

Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2011



BÖLW

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2011

Inhalt

Vorwort	6
Ökologisch bewirtschaftete Fläche und Zahl der Bio-Betriebe in Deutschland	7
Produktionsstruktur im deutschen Öko-Landbau	9
Verkaufserlös der Bio-Landwirtschaft in Deutschland	11
Entwicklung der Erzeugerpreise	13
Der Bio-Getreidemarkt	15
Umsatzentwicklung bei Bio-Lebensmitteln	17
Importe von Bio-Produkten nach Deutschland	19
Bio-Umsätze in Europa und den USA	21
Entwicklung des Naturkostfachhandels	23
Entwicklung der Bio-Außer-Haus-Verpflegung	25
Vertrauen und Zahlungsbereitschaft bei unterschiedlichen Öko-Zeichen	27
Neue Marktsegmente	29
Ökologische Lebensmittelwirtschaft und Politik	31

Vorwort

Die Einflussfaktoren auf die Bio-Branche werden immer vielschichtiger. Der Bio-Markt wächst, wenn auch etwas verhaltener als in den Jahren vor 2009. Ein genauerer Blick zeigt: Der Aufbau des Bio-Sortiments im konventionellen Handel, der große Wachstumsraten mit sich brachte, ist weitgehend abgeschlossen, wenngleich immer noch Luft nach oben besteht. Die Discounter beeinflussen mit ihrer Mengen- und Preispolitik den Gesamtumsatz stark, da sie große Mengen von Massenprodukten wie Kartoffeln oder Möhren absetzen. Eigentlicher Motor für die Ausdehnung des Bio-Anteils am Gesamtmarkt ist und bleibt aber der Naturkostfachhandel. Auch 2010 legte er überproportional zu. Noch gibt es nicht überall ein flächendeckendes Angebot von Bio-Vollsortimentern.

Auch bei den landwirtschaftlichen Betrieben und der von ihnen ökologisch bewirtschafteten Fläche setzt sich ein solides Wachstum fort. Trotz eines starken Wachstums auch bei den EU-Bio-Betrieben zeigen die Zahlen, dass dort viele Betriebe nur Teilflächen, wie z. B. Streuobstwiesen, umstellen. Bei den Verbandsbetrieben finden sich hingegen überdurchschnittlich viele der besonders leistungsfähigen Betriebe.

Profilierung am Markt erfordert klare Konzepte, mit denen ein Mehrwert gegenüber EU-Bio-Produkten nachvollziehbar umgesetzt und klar kommuniziert werden kann.

Dies alles zeigt: Eine substanzielle Weiterentwicklung von Bio braucht das Engagement von Experten, die sich ganz der Bio-Idee verbunden fühlen. Ihnen und der interessierten Öffentlichkeit soll diese Broschüre die wichtigsten Entwicklungen am Markt aufzeigen.

Dr. Felix Prinz zu Löwenstein
Vorstandsvorsitzender des BÖLW

Dr. Alexander Gerber
Geschäftsführer des BÖLW

Ökologisch bewirtschaftete Fläche und Zahl der Bio-Betriebe in Deutschland

Über eine Million Hektar ökologische Fläche

Auch im Jahr 2010 hielt das Wachstum bei Bio-Betrieben weiter an. Nach aktuellen Schätzungen nahm die ökologisch bewirtschaftete Fläche um rund 54.000 auf über eine Million ha (ca. 1.001.200 ha) zu, was einem Zuwachs von 5,7 % gegenüber 2009 entspricht. Die Zahl der Bio-Betriebe erhöhte sich binnen eines Jahres von 21.047 auf ca. 22.200 Betriebe, eine Zunahme um gut 1.100 Betriebe oder 5,4 %. Die Zunahmen entsprechen dem Trend der vergangenen Jahre.

Verbandsbetriebe im Durchschnitt doppelt so groß

Der Flächenzuwachs ist bei den verbandsgebundenen Betrieben mit 30.512 ha größer als bei den EU-Bio-Betrieben mit geschätzten 23.500 ha. Die verbandsgebundenen Betriebe nehmen einen Flächenanteil von 68,3 % gegenüber EU-Bio-Betrieben ein und bleiben damit auf hohem Niveau: Seit sieben Jahren liegt dieser Wert zwischen 68 und 69 %. Die Bedeutung der Verbandsbetriebe in der Fläche ist also ungebrochen. Bei der Zahl der Neuumsteller verzeichneten jedoch EU-Bio-Betriebe prozentual und absolut stärkere Zuwächse als Verbandsbetriebe: Ca. 700 neue EU-Bio-Betriebe stehen 444 neuen Verbandsbetrieben gegenüber. Der Anteil der Verbandsbetriebe an der Gesamtzahl der Bio-Betriebe liegt damit 2010 bei ca. 52 %. Die durchschnittliche Größe verbandsgebundener Bio-Betriebe ist mit ca. 60 ha genau doppelt so groß wie die von EU-Bio-Betrieben mit durchschnittlich ca. 30 ha. Diese Zahlen bestätigen, dass sich unter den Neuumstellern eine große Zahl von EU-Bio-Betrieben befindet, die nur Teilflächen – z. B. Streuobstwiesen – umstellen. Die Teilumstellung ist verbandsgebundenen Bio-Betrieben nicht gestattet.

Nachfrage wächst stärker als Angebot

So erfreulich die stetigen Zuwächse im Öko-Landbau auch sind – die in Deutschland erzeugten Mengen bleiben weit hinter der Nachfrage nach heimischen Bio-Produkten zurück, so dass der Anteil an Importwaren steigt (vergleiche auch Kapitel 7). Gemessen an den guten Perspektiven für den Absatz von Bio-Produkten ist die Zahl der Neuumsteller relativ gering. Ein Grund für die Zurückhaltung bei der Umstellung auf Öko-Landbau sind die unsicheren Rahmenbedingungen für Bio-Betriebe (vergleiche Kapitel 13).

Ökologischer Landbau in Deutschland 2010

Quelle: BÖLW, BLE

Ökologischer Landbau in Deutschland 2010	Zahl der Betriebe 2009	Zahl der Betriebe 2010	Veränderung	Anteil	Fläche in ha 2009	Fläche in ha 2010	Veränderung	Anteil
Erzeugerbetriebe EU-Bio*	10.017	10.700	6,8%	48,3%	293.776	317.300	8,0%	31,7%
Erzeugerbetriebe Verbands-Bio	11.030	11.474	4,0%	51,7%	653.339	683.911	4,7%	68,3%
Erzeugerbetriebe Bio gesamt	21.047	22.174	5,4%	100,0%	947.115	1.001.211	5,7%	100,0%
Anteil an der Landwirtschaft gesamt in %		5,9%				5,9%		

*geschätzt nach BÖLW-Erhebungen

Ökologischer Landbau nach Verbänden 2010

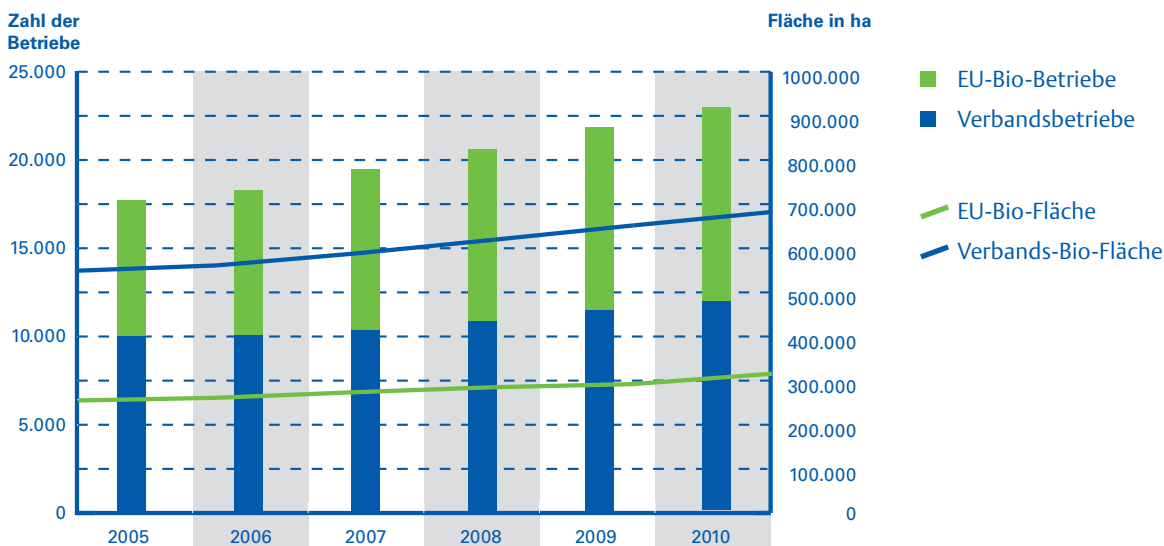
Quelle: BÖLW

Ökologischer Landbau nach Verbänden	Zahl der Betriebe zum 1.1.10	Zahl der Betriebe zum 1.1.11	Veränderung Betriebe absolut	Veränderung Betriebe	Fläche in ha zum 1.1.10	Fläche in ha zum 1.1.11	Veränderung Fläche absolut	Veränderung Fläche
Biokreis	810	872	62	7%	33.433	35.304	1.871	5,6%
Bioland	5.233	5.443	210	4,0%	257.019	267.144	10.125	3,9%
Biopark	647	571	-76	-11,7%	138.167	133.055	-5.112	-3,7%
Demeter	1.388	1.387	-1	-0,1%	64.253	66.247	1.994	3,1%
Ecoland	29	41	12	41,4%	2.048	2.074	26	1,3%
Ecovin	210	215	5	2,4%	1.307	1.450	143	10,9%
Gäa	337	342	5	1,5%	32.588	33.799	1.211	3,7%
Naturland*	2.214	2.441	227	10,3%	105.316	125.504	20.188	19,2%
Verbund Ökohöfe	162	162	0	0,0%	19.208	19.334	126	0,7%
Gesamt	11.030	11.474	444	4,0%	653.339	683.911	30.572	4,7%

*Nach Naturland-Richtlinien werden zusätzlich von 21 Betrieben 52.893 ha Wald ökologisch bewirtschaftet,

Entwicklung der Bio-Anbau-Fläche und der Bio-Betriebe von 2005–2010

Quelle: BÖLW und BLE; EU-Bio für 2010 geschätzt



Produktionsstruktur im deutschen Öko-Landbau

Wachstum 2009 verstärkt beim Ackerland

Von den 947.115 ha Bio-Fläche in Deutschland im Jahr 2009 wurden 54 % als Grünland und 43 % als Ackerland genutzt. Die restlichen drei Prozent entfielen auf Dauerkulturen einschließlich Streuobstwiesen. Nachdem 2008 vor allem Grünlandflächen im Ökologischen Landbau zunahmen, sind 2009 die Ackerflächen am meisten angestiegen. Die hohen Preise für Markterfrüchte nach der Ernte 2007 und 2008 führten zu einer Ausdehnung der Ackerfläche vor allem beim Getreide.

