen waren möglich). 12 Prozent gaben an, Markenartikel auch zu vertreiben, ohne sie selbst herzustellen. Darunter fallen Hersteller, die unter ihrer Marke

AUSBILDUNGSBERUFE IN DER BIO-BRANCHE 2023

nach Bereichen in Prozent

- Kaufleute
- Handwerk
- Technische Berufe
- Lager/Logistik
- Marketing/Vertrieb
- sonstige



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | BÖLW 2025

VERARBEITETE BIO-ROHSTOFFE 2023

Anteile in Prozent



n = 220, ohne Mehrfachnennung

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | BÖLW 2025

VERTEILUNG DER BIO-VERARBEITUNGSBETRIEBE 2023

unter den Bundesländern in Prozent



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | BLE

auch Produkte anderer Hersteller vertreiben. Umgekehrt stellt ein Großteil der Unternehmen sowohl für eigene als auch für fremde Marken her.

Der Vertrieb erfolgte bei 88 Prozent der Unternehmen über mindestens zwei Wege. Wichtigster Vertriebsweg war der Fachhandel (80 Prozent) und

Die Vertriebs- und Markenstrategie ist hoch diversifiziert.

der Lebensmitteleinzelhandel (56 Prozent). Diese Zahlen sagen nichts über Mengen aus, sondern geben den Anteil der Befragten wieder, die diese Vertriebswege nutzen. 48 Prozent der Unternehmen betreiben einen Online-Shop, 22 Prozent liefern in die Außer-Haus-Verpflegung (Kantinen, Restaurants). Zu

den am meisten bedienten Produktkategorien gehören Brot und Backwaren, Feinkost, Fleischerzeugnisse sowie vegane oder vegetarische Produkte. In vergleichbarem Umfang werden Gemüse- und Milchprodukte hergestellt.

Auch in puncto Energie ist die Branche nachhaltig: 80 Prozent der Betriebe beziehen Strom aus erneuerbaren Energiequellen. Der bundesdeutsche Schnitt liegt bei 54 Prozent. Mehr als die Hälfte der Bio-Betriebe erzeugt zudem selbst ihren Strom, vorrangig aus Solarenergie.

Fazit: Deutschland verfügt über eine vielfältige mittelständische Verarbeitungslandschaft. Damit diese Unternehmen ihren wichtigen Beitrag zur Bio-Entwicklung angesichts der Konzentrationsprozesse in der Lebensmittelindustrie auch künftig leisten können, braucht es gute Rahmenbedingungen, von Förderung über Forschung und Ausbildung bis hin zu fairen Wettbewerbsbedingungen und weniger Bürokratie. _____

Bio aus Sicht der Kundschaft

Bio-Logos allein motivieren nicht zum Bio-Kauf. Um zu verstehen, warum Menschen an Bio-Produkten vorbeigehen oder warum sie zugreifen, hat das Konsumentenpanel von NIQ Nielsen verschiedene Käufertypen analysiert. Das Ergebnis: Es gibt Wachstumspotenziale.

für die 9.842 Haushalte in ganz Deutschland befragt wurden.

Für den Kauf von Bio gibt es demnach unterschiedliche Motive. Zunächst nannten die Befragten vier Gründe, die für sie auf ähnlich hohem Niveau rangieren: Tierschutz, die Ablehnung einer gesundheits- und umweltschädlichen Produktion, die Unter-

Gesinnungskäufern („heavy buyers“) fehlt ein ausreichendes Bio-Angebot.

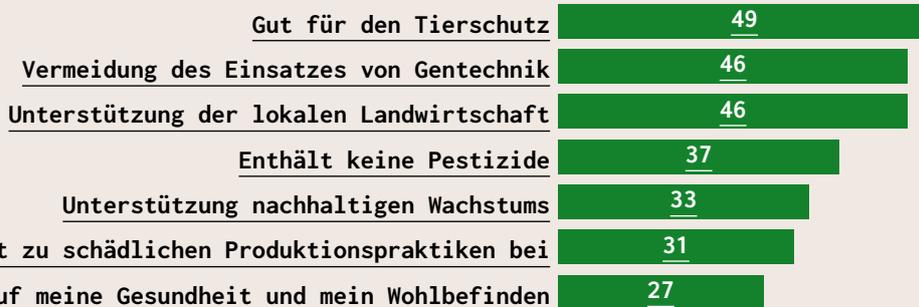
Ganze 97 Prozent aller deutschen Haushalte kaufen manchmal Bio-Lebensmittel – dennoch ist der Anteil von Bio am Gesamtumsatz bisher nur im einstelligen Bereich (2023: 6,3 Prozent). Die meisten – zwei Drittel aller Haushalte – geben weniger als 5 Prozent ihres Lebensmittelbudgets für Bio-Produkte aus. Nur 6 Prozent der Haushalte decken mehr als 20 Prozent ihres täglichen Bedarfs mit Bio. Dies zeigt eine aktuelle Studie,

Unterstützung der lokalen Landwirtschaft und die Nachhaltigkeit. Auf den zweiten Blick ist dann aber eben doch das Preis-Leistungs-Verhältnis für die Produktauswahl innerhalb von Bio ausschlaggebend.

So ist nach wie vor der subjektive hohe Preis die Haupthürde, um Bio zu kaufen – zwei Drittel aller Befragten führten diesen Grund an. Allerdings sieht dies

KAUFGRÜNDE FÜR BIO-LEBENSMITTEL

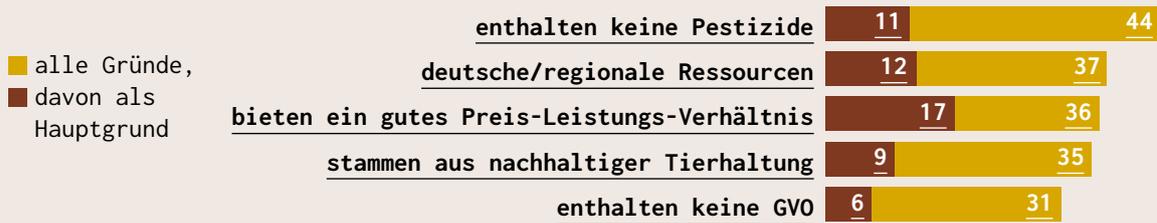
Antworten in Prozent



Frage A: Nachfolgend finden Sie eine Liste mit Aussagen zu Bio-Lebensmitteln. Bitte wählen Sie bis zu 5 Aussagen aus, die Ihrer Meinung nach die Vorteile von Bio-Produkten darstellen. Frage B: Wählen Sie aus den folgenden Aussagen bitte bis zu 5 Aussagen aus, die am besten erklären, warum Sie/Ihr Haushalt sich für ein Bio-Produkt gegenüber einem Nicht-Bio-Produkt entschieden haben. n = 9.842, Auswahl der Ergebnisse

KAUFTREIBER FÜR BESTIMMTE BIO-PRODUKTE

Antworten in Prozent



Frage A: Sobald Sie sich für den Kauf eines Bio-Produktes anstelle eines Nicht-Bio-Produkts entschieden haben: Wie entscheiden Sie, welches Bio-Produkt Sie genau kaufen möchten? (Mehrfachauswahl). Frage B: Und welcher der folgenden Punkte ist Ihnen am wichtigsten, wenn Sie sich im Geschäft für ein bestimmtes Bio-Lebensmittel entscheiden? n = 7.707, Auswahl der Ergebnisse

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | INIQ CONSUMER PANEL

bei Bio-Gesinnungskäufern („heavy buyers“) anders aus: Zwar nannten auch 54 Prozent dieser Gruppe den Preis als Hindernis für noch mehr Bio. Immerhin 27 Prozent führten aber an, dass „im Laden nur wenige Bio-Lebensmittel erhältlich“ seien. Und ein Fünftel aller Befragten, 20 Prozent, würde am liebsten noch mehr Produkte in Bio-Qualität kaufen – wenn es sie denn gäbe.

„Billig Bio, egal mit welcher Qualität“ zieht nicht bei Überzeugten.