Mehr Getreide, weniger Hülsenfrüchte

Insgesamt wurde auf 209.000 ha Bio-Getreide gedreht, das entspricht 22 % der deutschen Bio-Fläche und 11 % mehr als 2008. Günstige Aussaatbedingungen im Herbst 2008 und die preislichen Vorteile gegenüber den Sommerfrüchten Hafer und Braugerste ließen den Anbau von Winteransaat steigen. Unter den Getreidearten sind Roggen und Weizen mit 63.000 und 50.000 ha die bedeutendsten Kulturen. Die höchsten Bio-Anteile an der Gesamtanbaufläche machen Dinkel mit mindestens 50 %, Hafer mit 13 % und Roggen mit 8 % aus, während typische Futterkulturen wie Gerste und Mais unterdurchschnittliche Bio-Anteile von je gut einem Prozent aufweisen.

Die Fläche für Hülsenfrüchte nahm auch 2009 weiter ab – und das, obwohl die Leguminosen wichtige Stickstofflieferanten sind und die Eiweißfuttermittelversorgung bei Geflügel und Schweinen ein Problem ist. Zu groß sind die Anbau Risiken wie spätes Auflaufen und Verunkrautung, aber auch eine sinkende Nachfrage spielt eine Rolle, so dass andere Kulturen Vorteile bieten. Im konventionellen Anbau sind die Flächen für Hülsenfrüchte ebenfalls seit Jahren rückläufig, so dass der Bio-Anteil inzwischen bei 27 % liegt, bei Ackerbohnen sogar bei 50 %.

Nachfrage motiviert: Mehr Geflügelfleisch, Eier und Milch erzeugt

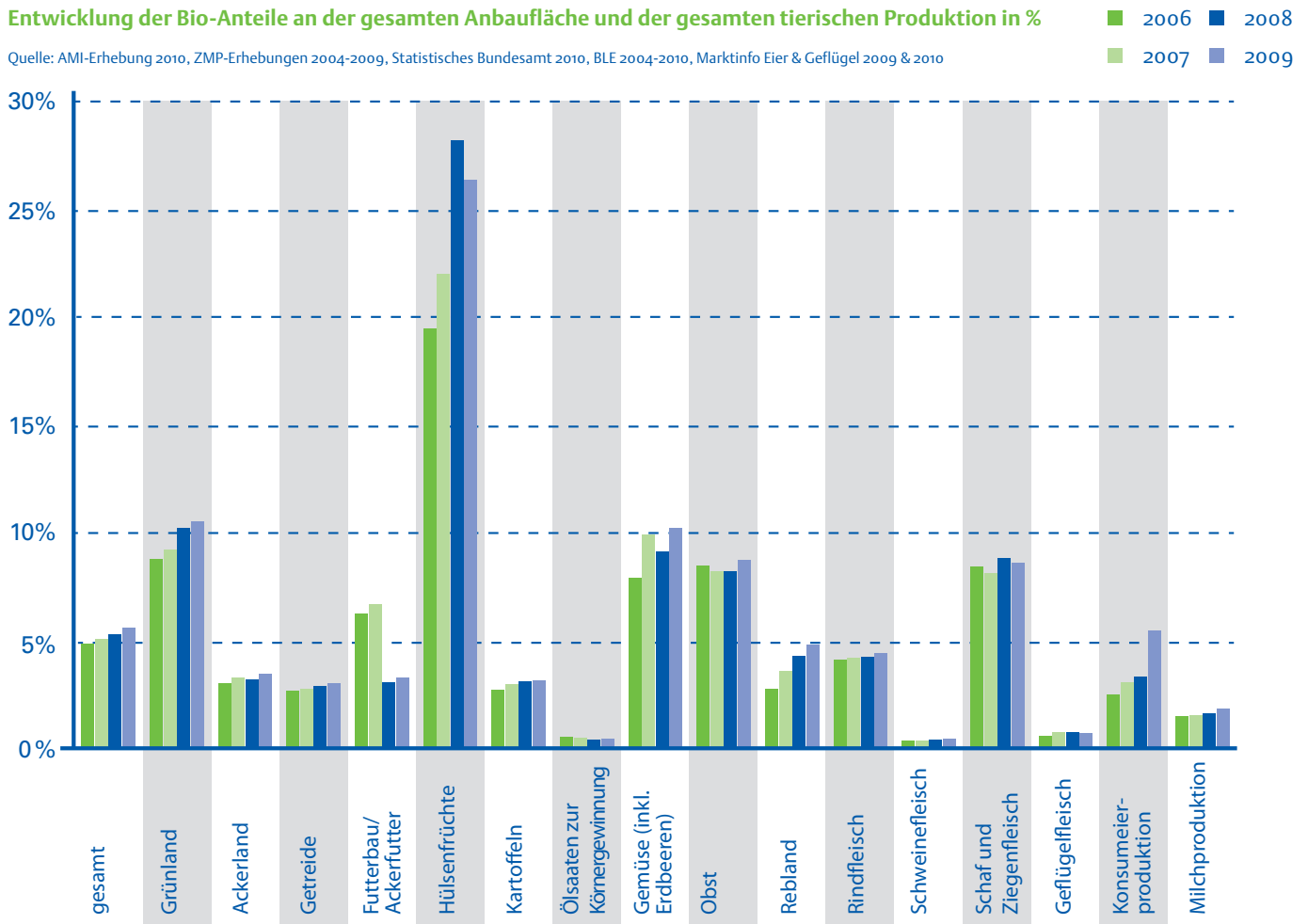
Nach dem Wachstumsschub 2008 ist die Bio-Schweineproduktion 2009 nicht mehr so stark gewachsen wie zuvor. Mit gut 24.000 Tonnen Bio-Schweinefleisch bleibt der Anteil am gesamten Schweinemarkt mit 0,5 % gering. Die steigende Nachfrage nach Geflügelfleisch motivierte nach mehreren Jahren knapper Versorgung zu verstärkter Haltung von Puten (+45 %) und Masthähnchen (+7 %). Die Bio-Legehennenhaltung wuchs um weitere 21 % auf 2,1 Mio. Legehennen, wobei die Nachfrage nach Bio-Eiern noch größer ist als das Angebot von nun 565 Mio. Stück. Bio-Eier haben einen Anteil von 7,0 % am Gesamt-Eiermarkt.

2009 wurden 130.000 Bio-Mutterkühe gehalten, genauso viel wie im Jahr zuvor. Bei den Mutterkühen ist der Anteil an der Gesamtproduktion mit 18 % im Bundesschnitt im Vergleich zu anderen Tierarten am höchsten, da für diese Haltungsform die Umstellung auf Öko-Landbau am einfachsten funktioniert.

Die Landwirte lieferten 2009 14 % mehr Bio-Milch an die Molkereien als 2008: 527 Mio. kg. Zum einen stellten Landwirte um, zum anderen dehnten die Molkereien ihre Sammelrouten aus. Der Bio-Anteil an der Milchproduktion erhöhte sich damit auf immer noch geringe 1,8 %.

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

Quelle: AMI-Erhebung 2010, ZMP-Erhebungen 2004-2009, Statistisches Bundesamt 2010, BLE 2004-2010, Marktinfo Eier & Geflügel 2009 & 2010



Landwirtschaftliche Produktionsstruktur in Deutschland

Quelle: AMI-Erhebung 2010, ZMP-Erhebungen 2004-2009, Statistisches Bundesamt 2010, BLE 2004-2010, Marktinfo Eier & Geflügel 2009 & 2010

Kulturen/Tierarten	Einheit	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Grünland	ha	386.000	410.000	430.000	450.000	490.000	500.000
Ackerland	ha	370.000	370.000	375.000	390.000	385.000	415.000
Getreide	ha	175.000	185.000	179.000	181.000	188.000	209.000
Futterbau/Ackerfutter	ha	104.000	104.500	122.000	131.000	138.000	153.000
Hülsenfrüchte	ha	31.500	30.000	28.000	25.600	23.800	21.900
Kartoffeln	ha	6.500	6.700	7.500	8.200	8.150	8.350
Ölsaaten zur Körnergewinnung	ha	7.600	7.500	7.700	8.100	5.700	7.200
Gemüse (inkl. Erdbeeren)	ha	8.400	8.700	8.900	10.700	10.600	11.800
Obst	ha	5.000	5.000	5.600	5.600	5.600	5.700
Rebland	ha	2.500	2.600	2.700	3.500	4.400	4.700
Rindfleisch	t	48.500	47.500	47.500	49.000	50.000	51.000
Schweinefleisch	t	11.740	12.600	15.200	17.700	22.900	24.400
Schaf und Ziegenfleisch	t	3.900	3.600	3.700	3.600	3.600	3.300
Geflügelfleisch	t			5.840	7.970	8.260	10.560
Konsumeierproduktion	Mio. Stk.	270	300	351	427	468	565
Milchproduktion	t		379.000	405.200	423.900	460.600	527.100

Verkaufserlös der Bio-Landwirtschaft in Deutschland

Bio-Anteil an Verkaufserlösen erhöht sich

2009 sanken die Verkaufserlöse der Bio-Landwirte trotz Mengensteigerungen im Vergleich zum Hochpreisjahr 2008 um ca. 5 %. Da der Preisverfall im konventionellen Markt aber wesentlich stärker war und die konventionellen Kollegen 15 % geringere Erlöse in Kauf nehmen mussten, erhöhte sich der Bio-Anteil an den Verkaufserlösen der deutschen Landwirtschaft von 3,2 % auf 3,6 %. Er liegt damit sogar leicht über dem Bio-Umsatz-Anteil auf der Einzelhandelsebene, der 2009 3,4 % erreichte. Insgesamt erzielten die Bio-Landwirte mit ihren Produkten 2009 einen Erlös von gut 1,17 Mrd. €, im Jahr davor waren es 1,23 Mrd. €.