Es gibt also ganz unterschiedliche Typen von Bio-Käuferinnen und -käufern. Das Forschungsinstitut hat sie basierend auf dem Umsatzanteil von Bio in 106 Warengruppen in sieben Gruppen segmentiert (Grafik S. 20). Bei unserer Betrachtung hier lassen wir die Gruppen „Fokus Baby“, zu der 8 Prozent aller Haushalte gehören, die „Selten-Käufer“ (26 Prozent) und die „Bio-Ablehnenden“ (45 Prozent) außen vor. Zu ihnen gehören vor allem Menschen mit geringem Einkommen, von denen viele Bio nur für ein cleveres Marketingkonstrukt halten.

Vier Gruppen lassen sich bei den 20 Prozent aller Haushalte ausmachen, die an Bio interessiert sind und die für 62 Prozent des Bio-Umsatzes sorgen. Die „Überzeugten“ – sie kaufen Bio aus ethischen Motiven, die „Tierwohl“-Käufer, die Gruppe „Fachhandel“, die die regionale Landwirtschaft unterstützen will und die

eher heterogene Gruppe „Trockenprodukte“, die besonders viel verpackte und verarbeitete Bio-Produkte kauft. Das Merkmal letzterer Gruppe ist ihr Preisbewusstsein; zur Gruppe „Trockenprodukte“ zählt besonders die jüngere Kundschaft mit den schmalen Portemonnaies.

Zur Markenpräferenz: Die Gruppe der „Überzeugten“ ist das einzige Cluster, das die Exklusivmarken der Bio-Hersteller und Herstellerinnen nicht nur mag, sondern sogar deutlich bevorzugt. Die Gruppen „Tierwohl“ und „Trockenprodukte“ ziehen dagegen die meist günstigeren Eigenmarken des Handels vor

KAUFBARRIEREN BEI BIO-LEBENSMITTELN

Antworten in Prozent



Frage: Was sind Gründe für Sie, weshalb Sie nicht häufiger Bio-Lebensmittel kaufen? Oder was wären Gründe für Sie, nicht häufiger Bio-Lebensmittel einzukaufen? (Mehrfachauswahl). Gesamtbefragte n = 9.842, Heavy-Buyers n = 2.191, Auswahl der Ergebnisse

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | INIQ CONSUMER PANEL

– mit deutlich unterschiedlichen Vorlieben. Die Tierwohl-Bewussten zieht es vor allem zum Discounter, und zwar zu Aldi; die Trockenprodukt-Gruppe zieht es besonders in die Drogeriemärkte, mit Präferenz für DM. Diese Daten zeigen deutlich: Keines der Segmente mit hoher Bio-Affinität ist mit „billig Bio – egal welcher Qualität“ zu gewinnen.

Warum gibt es im LEH oft nur Bio oder vegan statt Bio UND vegan?

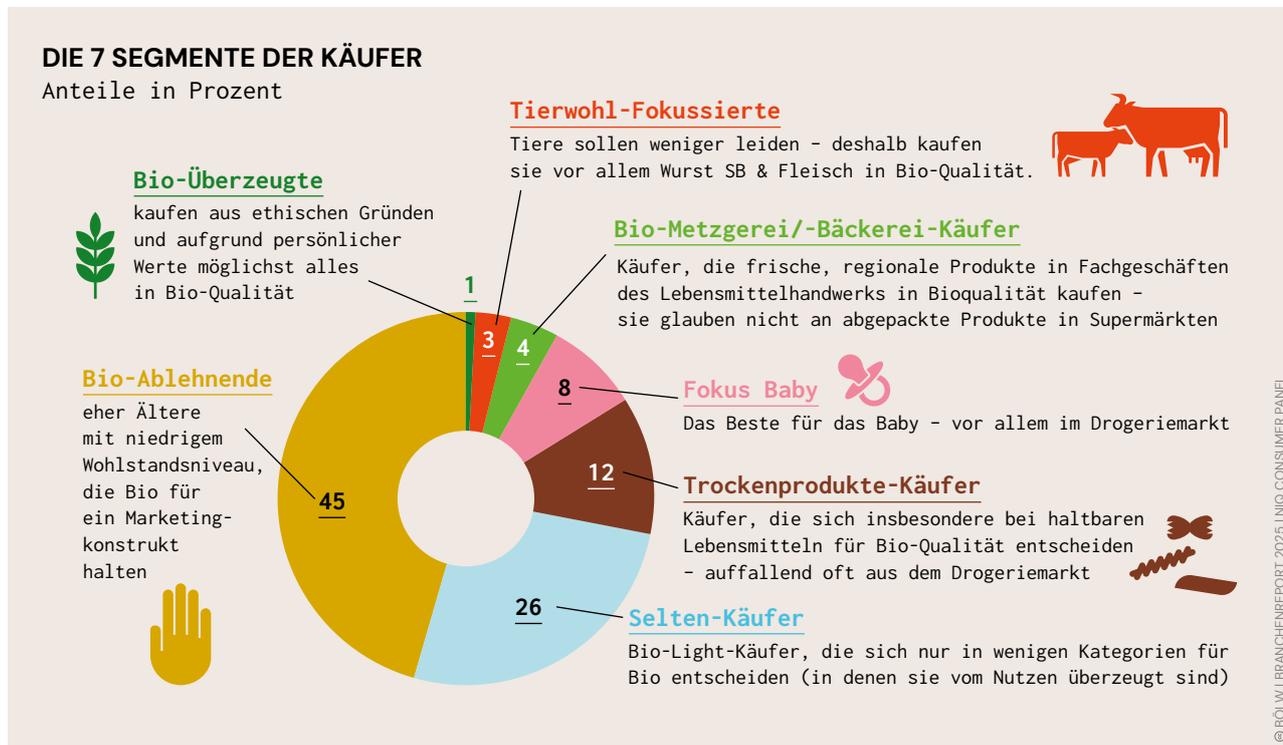
Alle vier fühlen sich für den Kauf von Lebensmitteln im Allgemeinen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) gut aufgehoben. Bio-Produkte kaufen sie gleichwohl überdurchschnittlich oft woanders: Überzeugte in Bioläden und bei Online-Anbietern, Tierwohl-Besorgte kaufen Fleischprodukte auffällig viel bei Aldi Süd, Fachhandel-Liebhaber in Fachgeschäften wie Bio-Bäckern, -Metzgern, -Märkten. Die jüngere Gruppe „Trockenprodukte“ besorgt sich ihr Bio in den Dro-

geriemärkten.

Spannend fallen die Antworten der eher jungen Trockenprodukte-Gruppe auf die Frage aus, warum sie „nicht häufiger Bio-Lebensmittel kaufen“. Auch wenn für alle der hohe Preis die Haupthürde ist, rankt an zweiter Stelle der Antworten schon: „Im Laden sind nur wenige Bio-Produkte erhältlich“ oder „Ich kann sie nicht im Laden finden“. Das wird sich schon so mancher gedacht haben, der etwa nach veganen Produkten gesucht hat: Warum gibt es im LEH oft nur vegan oder Bio – statt vegan UND Bio?

Fazit der Untersuchung: Es gibt unterschiedliche Arten von Bio-Käufern mit unterschiedlichen Gründen für den Kauf von Bio. Sie sollten auf eine auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Weise angesprochen und überzeugt werden. Die gute Nachricht: Die unterschiedlichen Käufergruppen können heute auf unterschiedliche Weise in unterschiedlichen Kanälen angesprochen werden. Vollsortimenter, Drogeriemärkte, Discounter – aber auch Bioläden, Fachhandwerk und auch E-Commerce haben jeweils unterschiedliches Potential in den verschiedenen Zielgruppen.