Höhere Einkommen in der Bio-Branche

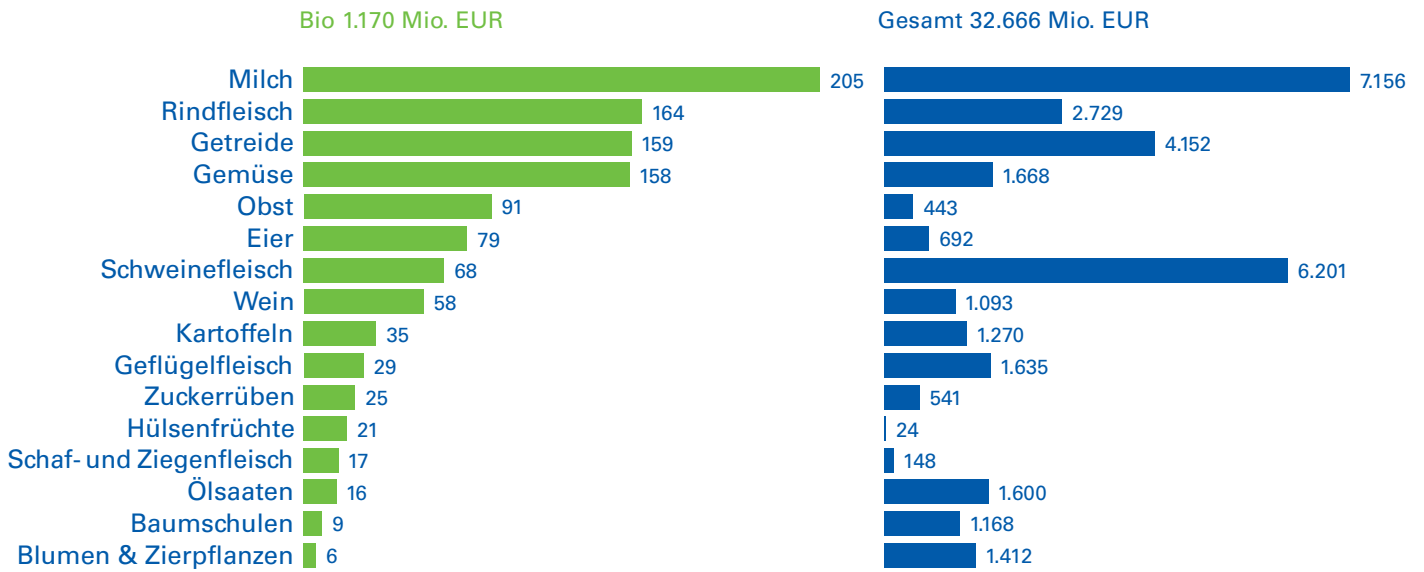
Die Preisrückgänge bei Getreide und Kartoffeln sowie bei Milch schlugen sich 2009 deutlich in den Verkaufserlösen nieder. Der Verkaufserlös errechnet sich aus den Mengen der in Deutschland produzierten landwirtschaftlichen Produkte und deren Erzeugerpreise. Da Bio-Betriebe häufig extensiver bewirtschaftet werden und der Grünlandanteil höher ist als im konventionellen Landbau, lag der Verkaufserlös je Betrieb mit insgesamt 55.000 € deutlich unter den Erlösen der konventionellen Kollegen von 87.000 € und unter den Ergebnissen von 2008. Werden die Grünlandflächen heraus gerechnet, stehen beide Bewirtschaftungsformen ungefähr gleich da. Vergleicht man aber betriebswirtschaftliche Daten, stehen Bio-Betriebe beim Einkommen je Arbeitskraft und auch beim Gewinn je Hektar oder je Betrieb besser da als entsprechende konventionelle Vergleichsbetriebe. Grund dafür ist der geringere Einsatz kapitalintensiver Produktionsmittel.

Pflanzliche Produkte im Bio-Anbau bedeutender

Die Erlösstruktur des Öko-Landbaus unterscheidet sich deutlich von der des gesamten Landbaus. Pflanzliche Produkte nehmen einen weitaus höheren Anteil ein: Entfallen bei Bio-Landwirten 24 % des Erlöses auf Obst, Gemüse und Kartoffeln, waren es im gesamten Landbau nur 10 % der Erlöse. Ebenso liegt Fleisch mit einem Erlösanteil von 24 % im Bio-Landbau deutlich unter den Werten des gesamten Landbaus mit 33 %. Während im konventionellen Landbau Fleisch die wichtigste Produktgruppe ist, sind es im Bio-Landbau Obst, Gemüse und Kartoffeln. Auch der Anteil der Milchproduktion am Verkaufserlös liegt im Bio-Anbau mit 17 % unter dem Anteil im gesamten Landbau (22 %). 2010 dürften sich mit den wieder gestiegenen Preisen für die meisten pflanzlichen Produkte und Milch die Verkaufserlöse der Bio-Landwirte wieder erhöhen. Zwar haben die kleineren Ernten für Getreide, Kartoffeln und viele Lagergemüsearten die Verkaufsmengen verringert, die Preissteigerungen dürften diesen Verlust aber wieder ausgleichen. Bei Milch sind Liefermenge und Erzeugerpreis gestiegen.

Verkaufserlöse der deutschen Landwirtschaft 2009

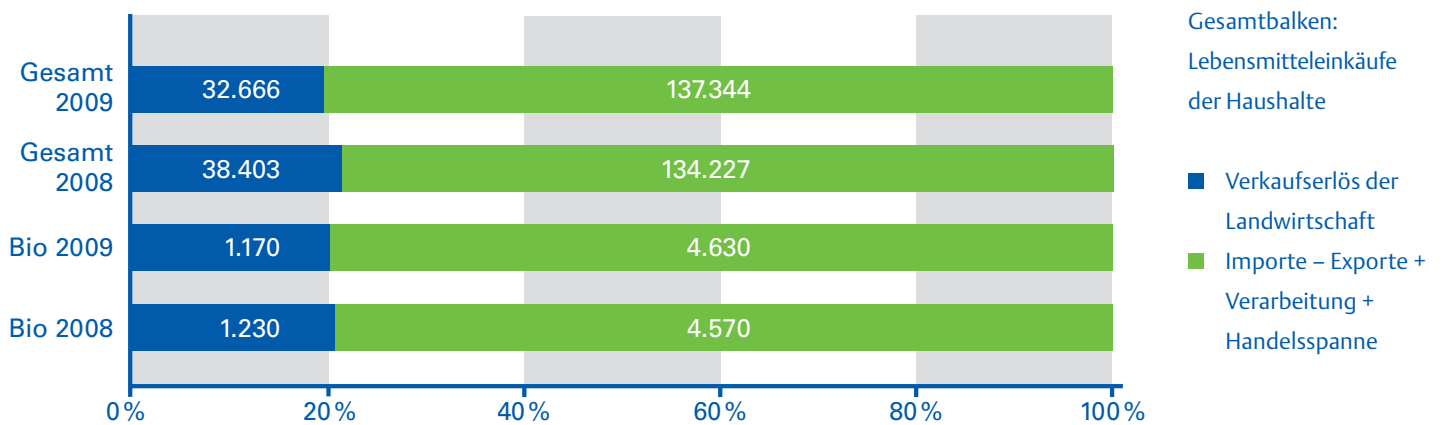
Quelle: AMI, BMELV



Anteile der Verkaufserlöse der Landwirtschaft an den Lebensmitteleinkäufen der Haushalte

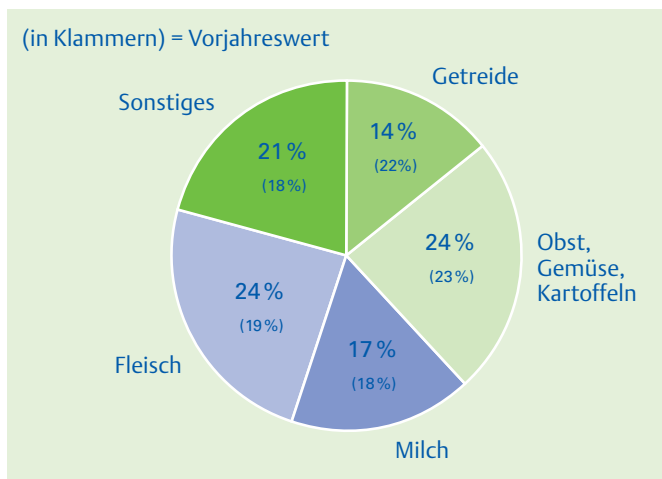
Bio- und Gesamtmarkt, in Mio. EUR, 2008 & 2009

Quelle: AMI, BMELV



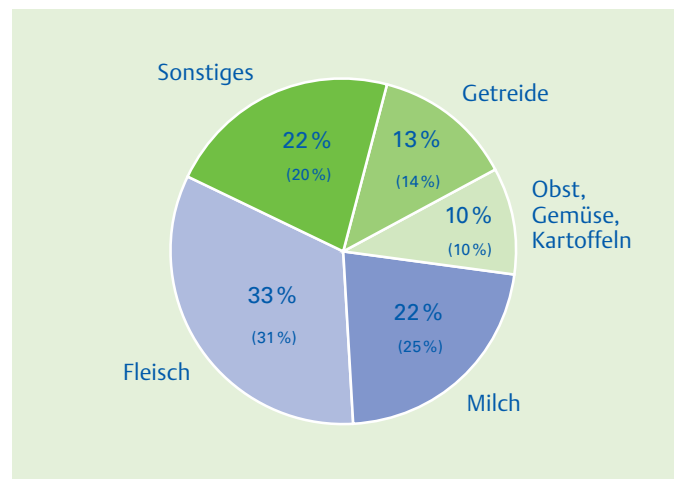
Anteile an den Verkaufserlösen im Öko-Landbau 2009

Quelle: AMI, BMELV



Anteile an den Verkaufserlösen im gesamten Landbau 2009

Quelle: AMI, BMELV



Entwicklung der Erzeugerpreise

Pflanzliche Produkte und Milch 2010 wieder knapper und teurer

Die reichlichen Ernten von Getreide, Kartoffeln und den meisten Lagergemüsearten im Jahr 2009 sorgten im ersten Halbjahr 2010 noch für vergleichsweise niedrige Preise. Mit der Ernte 2010 wendete sich das Blatt und die Preise stiegen. Die Witterung, aber auch die wieder anziehende Nachfrage verknappten das Angebot aller pflanzlichen Produkte.