Das Preis-Leistungs-Verhältnis scheint insbesondere für das Segment „Trockenprodukte“ eine wich-



KAUFBARRIEREN BEI BIO-PRODUKTEN IN DEN SEGMENTEN

Gründe, Antworten in Prozent

	Bio-Überzeugte	Tierwohl-Fokussierte	Bäckerei/Metzgerei	Trockenprodukte
Zu teuer	38	47	48	65
Nur wenig Bio-Produkte im Laden	24	30	22	26
Nicht in Bio-Qualität erhältlich	20	8	4	4
Ich kann sie nicht im Laden finden	17	19	11	10
Schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis	9	12	26	30
Qualität nicht zufriedenstellend	7	5	15	9
Bio-Zertifizierung nur Marketing	4	4	16	10
Gewohnheit: Kaufe Lieblingsmarke	2	8	13	11
Bio-Produkte halten nicht lange	1	5	10	11
Kauf unwichtig für Umweltschutz	1	1	6	5

Frage: Was sind Gründe für Sie, weshalb Sie nicht häufiger Bio-Lebensmittel kaufen? Oder was wären Gründe für Sie nicht häufiger Bio-Lebensmittel einzukaufen? Überzeugte n = 145, Tierwohl n = 282, Fachgeschäfte n = 414, Trockenprodukte = 1277, Auswahl der Ergebnisse

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | INIQ CONSUMER PANEL

tige Rolle zu spielen. In diesem Segment sehen die Konsumforschenden das größte Wachstumspotenzial – auch aufgrund seiner schieren Größe: 12 Prozent aller Haushalte zählen dazu. Dazu ist aber gute Qualität zu gutem Preis vonnöten. Wertschätzung für Bio-Produkte von besonders guter Qualität ist da – die Bereitschaft beziehungsweise die subjektive Möglichkeit, zu hohe Preisabstände zu zahlen, dagegen nicht.

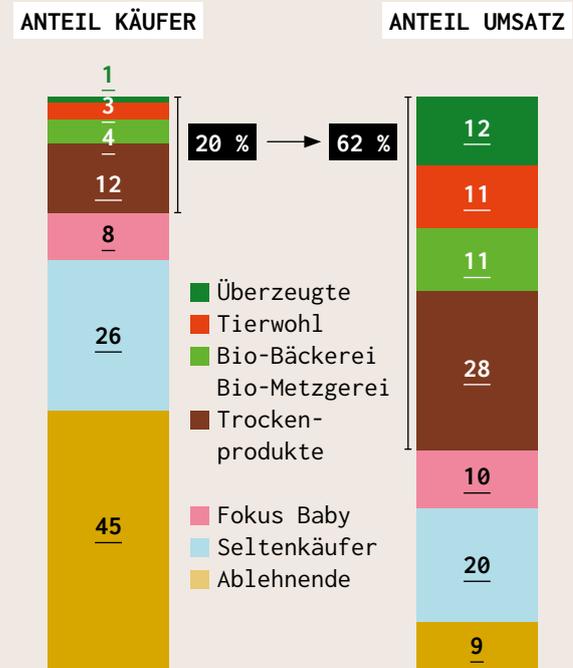
Das größte Wachstumspotenzial gibt es bei der Gruppe, die derzeit nur durchschnittlich viel Bio kauft.

Hier würden richtungsweisende Entscheidungen aus der Politik – etwa Mehrwertsteueranpassungen – mutmaßlich für mehr Kaufbereitschaft sorgen.

Alle Segmente mit Bio-Affinität würden sogar noch mehr Bio kaufen – sagen aber in auffällig hohem Maße, dass sie im Handel oft nicht alle gewünschten Produkte finden. Auch in der Angebots- und Sortimentsgestaltung liegt also noch viel Potenzial, um die vorhandene Nachfrage zu bedienen. _____

KÄUFERANTEIL VS. BIO-UMSATZANTEIL

Anteile der Segmente in Prozent



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | INIQ CONSUMER PANEL

Gute Preise für Bio-Gemüse, schwierige Lage bei Obst

Die Verkaufserlöse der Bio-Landwirte in Deutschland sanken 2023 erstmals seit Jahren: um 3 Prozent auf 3,63 Milliarden Euro. Allerdings waren die Verkaufserlöse 2022 vor allem in Folge der Inflation hoch; 2023 nahm das Preisniveau langsam wieder ab.

Mit einem Erlös von 595 Millionen Euro verzeichnete Bio-Gemüse ein Wachstum von 31 Prozent und damit den höchsten unter allen landwirtschaftlichen Produkten. Grund für die positive Entwicklung im Jahr 2023 war die Ausweitung der Anbauflächen, eine gute Ernte und höhere

Gemüsepreise im Vergleich zu 2022. Besonders Wurzel- und Knollengemüse profitierte von den vielen Niederschlägen.

Kartoffeln waren das Produkt mit den größten Preis- und Erlössteigerungen 2023. Sie erzielten ein Plus von 23 Prozent. Der Grund: Gestiegene Betriebskosten der Landwirte sowie Ernte- und Lagerschwierigkeiten durch die ungünstige Witterung dezimierten die Erntemenge. In der Folge der Knappheit stiegen die Preise.

Die Getreide-Erlöse sanken um gut ein Viertel auf 356 Millionen Euro. Dies war der erste Rückgang seit zehn Jahren. Dabei konnte die Erntemenge trotz eines leichten Flächenrückgangs sogar leicht gesteigert werden. Doch die Erzeugerpreise lagen teils deutlich unter Vorjahresniveau.

Um gut ein Viertel (26 Prozent) fielen 2023 auch die Verkaufserlöse für Obst im Vergleich zu 2022.

ANTEILE AN DEN VERKAUFSERLÖSEN NACH PRODUKTGRUPPEN 2023

Anteile in Prozent



VERKAUFSERLÖSE DER DEUTSCHEN LANDWIRTSCHAFT 2023

in Millionen Euro

BIO-LANDWIRTSCHAFT



KONVENTIONELLE LANDWIRTSCHAFT



Hülsenfrüchte und Zuckerrüben: keine Angaben

Insbesondere Frost im Frühjahr und Hitze im Sommer beeinträchtigten das Wachstum so sehr, dass die Erntemenge trotz insgesamt gesteigener Anbaufläche sank.

Bei den tierischen Erzeugnissen gaben die Preise für Rindfleisch, Eier und Milch leicht nach; allerdings deutlich weniger stark als bei den pflanzlichen Produkten. Die Bio-Milchproduktion erreichte 2023 einen Rekordstand. Mit 813 Millionen Euro war Milch nicht nur unter den tierischen Produkten, sondern auch insgesamt 2023 wichtigster Erlösbringer. Der AMI-Vergleichspreis betrug in dem Jahr 58,2 Cent pro Kilogramm – und lag damit leicht unter dem Vorjahr. Durch die höhere Milchanlieferung erzielten die deutschen Bio-Landwirte dennoch um 4,2 Prozent höhere Erlöse für den ökologischen Rohstoff.

Bei Bio-Eiern führten 2023 mangelnde Absatzmöglichkeiten, gestiegene Produktionskosten sowie nicht kostendeckende Preise für die Erzeuger zu einem weiteren Rückgang in der Produktion. Die Erlöse

für Eier sanken um knapp 7 Prozent auf 388 Millionen Euro.

Rindfleisch verzeichnete trotz einer leichten Produktionsausweitung niedrigere Verkaufserlöse als 2022. Mit 275 Millionen Euro sank der Erlös um ganze 18 Prozent, da die Erzeugerpreise deutlich unter dem

Bio-Milchproduktion erreichte 2023 Rekordstand und war wichtigster Erlösbringer.

hohen Niveau 2022 lagen. Auch die Erlöse für Schweinefleisch fielen um rund 12 Prozent gegenüber 2022. Doch seitdem hat sich einiges geändert: Die Zahlen für 2024 liegen zwar bislang nicht im Einzelnen vor, verheißen aber gerade für Schweinefleisch eine erfreulichere Erlössituation. _____

Gemischte Bilanz

Die Zufriedenheit der Bio-Landwirte mit den Preisen für ihre Erzeugnisse dürfte durchwachsen sein. Beispiel Milch: Die Preise waren zuletzt nicht kostendeckend für die Erzeuger. Hohe Kosten für Betriebsmittel, Löhne und Investitionen belasten die Bio-Betriebe schwer.

Das Jahr 2022 war ein Rekordjahr für die Bio-Milcherzeugerpreise – gefolgt von einem weiteren überdurchschnittlichen Jahr. In der zweiten Jahreshälfte 2024 zogen die Preise wieder deutlich an, bleiben in Summe für 2024 aber unter Vorjahr. Die Erzeugerpreise für konventionelle Milch

lagen 2024 dagegen deutlich über Vorjahr. Die Ursache ist ein geringes Rohstoffangebot und knappe Fettmärkte.

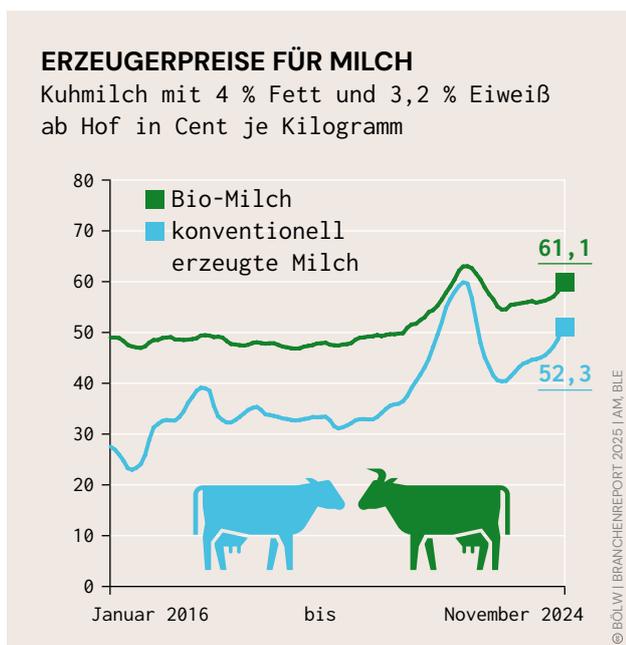
Bio-Schweine wurden 2024 dringend gesucht – insbesondere Verbandsware. Aber auch EU-Bio-Ware fand angesichts der Knappheit problemlos Abnehmer. Zum Jahreswechsel 2024 verhandelten Erzeuger und Abnehmerinnen über höhere Preise. Schon die Monate zuvor waren die Bio-Schweinepreise deutlich ge-

Gute Preise für Bio-Fleisch decken nicht die Produktionskosten.

stiegen, im November allein um 5 Cent/Kilo Schlachtgewicht (SG). Die pauschal abgerechneten Tiere waren um weitere 6 Cent/Kilo auf 4,68 Euro/Kilo SG gestiegen. Der Abstand zu den nach Handelsklasse E abgerechneten Tieren vergrößerte sich auf 16 Cent/Kilo SG. Tiere ohne feste Abnahmeverträge wurden für bis zu 5 Euro/Kilo gehandelt.

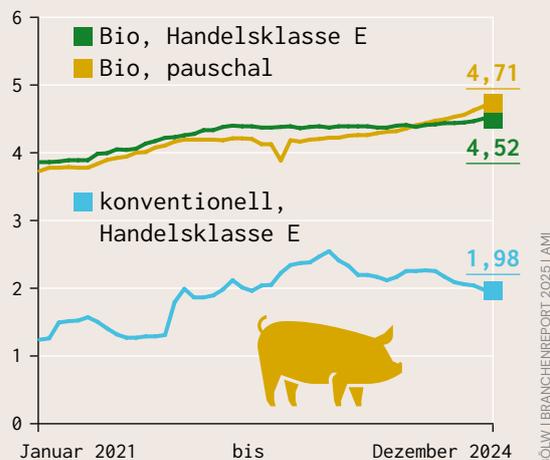
Auch 2025 dürften die Bio-Schweinepreise weiter steigen, da Nachfrage und Angebot weiter auseinanderklaffen. Denn trotz der attraktiven Preise stagniert der Bio-Schweinebestand. Bestehende Bio-Betriebe müssen Stall-Erweiterungen oft ohne Förderung stemmen, da die Agrarinvestitionsförderprogramme meist nur für Neu- und Umbauten genutzt werden können. Außerdem werden wegen Immissionsschutz-Auflagen kaum noch Bauanträge genehmigt.

Ähnlich bei den Rindern: Auch die Bio-Rinderpreise reichen schon lange nicht mehr für eine kostendeckende Produktion. Die Preise für Schlachtrinder lagen zum Jahresende zwar um 50 Cent/Kilo SG (Jungbullen) bis 80 Cent/Kilo SG (Färsen, Ochsen) über den Vorjahreswerten, und auch die Kühe waren



ERZEUGERPREISE FÜR MASTSCHWEINE

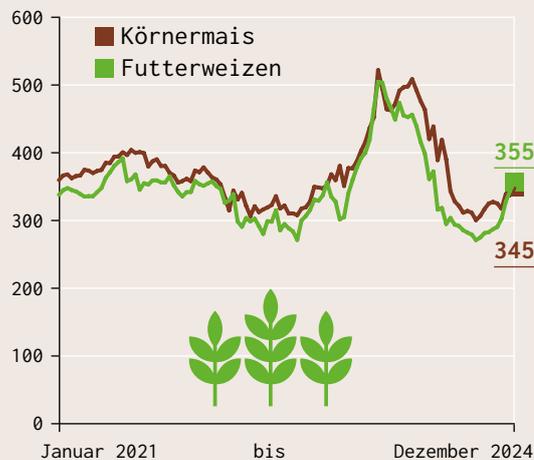
bei Abgabe frei Schlachtstätte
in Euro je Kilogramm Schlachtgewicht



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI

ERZEUGERPREISE FÜR BIO-FUTTERGETREIDE

lose Ware, frei Verarbeiter/Mühle,
in Euro je Tonne



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI

mit gut 1 Euro/Kilo SG deutlich besser bezahlt. Das reicht dennoch kaum für einen betriebswirtschaftlichen Erfolg.

Nach der Ernte 2024 waren weniger Bio-Futtergetreide und -Futtermais verfügbar als noch ein Jahr zuvor. Bio-Leguminosen sind zur Rarität geworden. In der Summe trifft das knappere Angebot auf eine seit dem Spätherbst anziehende Nachfrage, sodass sich die Erzeugerpreise aus dem lang anhaltenden Tief bewegen. Futtergetreide machte zum Jahresende einen Satz nach oben.

Gute Nachrichten für Bio-Gemüsebauerinnen: Die Preise für Bio-Zwiebeln haben sich 2024 das zweite Jahr in Folge von ihrem langjährig stabil niedrigen Niveau gelöst und sind gestiegen. Zurecht: Einerseits erfordert der Anbau von Bio-Zwiebeln viel Know-how und Pflege. Besonders aufwendig ist die mechanische Unkrautbekämpfung im frühen Vegetationsstadium. Zudem können Befall mit Krankheiten wie Mehltau oder mit Schädlingen zu starken Ertragsausfällen führen. Andererseits sind auch die Produktionskosten für Betriebsmittel, Trocknung, Kühlung und Lagerung zuletzt spürbar gestiegen. Bei Möhren dagegen liegen die Preise 2025 nach einer guten Ernte unter Vorjahresniveau.

Die Erzeugerpreise für Bio-Äpfel in Deutschland sind fester. Außer am Bodensee konnten in allen Lan-

desteilen weniger Früchte geerntet werden. Hauptgrund hierfür war das regnerische, kühle Wetter zur Blüte, wovon jedoch die Bodensee-Region nicht betroffen war. Die dortige überdurchschnittliche Ernte gleicht daher die defizitäre Versorgung in anderen Regionen in gewissem Rahmen aus. Die Erwartungen hinsichtlich der Preisgestaltung haben sich aus Sicht der Erzeugung bislang nicht erfüllt. Im Durchschnitt

Wetterkapriolen beeinflussen die Bio-Obst- und Gemüseproduktion

liegen die Großhandelspreise derzeit knapp 12 Prozent über dem Vorjahr, es wird aber mit Luft nach oben gerechnet.