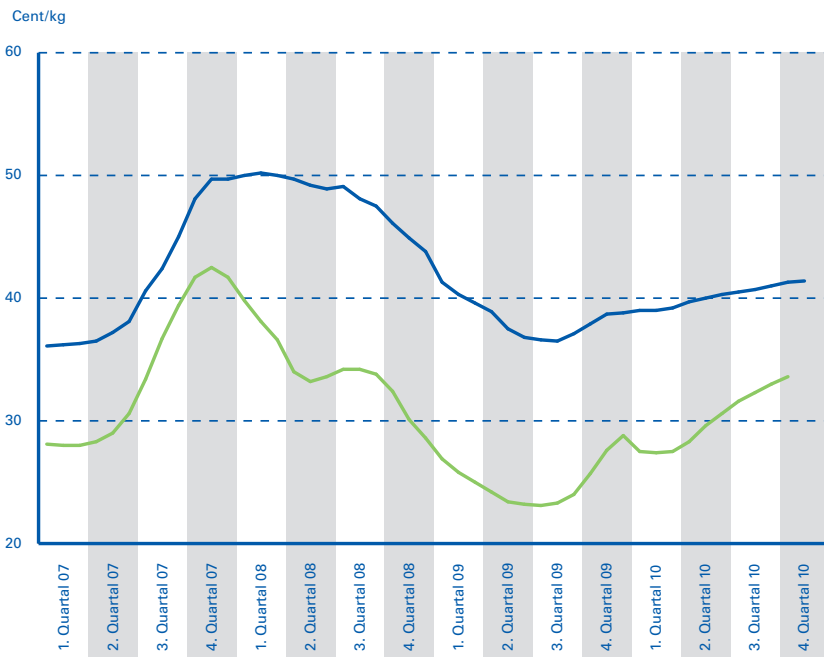
Pflanzliche Produkte und Bio-Milch begehrt

Kartoffeln und viele Lagergemüsearten wie Möhren oder Zwiebeln verfaulten im feuchten Spätsommer und Herbst z. T. schon in der Erde. Durch die kleine Kartoffelernte und hohe Sortierabgänge sind die Preise für Kartoffeln wieder auf gut 60 €/dt franko Packstation gestiegen, während in der vorherigen Saison ungefähr die Hälfte gezahlt wurde. Der Preis für Möhren erreicht wieder knapp 70 Cent/kg im 1 kg Beutel bei Verkauf an den Lebensmitteleinzelhandel. Für Bio-Zwiebeln werden wieder 67 €/dt erzielt.

Bio-Milch ist weiter gefragt. So sind in den ersten drei Quartalen 2010 so-wohl die Anlieferungsmengen um 7% als auch die Verkaufsmengen um 10% gestiegen. Milchprodukte wie Joghurt (+10%), Quark (+3%) und Butter (+16%) erreichten beachtliche Wachstumsraten. Teilweise haben die Umstellungsbemühungen der Molkereien gefruchtet, teilweise konnten die Sammelrouten ausgedehnt und bislang konventionell vermarktete Bio-Milch erfasst werden. Der Bio-Milchpreis ist im Jahresverlauf gestiegen und erreicht zum Jahresende 41,4 Cent/kg. Damit reagiert er auf die gute Nachfrage am Bio-Markt und die schnellen Preisanstiege bei konventioneller Milch auf 33 Cent/kg. Der Preisabstand zu konventioneller Milch schrumpft auf 8 Cent/kg, Mitte 2008 waren es noch 15 Cent/kg.

Stabile Preise auf dem Fleischmarkt

Größte Stabilität herrscht weiterhin am Schlachttiermarkt. Immer noch könnten mehr Bio-Schweine verkauft werden als vorhanden sind. Hohe Investitionskosten erschweren die Neuumstellung besonders in der Ferkelproduktion. Diese leichte Unterversorgung führt zu stabilen Preisen um 2,85 bis 2,88 €/kg Schlachtgewicht für Mastschweine der Handelsklasse E. Zum Jahresende wird wegen der Futterpreiserhöhungen über Steigerungen bei den Schlachttierpreisen diskutiert. Die Rinderpreise blieben im Vergleich zum Vorjahr, abgesehen von ihren saisonalen Schwankungen, stabil. Die Verkaufsmengen von Fleisch und Fleischwaren sind 2010 laut AMI Analysen des GfK-Haushaltspanels um jeweils 8% zurückgegangen. Der Grund dürfte eher das zu kleine Angebot als eine geringere Nachfrage der Kunden sein.

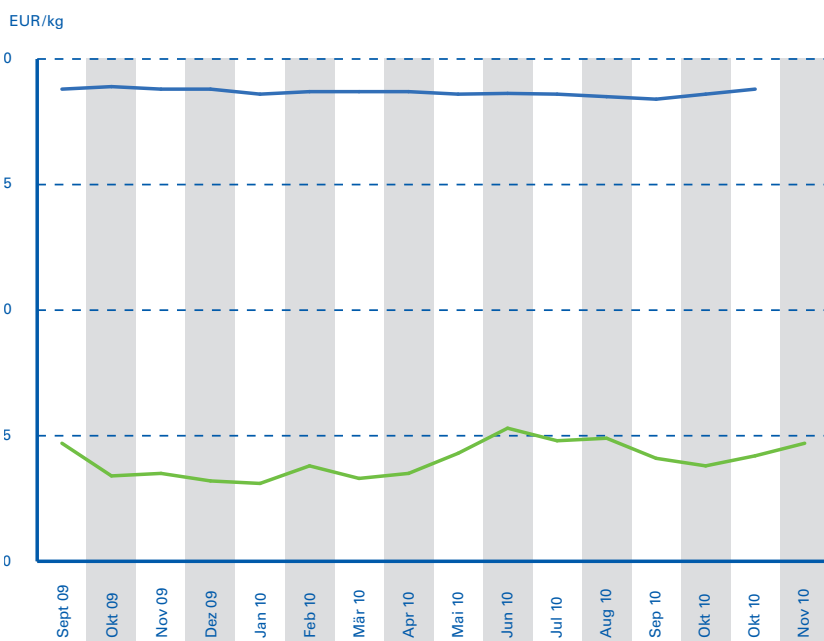


Milcherzeugerpreis in Deutschland

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

Quelle: ZMP, Bioland 2009

- Bio-Milch
- konventionelle Milch

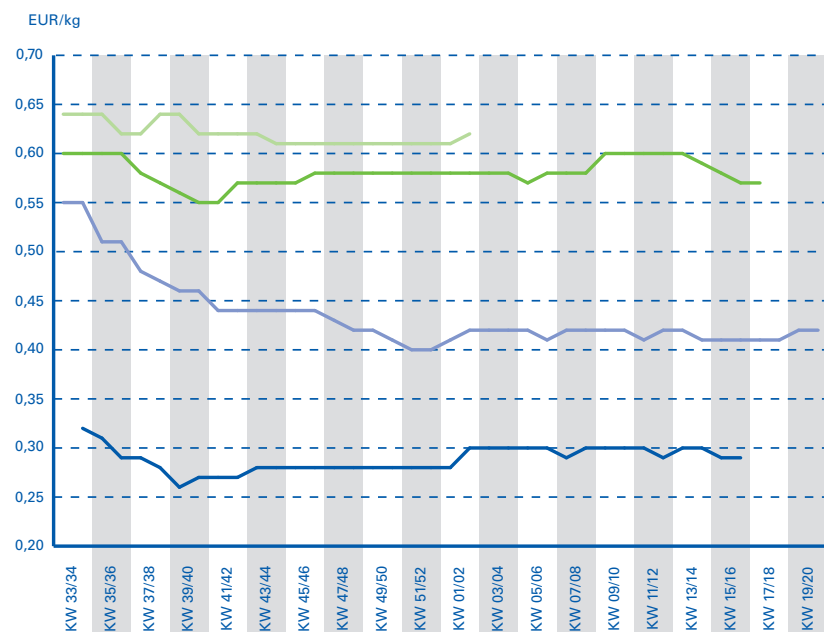


Preise für Mastschweine E bio & konventionell

bei Abgabe an EZG/Verarbeiter frei Schlachtstätte in EUR/kg Schlachtgewicht

Quelle: AMI 2010

- bio (November 2010: 2,88 €)
- konventionell (November 2010: 1,42 €)



Bio-Kartoffelpreise in Deutschland

frei Packer – lose Ware in EUR/kg

Quelle: AMI

- 2007/08
- 2008/09
- 2009/10
- 2010/11

Der Bio-Getreidemarkt

Getreidemarkt ist wieder Nachfragemarkt

Mit einer deutlich kleineren Ernte 2010 bei konstant leicht steigender Nachfrage hat sich der Bio-Getreidemarkt stark verändert und ist wieder zu einem Nachfragemarkt geworden. Die Ernte fiel in Deutschland 2010 um 13 % geringer aus als 2009. Die deutschen Bio-Landwirte ernteten 639.000 Tonnen Bio-Getreide, ca. 90.000 Tonnen weniger als ein Jahr zuvor. Besonders stark war der Rückgang bei Roggen um 25 % auf 150.000 Tonnen und bei Hafer um 23 % auf 63.000 Tonnen. Die Erntemenge von Weizen stieg um 3 % leicht auf 190.000 Tonnen.

Volatiler Getreidemarkt

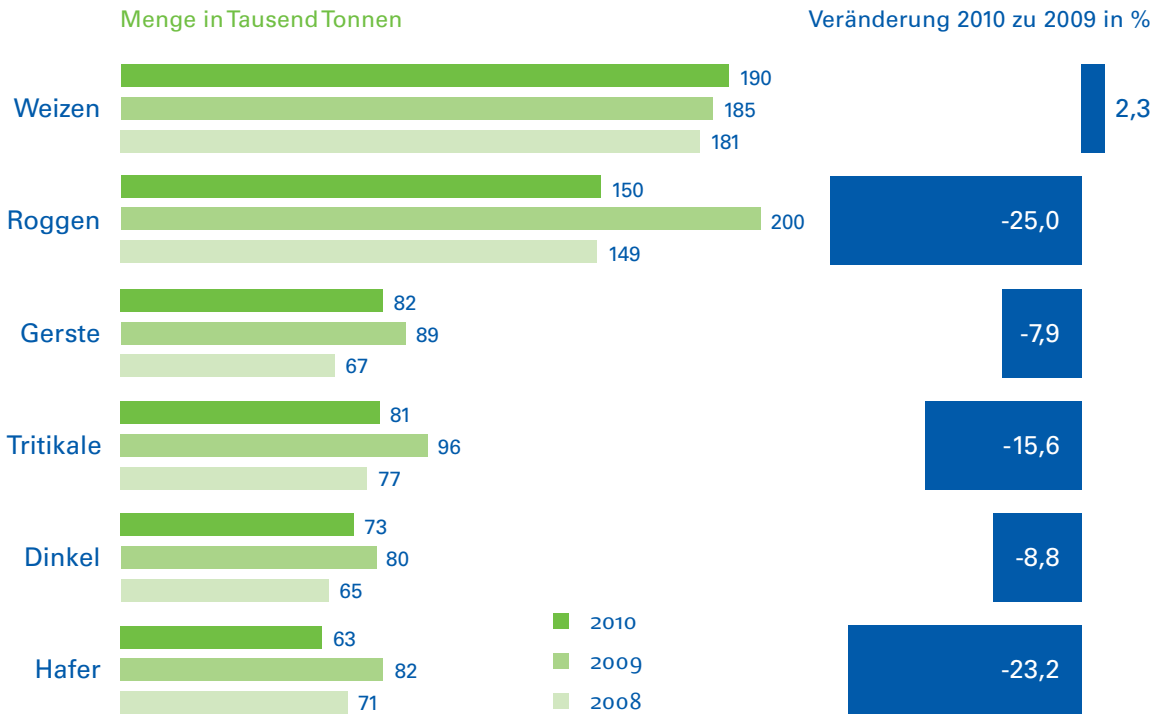
Außerdem hatten die Erzeuger in wichtigen Lieferländern mit ähnlichen Qualitätsproblemen wie hier – niedrige Protein- und Klebergehalte sowie niedrige Fallzahlen – zu kämpfen, so dass europaweit wenig Qualitätsweizen zur Verfügung steht. Das führte seit der Ernte 2010 wieder zu rasanten Preissteigerungen. Brotweizen mit 11,5 % Rohprotein wird beispielsweise wieder – wie schon nach den kleinen Ernten 2007 und 2008 – für gut 400 €/t gehandelt. Vor Jahresfrist zahlte man noch ca. 300 €/t. Futterweizen und -gerste wird seit der Ernte 2010 wieder für mehr als 300 €/t verkauft. Der Bio-Getreidemarkt unterlag damit unter den Teilmärkten des Bio-Marktes den größten Schwankungen, sowohl quantitativ als auch preislich. Er ist wegen der vergleichsweise vielen Akteure und der leichten Austauschbarkeit dieses Schüttgutes der undurchsichtigste Bio-Markt. Wie konventionelles Getreide ist Bio-Getreide zu einem Spekulationsobjekt geworden. Neben den natürlichen Schwankungen durch unterschiedliche Ernten beeinflussen verschiedene Handelsaktivitäten den Getreidepreis. Das macht es sowohl für die Landwirte als auch für die Verarbeiter schwierig, mit bestimmten Preisen zu planen.

Stabile Verbraucherpreise

Die Verbraucher merken von diesen Preisschwankungen auf Erzeugerebene wenig, sie zahlten kontinuierlich ca. 3,00 € für 1 kg Roggenmischbrot in Bedienung. Die Verbraucherpreise für Brot haben sich weder in der Hoch- noch in der Niedrigpreisphase geändert. Sie reagieren nur auf die Aktivitäten des Handels, der bestimmte Produkte ein- und auslistet. Die Verkäufe von Bio-Brot sind im ersten Halbjahr 2010 um 7 % zurück gegangen. Damit setzte sich der Trend des Jahres 2009 fort, in dem der Rückgang bei 9 % lag. Ein Grund für diese Entwicklung ist, dass sich nach der Hochpreisphase von 2008/2009 einige Bäcker und Anbieter aus der Vermarktung von Bio-Brot und -Backwaren zurückgezogen haben und im ersten Halbjahr 2010 begannen, wieder in die Vermarktung einzusteigen – ein Plus von 3 % im Brotverkauf des dritten Quartals zeigt die Trendwende. Durch langfristige Verträge erfolgen diese Reaktionen stark zeitversetzt. Es bleibt abzuwarten, wie der Handel auf die gestiegenen Preise reagieren wird.

Bio-Getreideernte nach Getreidearten

Quelle: AMI

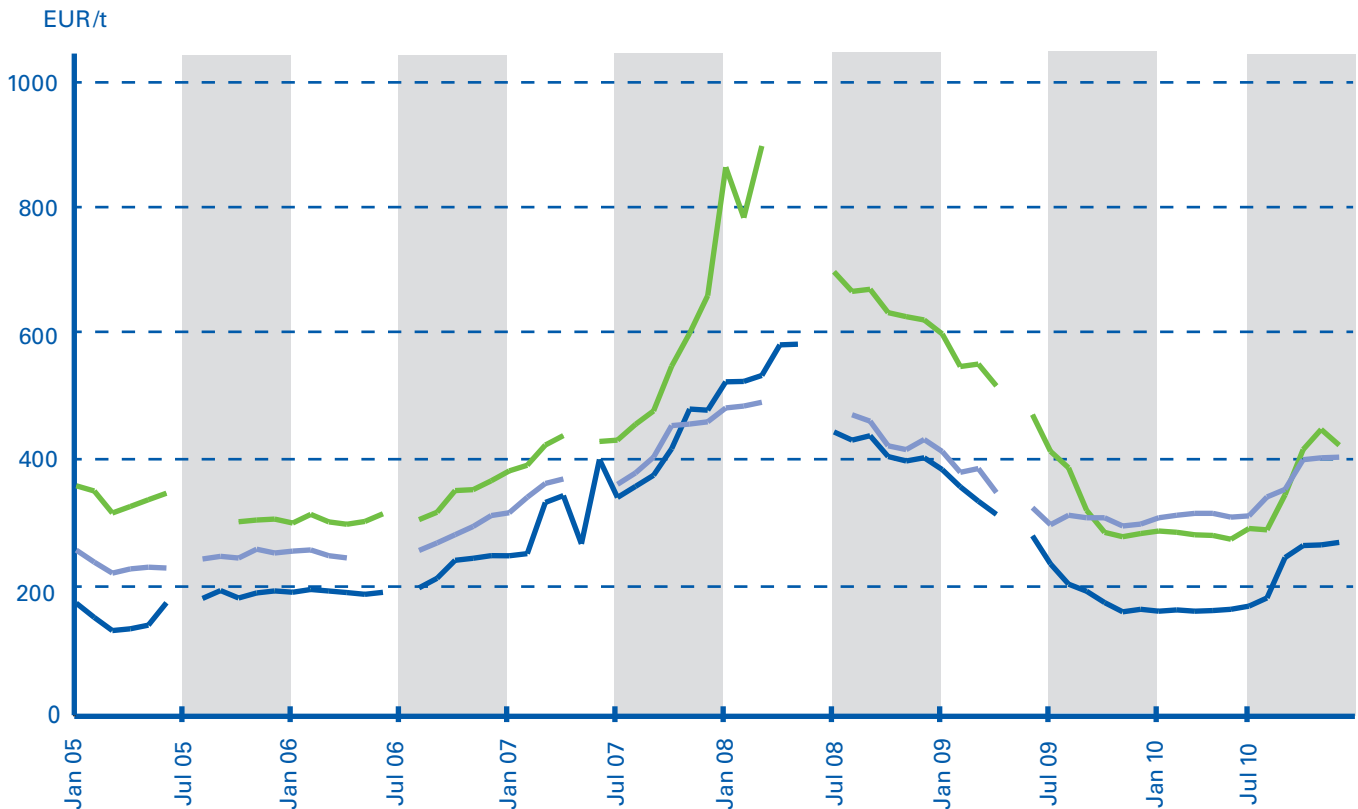


Erzeugerpreise für Bio-Brotgetreide in Deutschland

2005 – Dez 2010, lose Ware, frei Verarbeiter/Mühle in EUR/t

Quelle: AMI

- Dinkel
- Roggen
- Weizen



Umsatzentwicklung bei Bio-Lebensmitteln

Naturkostfachhandel erneut Motor für das Umsatz-Wachstum im Bio-Markt

Nach einem Jahr der Stagnation ist der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln nach Angaben der führenden Marktforschungsinstitute in Deutschland 2010 um ca. 2 % auf etwa 5,9 Mrd.€ gestiegen. Der Umsatzzuwachs wurde trotz zum Teil sinkender Verkaufspreise erreicht. Bei den Verkaufsmengen wurde hingegen ein höheres Plus von ca. 3 % erzielt. Motor für das Wachstum war im zweiten Jahr in Folge der Naturkostfachhandel, der mit 8 % ein deutlich höheres Umsatzplus als der Gesamt-Bio-Markt verzeichnete.