Die Bio-Erdbeerernte 2024 fiel ausgesprochen klein aus. Die Regenfälle im Frühjahr beeinträchtigten die Qualität und Haltbarkeit, sodass die Ausfallquoten höher ausfielen. Dann verzögerten niedrige Temperaturen die Reife der Beeren. Mit der wochenlang knappen Angebotssituation, selbst im Erdbeermonat Juni, ließen sich Preisaufschläge gegenüber den Vorjahren durchsetzen. _____

Mehr Futter, mehr Getreide

Die ökologisch bewirtschafteten Ackerflächen wuchsen 2023 besonders durch mehr Ackerfutter. Der Bio-Anteil an der deutschen Obstfläche erreichte knapp 19 Prozent, bei Gemüse 15 Prozent. Die Fleischproduktion legte bei Rind und Geflügel leicht zu.

Die Bio-Ackerflächen sind 2023 um 4,1 Prozent gewachsen laut Statistik der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung. Diese Flächenausweitung war vor allem auf den vermehrten Anbau von Ackerfutter zurückzuführen; die Fläche

wuchs im Vergleich zu 2022 um 22.000 Hektar.

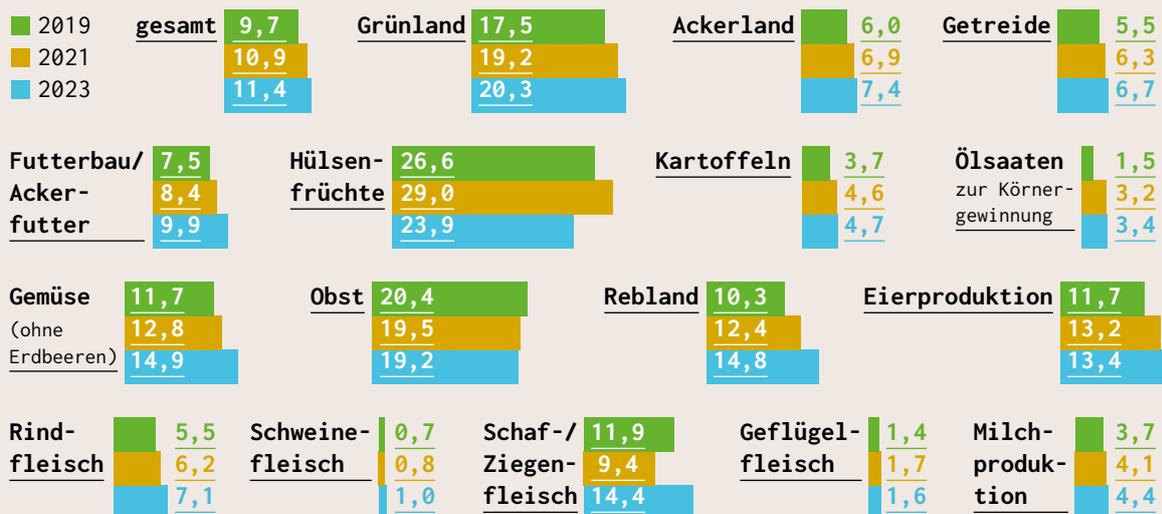
Gute Ernten überkompensierten die geringen Veränderungen beim Bio-Getreide. Die Anbaufläche sank nämlich leicht um 2.000 Hektar auf 410.000 Hektar. Bio-Landwirtinnen und -landwirte ernteten 2023 mit 1,25 Millionen Tonnen etwa 2 Prozent mehr Getreide (ohne Mais) als im Vorjahr.

Die Bio-Obstfläche vergrößerte sich um 3,6 Prozent. Rund 13.393 Hektar, 19 Prozent der bundesweiten Obstfläche, wurden damit im Jahr 2023 ökologisch bewirtschaftet. Auf 94 Prozent der 8.150 Hektar Bio-Kernobstfläche wuchsen Äpfel.

Die Bio-Gemüsefläche wuchs 2023 um 3 Prozent auf 18.095 Hektar an. Damit glichen die Landwirte den Rückgang aus dem Vorjahr aus; der Bio-Anteil an der Gesamtgemüsefläche stieg auf 14,9 Prozent an.

ENTWICKLUNG DER BIO-ANTEILE IN DER LANDWIRTSCHAFTLICHEN PRODUKTION

Anteile an der Gesamtanbaufläche (pflanzliche Produkte) oder Gesamtmenge (tierische Produkte) in Prozent



PRODUKTIONSSTRUKTUR DES DEUTSCHEN ÖKOLANDBAUS

Kulturen/Tierarten (Einheit)	2020	2021	2022	2023	Wachstum 2023
Grünland (ha)	880.000	910.000	950.000	955.000	0,5 %
Ackerland (ha)	760.000	810.000	834.000	868.000	4,1 %
Getreide (ha)	376.000	384.000	412.000	410.000	-0,5 %
Futterbau/Ackerfutter (ha)	239.000	254.000	252.000	274.000	8,7 %
Hülsenfrüchte (ha)	65.000	71.000	67.000	66.000	-1,5 %
Kartoffeln (ha)	11.350	12.000	12.800	12.400	-3,1 %
Ölsaaten zur Körnergewinnung (ha)	23.500	33.200	43.300	42.900	-0,9 %
Gemüse ohne Erdbeeren (ha)	16.378	18.221	17.563	18.095	3,0 %
Obst (ha)	12.092	12.219	12.931	13.393	3,6 %
Rebland (ha)	11.900	12.500	13.800	15.300	10,9 %
Rindfleisch (t)	64.400	66.900	68.800	70.500	2,5 %
Schweinefleisch (t)	35.600	37.700	40.600	39.500	-2,7 %
Schaf- und Ziegenfleisch (t)	4.100	4.230	4.130	4.350	5,3 %
Geflügelfleisch (t)	27.870	29.450	27.810	28.070	0,9 %
Eierproduktion (Mio. Stk.)	1.736	1.933	1.989	1.960	-1,5 %
Milchproduktion (t)	1.234.238	1.266.200	1.317.700	1.382.200	4,9 %

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI

Bio-Gemüse ist tendenziell wieder auf Wachstumskurs. Die ökologisch bewirtschaftete Kartoffelfläche zeigte 2023 freilich einen leichten Rückgang um 400 Hektar auf 12.400 Hektar. Grund: Die Branche musste sowohl extreme Wetterbedingungen als auch gestiegene Kosten verkraften.

Die Anbaufläche von Bio-Hülsenfrüchten gab marginal (um 1,5 Prozent) auf 66.000 Hektar nach. 2022 war es sehr trocken, 2023 sehr nass – das erklärt die Flächenrückgänge ausgehend vom anbaustarken Jahr 2021. Ernteschwankungen sind zwar nichts Ungeöhnliches, können aber für Unsicherheit auf einem Markt sorgen, der Eiweißfrüchte grundsätzlich dankbar aufnimmt.

Die Bio-Milchanlieferung stieg 2023 um 4,9 Prozent auf 1,382 Milliarden Kilo Kuhmilch. Der Bio-Anteil an allen Kuhmilchanlieferungen erreichte 4,6 Prozent. Im letzten Quartal 2023 schwächten sich die Steigerungsraten gegenüber dem Vorjahr zwar ab, jedoch war die Bio-Milchanlieferung in den entsprechenden Monaten im Jahr 2022 aufgrund der seinerzeit guten

Preissituation besonders hoch.

Die Bio-Rindfleischproduktion stieg 2023 um 2 Prozent auf 70.500 Tonnen Schlachtgewicht. Im zweiten Halbjahr 2023 war die Nachfrage jedoch zu gering, um das Angebot vollständig aufzunehmen, die Tiere stauten sich – ganz anders als aktuell – in

Bio-Gemüse tendenziell auf Wachstumskurs

Wartelisten. Die Bio-Schweineproduktion ging nach den Zuwächsen 2022 wieder zurück, weil Ferkel fehlten.

Die Produktion von Bio-Geflügelfleisch stieg im Jahr 2023 leicht auf 28.070 Tonnen. Damit reagierten die Erzeugerinnen und Erzeuger auf die anziehende Nachfrage. Viele Handelsketten haben ihr Sortiment an Bio-Fleisch und -Geflügelprodukten ausgeweitet. _____

Handel mit Bio erholt sich in Europa

In den meisten EU-Ländern wuchs 2023 der Umsatz mit Bio-Produkten, nachdem er 2022 erstmals nachgegeben hatte. In den Niederlanden förderte eine nationale Kampagne die Nachfrage. Im Schnitt gab jede EU-Bürgerin 104 Euro für Bio aus; jeder US-Bürger 196 Euro.

In der Schweiz sind die Menschen offenbar besonders engagiert, in gutes Essen zu investieren. Dies zeigt sich auch an den Ausgaben für Bio-Produkte: Mit durchschnittlich 476 Euro pro Kopf führen die Schweizerinnen und Schweizer 2023 das Ranking der europäischen Pro-Kopf-Ausgaben für Bio an. Dänische Konsumenten folgen mit 364 Euro auf Platz 2, Österreichs Verbraucherinnen mit 318 Euro auf Platz 3. In Deutschland gab jeder Einwohner im Schnitt 191 EUR aus.

In ganz Europa wurden im Jahr 2023 Bio-Lebensmittel im Wert von 54,7 Milliarden Euro gekauft, in der EU-27 allein waren es 46,5 Milliarden Euro. Damit stieg der Umsatz insgesamt um 3,2 Prozent. Dies sind die Ergebnisse der gemeinsamen Auswertung des Forschungsinstitutes für biologischen Landbau und der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft.

Der mit Abstand größte Bio-Markt in Europa ist Deutschland. 2023 legten hier die Umsätze wieder um 5 Prozent zu. 2022 hatte der Umsatz nach den Pandemie-Jahren leicht nachgegeben. Ursachen dafür waren die Rückkehr der Menschen in die Kantinen und Restaurants (in denen Bio noch unterrepräsentiert ist) und die hohe Inflation in Folge des Kriegs gegen die Ukraine. Insgesamt gaben Verbraucherinnen und Verbraucher hierzulande 2023 mehr als 16 Milliarden Euro

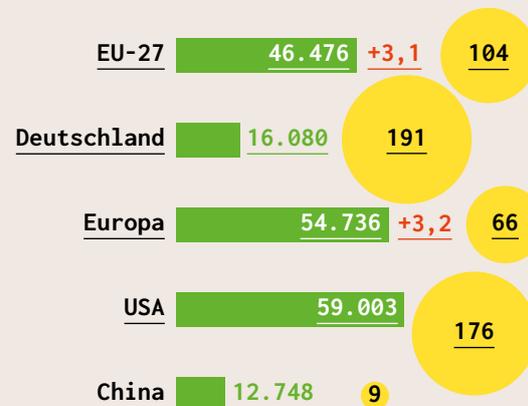
für Bio-Lebensmittel und -Getränke aus, pro Kopf 191 Euro. Auch in Österreich legte der Bio-Umsatz trotz des schwierigen Marktumfeldes um mehr als 5 Prozent zu.

Frankreich stagnierte im europäischen Bio-Umsätze-Ranking an zweiter Stelle mit rund 12 Milliarden Euro Umsatz. Die Preisanstiege bei Bio-Produkten lagen mit 7,7 Prozent unter der allgemeinen Lebensmittelinflation von 11,8 Prozent. Der konventionelle Lebensmitteleinzelhandel war Haupteinkaufsstätte für Bio-Produkte. Er generierte über die Hälfte des Bio-Umsatzes, verzeichnete dennoch ein Minus von 3,8 Prozent im Vergleich zu 2022. Dies ist insbeson-

BIO-UMSATZ IN EUROPA 2023

Vergleich

- Umsatz in Millionen Euro
- Wachstum im Vergleich zum Vorjahr in Landeswährung in Prozent
- Umsatz je Einwohner in Euro



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI, FiBL

BIO-UMSATZ IN EUROPA NACH LÄNDERN 2023

ohne Außer-Haus-Verpflegung und Export, Auswahl*

Land	Umsatz je Einwohner in Euro	Umsatz in Mio. Euro	Bio- Umsatzanteil in Prozent	Wachstum in Landeswährung in Prozent
Schweiz	476	4.194	11,6	6,2
Dänemark	364	2.159	11,8	-0,4
Österreich	292	2.657	11,5	5,8
Luxemburg	229	151	8,2	-7,7
Schweden	220	2.310	7,8	-4,5
Deutschland	191	16.080	6,3	5,0
Frankreich	177	12.081	5,6	0,0
Niederlande	91	1.615	4,6	12,5
Norwegen	71	389	1,7	keine Angabe
Italien	66	3.882	3,5	5,2
Finnland	63	352	1,9	-6,0
Spanien	57	2.748	2,3	keine Angabe
Vereinigtes Königreich	51	3.423	1,8	2,7
Irland	31	165	2,7	-0,6
Vereinigtes Königreich	51	3.423	1,8	2,7

*Länder, von denen aktuelle Zahlen vorliegen

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI, FIBL

dere auf verkleinerte Bio-Sortimente in den rund 18.000 französischen Supermärkten zurückzuführen. Zugelegt hat derweil die Direktvermarktung.

Die Niederländer kaufen immer mehr Bio-Produkte. Insbesondere frische Bio-Lebensmittel verzeich-

Die Kampagne „Der schönste Einkauf ist Bio“ treibt Bio-Wachstum in den Niederlanden an.

neten 2022 und 2023 ein deutliches Wachstum. Den gestiegenen Umsatz führten Marktbeobachter auf die Werbekampagne „Der schönste Einkauf ist Bio“ („De mooiste Boodschap is bio“) des niederländischen Dachverbands Bionext zurück. Noch ist der Bio-Anteil am Gesamtmarkt für Lebensmittel jedoch mit 3,8

Prozent deutlich unter dem deutschen Niveau.

Ein weiteres Jahr in Folge wuchs der Bio-Umsatz im Vereinigten Königreich. Mit einem Wachstum von 2 Prozent zum Vorjahr wurden 2023 Produkte im Wert von 3,71 Milliarden Euro verkauft, so der Jahresbericht des Anbauverbandes Soil Association.

Weltgrößter Bio-Markt sind die USA, was sowohl der Lust auf Bio als auch der hohen Bevölkerungszahl geschuldet ist. Jede US-Einwohnerin gab im Jahr 2023 179 Euro für Öko-Lebensmittel aus und damit 72 Prozent mehr als jeder EU-Bürger (104 Euro). Insgesamt lag der Jahresumsatz mit Bio bei 59 Milliarden Euro, 3,4 Prozent höher als im Jahr davor. Ähnlich wie in Europa sind in den USA die konventionellen Lebensmittelpreise stärker gestiegen als die Bio-Preise. Obst und Gemüse bleiben mit fast 30 Prozent die mit Abstand wichtigste Bio-Produktgruppe. Mit mehr als 14 Prozent Bio-Umsatzanteil am gesamten Obst- und Gemüsemarkt liegt der US-Anteil deutlich über den Anteilen europäischer Länder. _____

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft



Der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) ist der Spitzenverband deutscher Erzeugerinnen, Hersteller und Händlerinnen von Bio-Lebensmitteln und vertritt als Dachverband die Interessen der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft in Deutschland. Mit Bio-Lebensmitteln und -Getränken setzten jährlich rund 58.000 Bio-Betriebe 17 Milliarden Euro um.