Discounter – Umschlagplatz für Bio-Massenware

Der Trend des Vorjahres setzt sich fort, wonach Sortimentsbereinigungen und Preissenkungen bei den Discountern ein höheres Umsatzplus bremsen. Von den Discountern werden nach wie vor Bio-Grundnahrungsmittel, beispielsweise Kartoffeln oder Möhren, in großer Menge abgesetzt. Preisschwankungen dort schlagen sich relativ stark im Gesamtumsatz nieder. Unter Druck gekommen ist auch das Handwerk, wie beispielsweise selbständige Metzgereien mit Bedientheken, die in ihrer Zahl insgesamt abnahmen. Hingegen wuchs der Bio-Gemüseabsatz 2010 mit insgesamt 8 % überproportional.

Großes Potenzial für Vollsortimenter

Gefangen haben sich die konventionellen Vollsortimenter, die bei Bio wieder ein Umsatzplus schreiben. Nach dem Aufbau der Bio-Sortimente im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel pendelt sich dessen überproportionales Wachstum in den Jahren vor 2009 jetzt natürlicherweise auf niedrigere Wachstumsraten ein: Während der Aufbau des Sortiments hohe Wachstumsraten mit sich

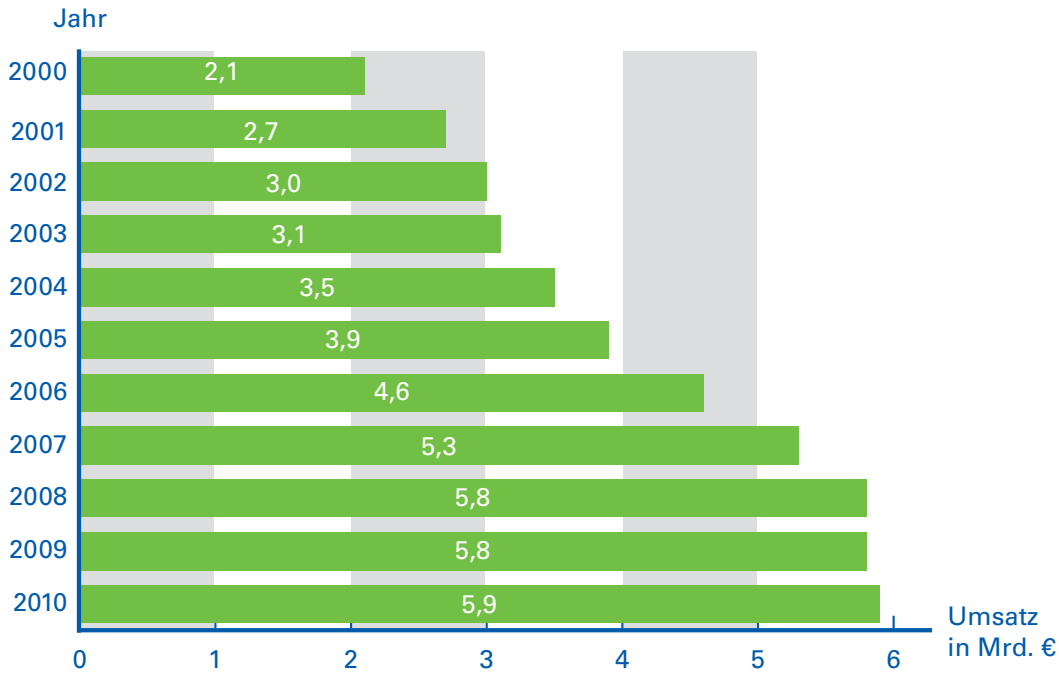
bringt, ist nun ein flächendeckendes Sortiment aufgebaut, das im einzelnen Laden in Konkurrenz um Regalmeter mit der konventionellen Ware steht. Welches Potenzial hier möglich ist, zeigen Beispiele konventioneller Filialisten, die im Schnitt einen Bio-Umsatzanteil von 20 % erreichen.

Naturkostfachhandel ist Motor für den Bio-Markt

Ganz anders stellt sich die Situation für den Naturkostfachhandel dar. In vielen Regionen ist noch keine flächendeckende Versorgung mit Bio-Fachgeschäften erreicht. Das Potenzial für Bio-Vollsortimenter in größeren Städten, Mittelzentren, aber selbst für die regionale Versorgung ist demnach noch nicht vollständig erschlossen. Das erklärt das Wachstum der Bio-Filialisten durch die Eröffnung neuer Filialen. Aber auch bei bestehenden Läden gibt es einen klaren Trend die bestehende Fläche zu vergrößern. Damit wird das wachsende Bedürfnis der Kunden nach regionalen, authentischen Bio-Lebensmitteln bedient. Die Kunden schätzen dort das hochwertige und große Bio-Sortiment und die kompetente Beratung.

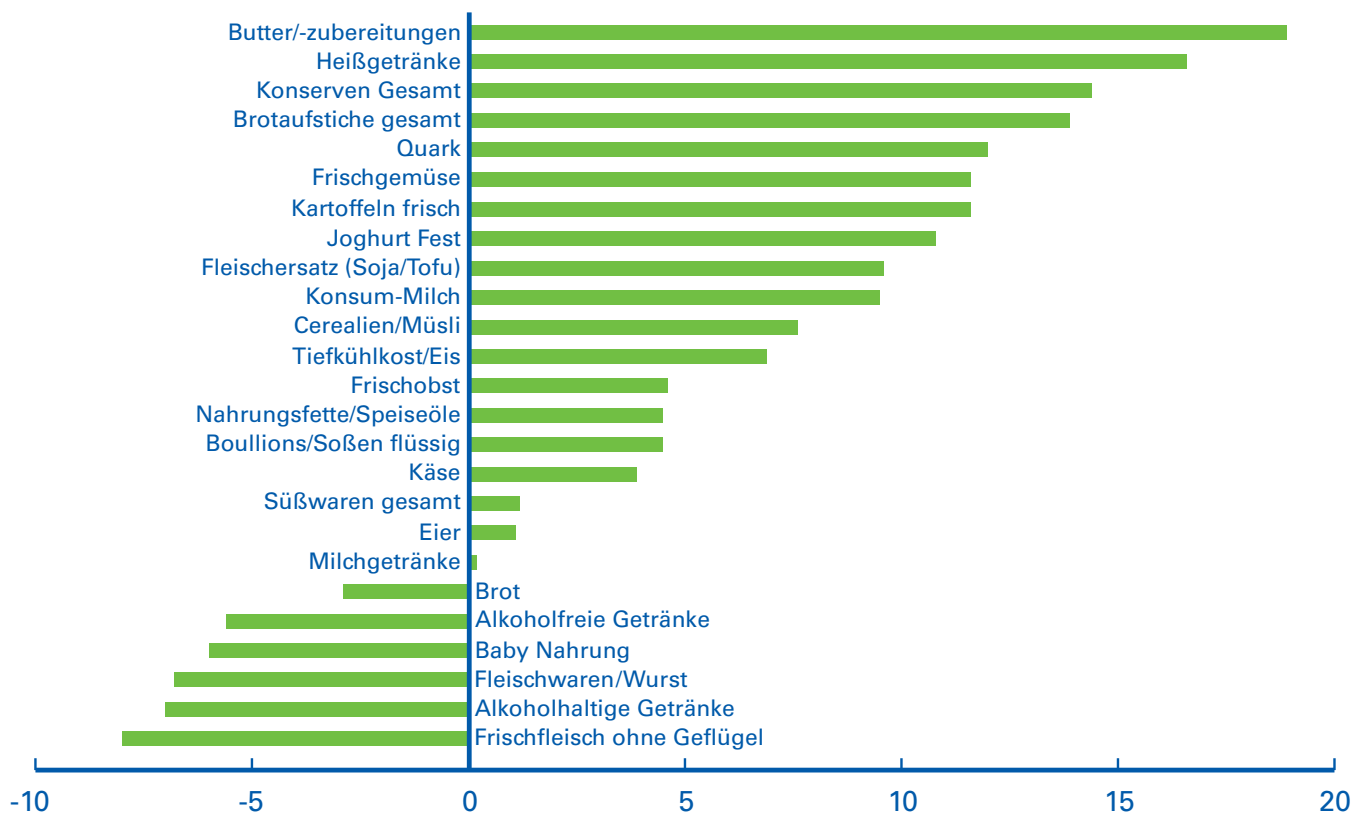
Umsatzentwicklung der Bio-Lebensmittel in Deutschland (ohne Genussmittel- und Außer-Haus-Verzehr)

Quelle: Hamm, Universität Kassel, AMI, AC Nielsen, GfK



Umsatzentwicklung bei einzelnen Bio-Produkten in %

Quelle: AMI Analyse auf Basis GfK-Haushaltspanel



Importe von Bio-Produkten nach Deutschland

Einfuhren nach Deutschland kontinuierlich gestiegen

Die Importmengen von Bio-Produkten sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen und haben sich innerhalb der drei Wirtschaftsjahre 2007/2008 bis 2009/2010 laut einer Befragung von Importunternehmen ungefähr verdoppelt. Die Importe von Getreide sind bei den befragten Unternehmen im Betrachtungszeitraum um 65 % angestiegen, bei Hackfrüchten um 30 %. Bei Frischgemüse inklusive Melonen haben sich die Importmengen in den vergangenen drei Jahren sogar verdoppelt. Insgesamt schätzen die Importeure die Menge importierter Kartoffeln für 2009/2010 auf 36.000 t.

Jedes zweite Bio-Gemüse ist eine Möhre

Die Hauptlieferländer für Frühkartoffeln sind Israel, Ägypten und Italien. Größere Mengen Lagerware kommen aus Österreich, kleinere Einfuhren stammen aus den Niederlanden und Dänemark. Die Importe aus Ägypten dürften sich im Wirtschaftsjahr 2009/2010 auf über 10.000 t Bio-Kartoffeln belaufen. Für 2013/2014 halten die Importeure ein Wachstum auf 15.000 t aus Ägypten für möglich. Die aus Israel importierten Mengen bleiben wahrscheinlich bis 2013/2014 stabil bei 10.000 t.

Die Hälfte des in Deutschland verkauften Bio-Gemüses sind Möhren. Davon wurden nach Angaben der Importeure 2009/2010 rund 41.000 t Bio-Möhren eingeführt. Wichtigstes Lieferland sind die Niederlande mit 25.000 t. Knapp 12.000 t kamen aus Israel. Die Mengen aus Italien, Portugal und Spanien beliefen sich auf insgesamt 4.000 t, wobei schon für das kommende Jahr eine Zunahme auf 5.000 t alleine aus Spanien und Portugal erwartet wird. Bei einem geschätzten Gesamtvolumen von 83.000 t Bio-Möhren auf dem Frischmarkt nehmen die derzeitigen Importe einen Anteil von 49 % ein.

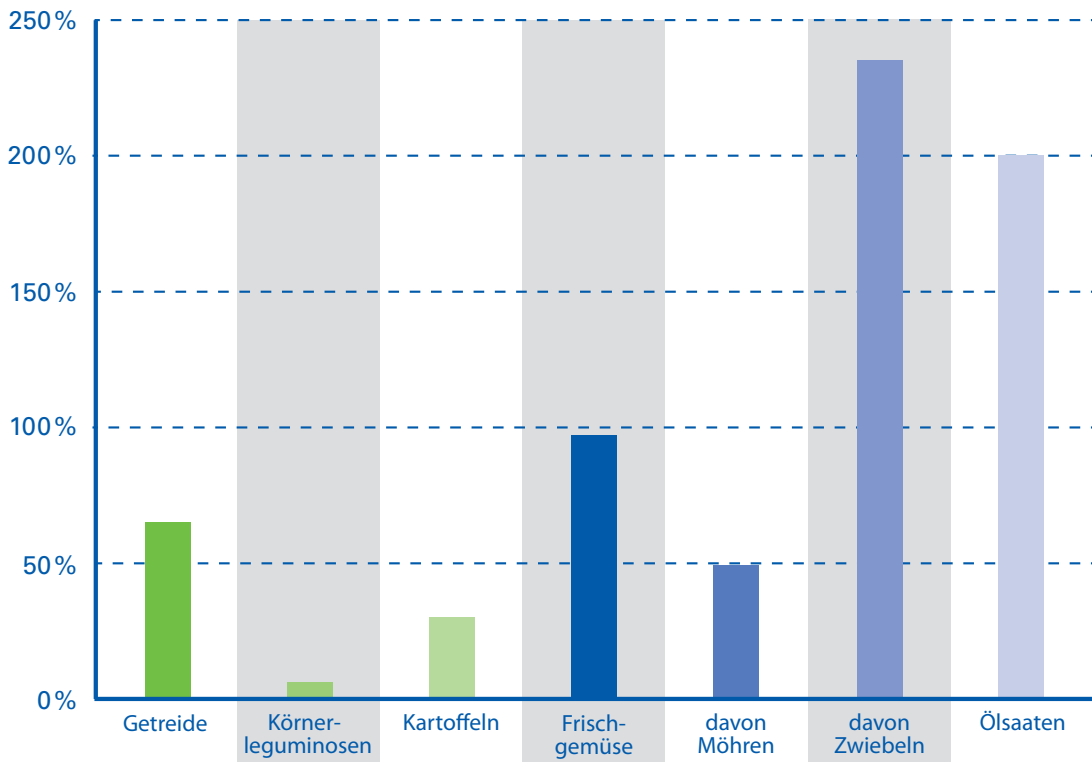
Steigende Getreideeinfuhren

Der Import von Bio-Zwiebeln betrug 2009/2010 rund 4.500 t. Die größten Mengen kamen aus den Niederlanden, gefolgt von Argentinien und Ägypten. Bis 2013/2014 erwarten die Importeure keinen Anstieg. Die Importmengen von Getreide liegen nach Schätzungen bei ca. 100.000 t für 2009/2010, wobei die befragten Unternehmen nur die Hälfte davon selbst importieren. Bei einer deutschen Ernte von 667.000 t liegt der Importanteil damit bei ungefähr 15 %, Tendenz aber eindeutig steigend.

Diese ersten Ergebnisse stammen aus einer Befragung der Importunternehmen in Deutschland im Sommer und Herbst 2010. Die Unternehmen wurden nach ihren einzelbetrieblichen Importmengen für die wichtigsten Rohstoffe in den Wirtschaftsjahren 2007/2008, 2008/2009 und 2009/2010 befragt sowie um eine Einschätzung der zukünftigen einzelbetrieblichen und gesamtdeutschen Entwicklung gebeten.

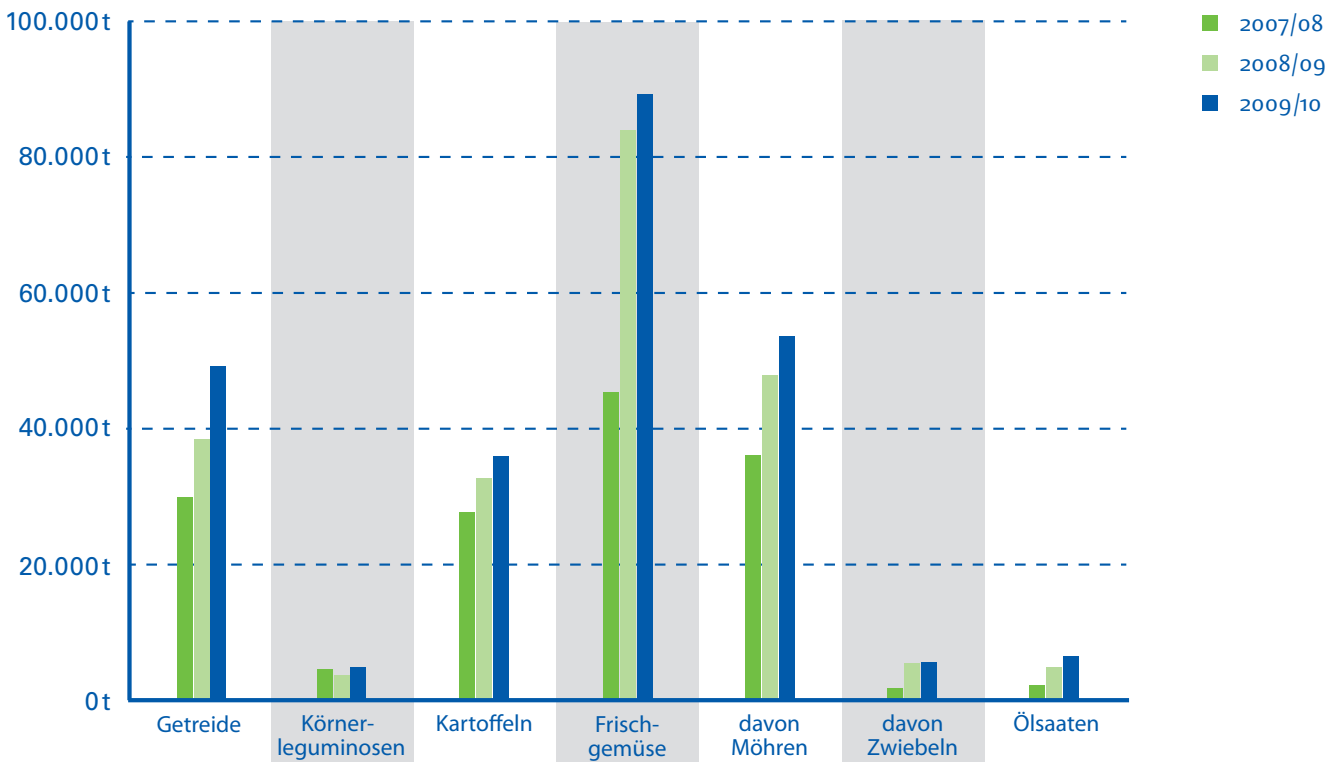
Wachstum der Importmengen 2009/10 gegenüber 2007/08 bei den befragten Unternehmen

Quelle: AMI und AgroMilagro research 2010



Importmengen 2007 - 2010 bei den befragten Unternehmen nach Produkten

Quelle: AMI und AgroMilagro research 2010



Bio-Umsätze in Europa und den USA

Die Bio-Welt wächst weiter

Der Umsatz am europäischen Bio-Markt ist 2009 insgesamt um knapp 5 % weiter auf 18,4 Mrd. € gewachsen. Während Franzosen, Schweden und Belgier zwischen 15 und 19 % mehr Geld für Bio-Produkte ausgegeben haben, waren andere Länder von Wirtschaftskrise, kleinerem Angebot bei einigen Bio-Produkten und Fehleinschätzungen im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel betroffen: Im Vereinigten Königreich sank der Umsatz um 13 %, in Deutschland stagnierte er.

Deutschland größter Bio-Markt in der EU

Deutschland war 2009 mit 5,8 Mrd. € Umsatz nach wie vor größter Bio-Markt in Europa. Frankreich hat mit einem Umsatz von 3,04 Mrd. € deutlich aufgeholt. Das Vereinigte Königreich blieb trotz Rückgang mit 2,07 Mrd. € auf Platz 3, gefolgt von Italien mit einem Umsatz von 1,5 Mrd. €.

Der Umsatz-Anteil der Bio-Produkte am gesamten Lebensmittelmarkt war in Dänemark mit 7,2 %, in Österreich mit 6,0 % und in der Schweiz mit 4,9 % am höchsten. In diesen drei Ländern wurde auch pro Kopf und Jahr das meiste Geld für Bio-Produkte ausgegeben – 139 € von den Schweizern, 132 € von Dänen und 104 € von Österreichern. Deutschland lag mit 3,4 % Bio-Marktanteil und Pro-Kopf-Ausgaben von 71 € jeweils im Mittelfeld. In den erfassten 33 europäischen Ländern lag der Bio-Umsatz pro Person durchschnittlich bei 24 €.

USA: Bio-Wachstum verlangsamt

Ähnlich wie in Europa verlangsamte sich auch in den USA die Wachstumsrate beim Bio-Umsatz. 2009 gaben die US-Amerikaner 17,78 Mrd. € (24,8 Mrd. \$) für Bio-Lebensmittel aus, das waren immer noch 5,1 % mehr als im Jahr davor. Der Bio-Umsatz der USA liegt wie auch in den Vorjahren wegen des schwachen Dollars leicht unter dem in Europa, der Pro-Kopf-Verbrauch ist jedoch mit 57,30 € pro Jahr deutlich höher.

Das langsamere Umsatzwachstum in vielen Ländern ist nur zum Teil Folge einer gedämpfteren Konsumstimmung aufgrund der Wirtschaftskrise. Eine große Rolle dürften die gesunkenen Preise für viele Produkte gespielt haben, so dass die verkauften Mengen in vielen Fällen stärker gewachsen sind als der Umsatz. Nach der kleinen Ernte 2010 dürfte sich diese Entwicklung wieder umkehren und die Preise stärker steigen als der Absatz. Da das Wirtschaftswachstum wieder angezogen hat, steigt die Zahl jener Kunden, für die Regionalität, Fairness, Geschmack und Gesundheit beim Lebensmitteleinkauf wichtige Kriterien sind. So hat Bio auch 2010 und 2011 eine stabile Wachstumsgrundlage.

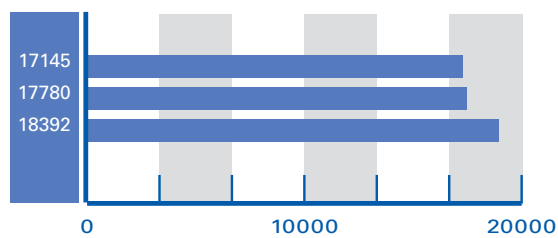
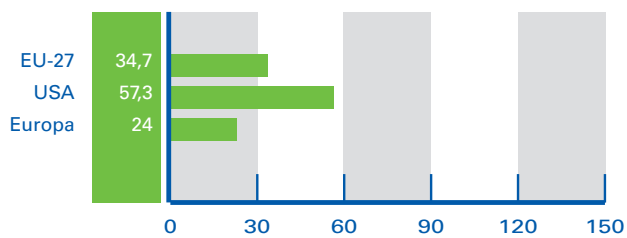
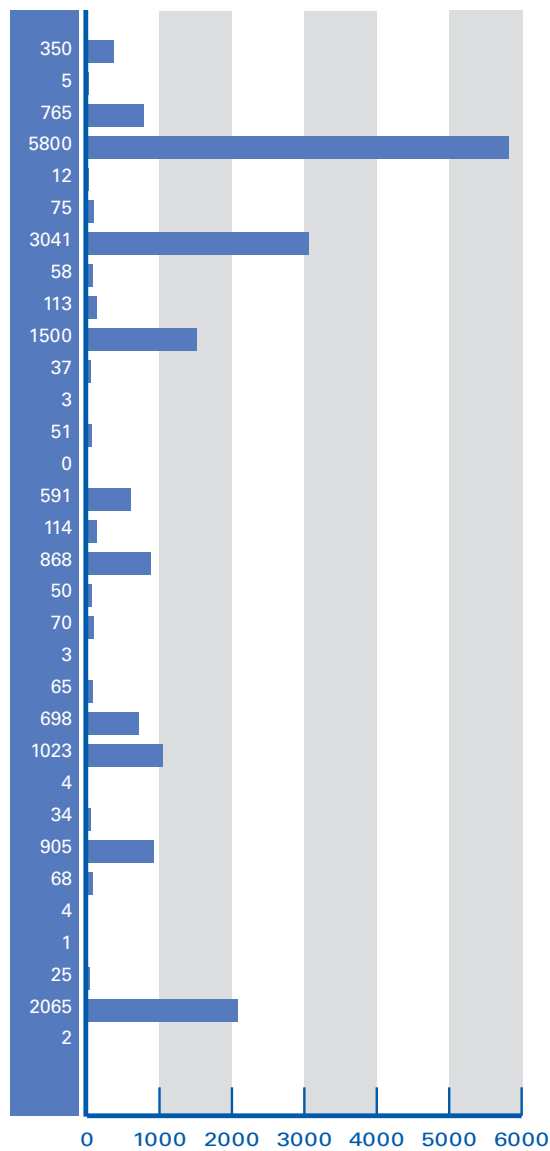
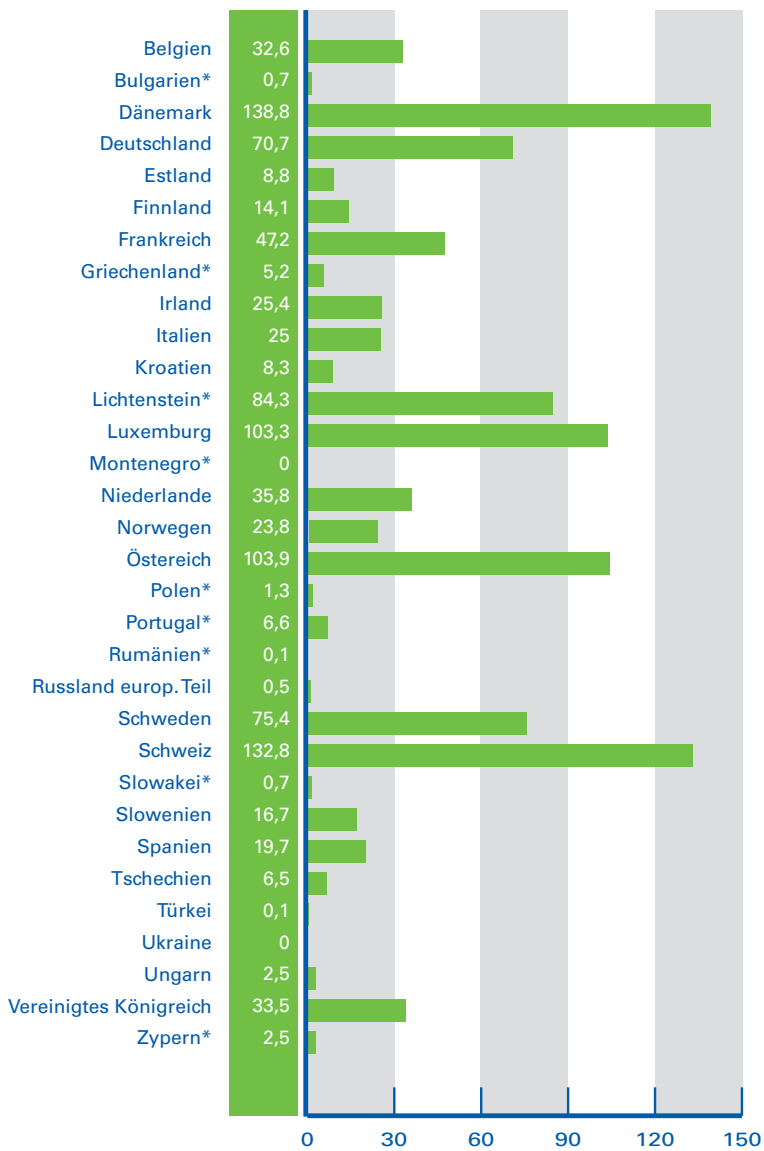
Pro-Kopf-Umsatz in Europa und USA 2009

Quelle: FiBL, AMI, Organic Research Centre

Quelle: FiBL, AMI, Organic Research Centre

Pro-Kopf-Umsatz in Euro

Umsatz in Mio. Euro



* Daten von Vorjahren übernommen

Entwicklung des Naturkostfachhandels

2350 Läden bieten Bio-Vollsortiment an

Bundesweit bieten aktuell rund 2350 Naturkostfachgeschäfte ein breites Sortiment an Bio-Lebensmitteln an. Zu diesem Ergebnis kommt das Projekt „Marktdaten Naturkostfachhandel“. Als Naturkostfachgeschäft werden Läden eingestuft, die ein Vollsortiment mit mindestens 95 % Bio-Anteil führen. Hofläden werden dann als Naturkostfachgeschäft eingestuft, wenn sie neben den vorgenannten Kriterien im Umfang von mindestens 50.000 € pro Jahr Bio-Lebensmittel zukaufen und dadurch den Charakter eines Fachgeschäftes aufweisen. Nach diesem Kriterium sind 302 der ermittelten Fachgeschäfte Hofläden.

Trend zur Vergrößerung

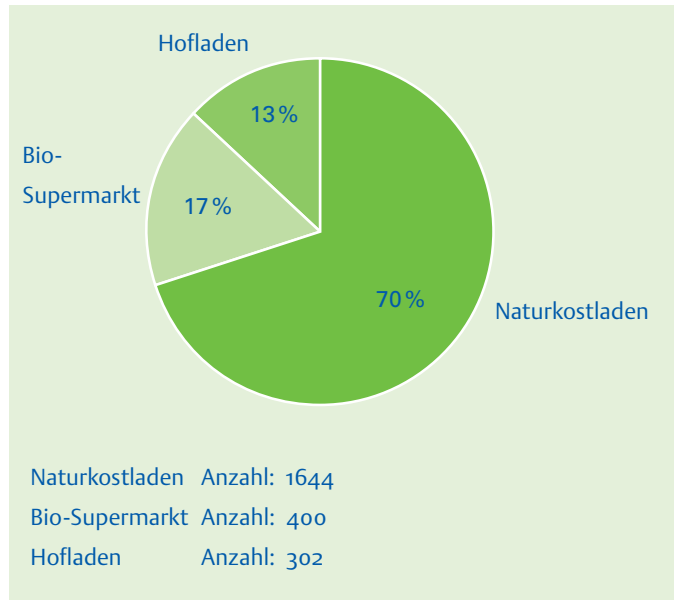
Die Ergebnisse zeigen, dass der Trend zu großflächigeren Naturkostfachgeschäften geht. Kleinere Läden schließen, spezialisieren oder vergrößern sich. Von den 2.346 ermittelten Läden zählen 400 zu den Bio-Supermärkten mit einer Fläche von mehr als 400 m². Nach wie vor machen jedoch 1.644 inhabergeführte Naturkostfachgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche den Großteil im Fachhandel aus. Etwas anders stellt sich die Situation dar, wenn man die Verteilung der insgesamt ermittelten Verkaufsfläche nach Ladentypen betrachtet: 51% der bundesweit vorhandenen Fachhandelsfläche entfällt derzeit auf Läden, die dem Typ Bio-Supermarkt zuzuordnen sind. Die Naturkostläden nehmen 42% der Fläche ein und die Hofläden 7%.

Konzentration in Deutschlands Süden

Die Fachhandelsdichte ist regional sehr unterschiedlich. Die höchste Dichte weist der Süden mit dem Spitzenreiter