TINA ANDRES

Vorsitzende

„Ziel muss sein, den Bio-Anteil bis 2030 zu verdoppeln. Bio schützt die natürlichen Lebensgrundlagen und sichert damit die Ernährung von morgen. Außerdem schafft Bio Heimat – mit Molkereien und Käsereien und vielen anderen mittelständischen Lebensmittelherstellern.“



PETER RÖHRIG

Geschäftsführender Vorstand

„Mit Bio können wir die Land- und Ernährungswirtschaft so umbauen, dass wir die Herausforderungen unserer Zeit wie Klimakrise, Welternährung und die Endlichkeit natürlicher Ressourcen meistern können. Bio zeigt den Weg – weltweit.“



HUBERT HEIGL

Vorstand Landwirtschaft

„Bio bietet Antworten auf viele der großen Zukunftsfragen und schafft so Perspektiven für Bäuerinnen und Bauern. Mit meiner über 35-jährigen Erfahrung als Landwirt möchte ich dazu beitragen, die notwendige Transformation der Lebensmittelwirtschaft mitzugestalten und so die Zukunft unserer landwirtschaftlichen Betriebe zu sichern.“



VOLKER KRAUSE

Vorstand Herstellung

„Wir Öko-Müller, -Bäckerinnen, -Fleischer und -Meierinnen stehen zu unserer Verantwortung gegenüber den Kunden, den Bäuerinnen und den Menschen in der Region. Bio-Hersteller sorgen für höchste Qualität und nachhaltige Lebensmittel.“

MITGLIEDER

Der BÖLW vereint als Spitzenverband der Bio-Branche 15 Mitgliedsverbände unter einem Dach: die gesamte Wertschöpfungskette der ökologischen Lebensmittelwirtschaft von der Landwirtschaft über die Lebensmittelherstellung bis zum Handel.

Biokreis

Der ökologische Anbauverband Biokreis steht seit 1979 für regionale, vertrauensvolle Netzwerke, für Tierwohl und handwerkliche Lebensmittelverarbeitung im Einklang mit der Natur. Gemeinsam mit seinen Mitgliedern aus Landwirtschaft & Imkerei, Verarbeitung & Handel und aus der Verbraucherschaft gestaltet der Biokreis kreativ und konsequent ökologischen Landbau. | www.biokreis.de



Erzeugerbetriebe für den Erhalt der Biodiversität und im Naturschutzprojekt „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ außerdem zusätzlich für die gezielte Förderung der Artenvielfalt ein. | www.biopark.de

Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN)

Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) ist ein Zusammenschluss von Herstellerinnen sowie Groß- und Einzelhändlern von Öko-Lebensmitteln und -Waren. Der Verband vertritt deren Interessen in Politik, Öffentlichkeit und Branche. Die Einzelhandelsunternehmen im BNN bieten ein reines Bio-Sortiment an. Mit dem BNN-Monitoring für Obst und Gemüse sowie für das Trockensortiment werden die etablierten Prozesskontrollen in der ökologischen Lebensmittelwirtschaft ergänzt. | www.n-bnn.de



Bundesverband
Naturkost Naturwaren e.V.

Bioland

Bioland ist der größte deutsche Öko-Anbauverband. Gemeinsame Werte verbinden seit über 50 Jahren die deutschen sowie Südtiroler Erzeugerinnen und Marktpartner aus Herstellung und Handel. Das gemeinsame Ziel: Der Umbau der Land- und Lebensmittelwirtschaft nach streng ökologischen Kriterien, um die Lebensgrundlagen auf unserer Erde zu bewahren. Bioland-Produkte werden breit vermarktet, vom Hofladen bis zum Discounter. | www.bioland.de



Dachverband ökologische Pflanzenzüchtung in Deutschland

Der Dachverband ökologische Pflanzenzüchtung e. V. vereint alle deutschen Öko-Züchtungsinitiativen, die zum Teil seit über 30 Jahren erfolgreich unter den Bedingungen des Ökolandbaus geeignete Sorten entwickeln. Das Engagement der Züchter*Innen im 2022 gegründeten Dachverband steht für „Bio von Anfang“ an. Öko-Pflanzenzüchtung ist von herausragender Bedeutung für ein zukunftsfähiges und nachhaltiges Lebensmittelsystem, das die bäuerliche Unabhängigkeit stärkt. | www.dv-oekopz.org



Bioland Verarbeitung & Handel e. V.

Der Bioland Verarbeitung & Handel e. V. (BVH) ist ein Zusammenschluss der Bioland-Partner aus den Bereichen Verarbeitung, Handel und Gastronomie. Er stellt seit 2020 den organisatorischen Rahmen zur Mitbestimmung der Bioland-Partner im Bioland e.V. Eingebettet in die Wertegemeinschaft des Bioland e.V. setzt sich der BVH für eine zukunftsfähige Land- und Ernährungswirtschaft ein und vertritt dabei die Interessen seiner Mitglieder nach innen und außen. | www.bioland.de/bvh

Bioland
Verarbeitung &
Handel e.V.



Demeter e. V.

Der Demeter e. V. ist der älteste Bio-Verband Deutschlands und steht für die biodynamische Wirtschaftsweise. Die Demeter-Landwirtinnen arbeiten nach dem Ideal der Kreislaufwirtschaft und die Demeter-Hersteller verarbeiten die landwirtschaftlichen Erzeugnisse schonend und werterhaltend. Demeter wurde von Verbraucherinnen und Verbrauchern zur „nachhaltigsten Marke Deutschlands“ gewählt. | www.demeter.de



Biopark

Biopark steht mit flächengebundener Tierhaltung, ohne Anbindehaltung, und dem Einsatz von Rohwaren und Rohstoffen aus Deutschland für Öko-Landbau ohne Kompromisse. So bietet Biopark Fleischereien, Bäckereien, Mühlen, Molkereien, Händlern sowie Gastronomen ausgezeichnete Produktqualitäten. Zudem setzen sich die



Deutscher Tee & Kräutertee Verband

Der Deutsche Tee & Kräutertee Verband ist das Kompetenzzentrum der Teebranche in Deutschland. Zu unseren Zielen zählen Qualitätssicherung, Verbraucherschutz und nachhaltige Standards in den Anbauländern. Dabei haben wir den gesamten Markt von der Produzentin bis zum Verbraucher im Blick und bringen uns konstruktiv in die Gestaltung ein. Unser Wissen und unsere Begeisterung teilen wir gerne mit allen, die Tees so lieben wie wir. | www.teeverband.de



Ecoland

ECOLAND ist ein Verband, der von Hohenloher Bauern gegründet wurde. Er setzt sich regional als auch weltweit für ökologische, klimaresiliente und faire Land- und Ernährungswirtschaft ein. Die Verbands-Richtlinien reichen weit über die des EU-Bio-Rechts hinaus. Durch angepassten und ökologisch verträglichen Landbau landwirtschaftliche Kulturlandschaft zu fördern, Umwelt zu schützen und die natürlichen Lebensgrundlagen zu erhalten - dafür steht ECOLAND. | www.ecoland.de



Ecovin

Der Verband ECOVIN gründete sich 1985 in Rheinhessen als größter Zusammenschluss ökologischer Weingüter in Deutschland und ist der einzige, ausschließlich auf Öko-Weinbau spezialisierte Anbauverband. ECOVIN setzt sich für gerechte Produktionsbedingungen der Bio-Winzerinnen ein und erfüllt den Wunsch der Kunden nach nachhaltigen, umweltverträglichen und hochwertigen Weinerzeugnissen. | www.ecovin.de



Gäa

1989 in Dresden gegründet, sind im Öko-Anbauverband Gäa heute bundesweit Bäuerinnen und Bauern organisiert. Gäa lebt von der Vielfalt der Betriebe, des Miteinanders von Groß und Klein und dem intensiven Fachaustausch in regionalen und überregionalen Netzwerken. Unternehmen aus Verarbeitung sowie Erzeugergemeinschaften sind als Mitglieder in die fachliche Arbeit des Verbandes fest integriert. Gäa ist durch BioSuisse direkt anerkannt und ist seit 2024 Mitglied im Bioland-Bundesverband. | www.gaea.de



Interessengemeinschaft Biomarkt e. V.

Die Interessengemeinschaft Biomarkt e. V. (IGBM) ist ein gemeinnütziger Verein, in dem sich die Mitglieder des BioMarkt Verbunds engagieren - einem Zusammenschluss von rund 530 selbstständigen Bio-Märkten und Dennis Bio-Märkten aus Deutschland und Österreich. Der Verein vertritt die Interessen des Naturkostfachhandels gegenüber der Politik und ermöglicht ein gemeinsames Engagement für die Weiterentwicklung der Öko-Züchtung und des Öko-Landbaus.



Naturland

Naturland ist der größte internationale Verband für Öko-Landbau aus Deutschland. Er hat Mitglieder in rund 60 Ländern und Richtlinien, die in vielen Bereichen deutlich über die EU-Öko-Verordnung hinausgehen. Öko bedeutet für Naturland immer auch sozial: Die Richtlinien verbinden deshalb konsequent Öko-Landbau mit sozialer Verantwortung und fairem Handel. Hinzu kommen eigene Richtlinien zur ökologischen Waldnutzung, zur Öko-Aquakultur und zum nachhaltigen Fischfang. | www.naturland.de



Arbeitsgemeinschaft Ökologisch engagierter Lebensmittelhändler und Drogisten

Die Arbeitsgemeinschaft Ökologisch engagierter Lebensmittelhändler und Drogisten (ÖLD) ist der Zusammenschluss von Firmen im Lebensmittelhandel und Drogerien, die in ihrem Sortiment ein umfangreiches Angebot an ökologischen Produkten anbieten. Die Mitglieder (dm-drogerie markt, Globus, Kaufland, Rewe Group und tegut ...) haben das Ziel, dieses Segment weiterzuentwickeln, den biologischen Landbau zu unterstützen und sich auch öffentlich in Fragen der Ernährung mit einzubringen.

ÖLD

Verbund Ökohöfe

Der Verbund Ökohöfe setzt sich für eine umweltbewusste, tiergerechte und produktive Landwirtschaft ein. Die Aktivitäten konzentrieren sich auf den Nordosten und die Mitte Deutschlands. Im Verband sind große und kleine Bio-Betriebe Mitglied. Dazu zählen Acker- und Gemüsebauern, Streuobstwiesenbewirtschafter und Tierhalterinnen, Saatgut- und Kräuterbetriebe sowie Lebensmittelverarbeiter. | www.verbund-oekohoefe.de



QUELLENVERZEICHNIS

EDITORIAL

- Verbraucherzentrale Hamburg (2024): Bio-Lebensmittel des Handels meist bessere Wahl für Verbraucher und Verbraucherinnen. Online unter: <https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/preisvergleich-im-supermarkt-lohnen-sich-markenprodukte>

IM FOKUS

- BÖLW (2023): Stufenmodell zur Neugestaltung der Gemeinsamen Europäischen Agrarpolitik ab 2028. Online unter: https://www.boelw.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/EU-Agrarpolitik/230608_GAP-Stufen-Modell_Langversion.pdf
- WWF (2022): Europa verschlingt die Welt. Online unter: <https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Landwirtschaft/bericht-europa-verschlingt-die-welt.pdf>
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1314337/umfrage/hauptexportlaender-von-duenger-nach-deutschland/>

UMSATZENTWICKLUNG

- Arbeitskreis Biomarkt auf Basis von YouGov, NIQ, BioVista und Klaus Braun (2025): Umsatzschätzung für den deutschen Bio-Markt 2024. Arbeitskreis aus AMI, BioVista, BÖLW, YouGov, Hochschule Weihenstephan-Triesdorf, NIQ, Universität Kassel. Online unter: <http://www.ami-informiert.de/ami-maerkte/ami-weitere-maerkte/ami-maerkte-oekolandbau/meldungen.html>
- AMI (2025c): Analyse des GfK-Haushaltspanels 2025.
- AMI (2025d) AMI-Verbraucherpreisindex 2024, online unter: <https://www.ami-informiert.de>
- BioVista (2024): Handelspanel Jahr 2024 gegenüber 2023
- Klaus Braun Kommunikationsberatung: Umsatzbarometer Bio-fachhandel 2024
- NIQ Handelspanel (2024)
- NIQ Haushaltspanel (2024)

FLÄCHEN UND BETRIEBE

- BÖLW (2025), BLE (2024), Statistisches Bundesamt (2024)

ARBEITSMARKT

- BÖLW (2025a): Jobmotor Bio. Online unter: <https://www.boelw.de/themen/zahlen-fakten/arbeitsplaetze/>

HERSTELLUNG UND VERARBEITUNG

- BÖLW (2025b): Struktur der Bio-Verarbeitung. Online unter: <https://www.boelw.de/service/mediathek/broschue-re/struktur-der-bio-verarbeitung/>

KAUFMOTIVATION

- NIQ Consumer Panel (2024): Potenziale im Bio-Markt: Die 7 Käufertypen nach NIQ & Alnatura

VERKAUFSERLÖSE

- AMI (2024): Strukturdaten im ökologischen Landbau in Deutschland 2023 – Bodennutzung, Tierhaltung, Verkaufserlöse, AMI.
- AMI (2025a): AMI Markt Bilanz Öko-Landbau 2025, AMI.
- Bundesministerium für Landwirtschaft (BMEL, 2024): Verkaufserlöse der Landwirtschaft nach Erzeugnissen. Online unter: BMEL-Statistik: Verkaufserlös

ERZEUGERPREISE

- AMI (2025b): Markt aktuell Öko-Landbau (Online-Dienst), diverse Artikel, AMI.
- AMI (2025a): AMI Markt Bilanz Öko-Landbau 2025, AMI.
- BLE (2025): 2024: Milchpreise pro Monat. Online unter: https://www.ble.de/DE/BZL/Daten-Berichte/Milch-Milcherzeugnisse/_functions/TabelleMilchpreiseMonat2024.html?nn=8906974

PRODUKTION

- AMI (2024): Strukturdaten im ökologischen Landbau in Deutschland 2023 – Bodennutzung, Tierhaltung, Verkaufserlöse, AMI.
- AMI (2025b): Markt aktuell Öko-Landbau (Online-Dienst), diverse Artikel, AMI.
- AMI (2025a): AMI Markt Bilanz Öko-Landbau 2025, AMI.

INTERNATIONALE MÄRKTE

- Willer, H., Schlatter, B., Trávníček, J. and Schaack, D. (2025): Organic Farming and Market Development in Europe. In: Willer, Helga (Ed.) (2025): The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2023. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn.

IMPRESSUM

Herausgegeben durch:

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e.V. (BÖLW)
Marienstraße 19-20 | 10117 Berlin
Telefon: +49 30 284 82-300
presse@boelw.de | www.boelw.de

Berlin im Februar 2025

Autorinnen und Autoren nach Kapiteln:

Editorial: Tina Andres (BÖLW)
Im Fokus, Ökokennzahlen, Flächen und Betriebe: Peter Röhrig (BÖLW)
Umsatzentwicklung: Diana Schaack (AMI), Kathrin Jäckel (BNN), Thomas Montiel Castro (NIQ)
Arbeitsmarkt: Friedhelm von Mering (BÖLW)
Herstellung und Verarbeitung: Carola Krieger (BÖLW)
Kaufmotivation: Thomas Montiel Castro (NIQ)
Verkaufserlöse, Produktionsflächen: Laura Riegert (AMI)
Erzeugerpreise: Christine Rampold (AMI)
Internationale Märkte: Diana Schaack (AMI) und Helga Willer (FIBL)

Projektleitung: Anna Schmidt (BÖLW)

Redaktion: Annette Bruhns (BÖLW), Peter Röhrig (BÖLW)

Visuelles Konzept, Illustrationen, Layout: Ellen Stockmar

Fotos: Maurice Weiss (Andres, Röhrig), Nadine Tschira (Heigl, Krause)

Druck: D.O.G. Lokay GmbH & Co. KG

Papier, Farbe: Jupp Ech Öko 100 %, Farben auf Basis nachwachsender Rohstoffe, kobalt- und mineralölfrei

Mit freundlicher Unterstützung von



rentenbank



WK9

www.blauer-engel.de/uz195

Dieses Druckerzeugnis wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet

BIO IST DER HÖCHSTE GESETZLICHE STANDARD



Dafür sorgen viele engagierte Herstellerinnen, Landwirte, Händlerinnen und Menschen, die wissen wollen, was auf ihrem Teller landet. Bio unterliegt klaren Regeln, die in der Europäischen Union gelten – und auch in allen Ländern, die in die EU importieren wollen.

www.allesueberbio.de



www.boelw.de

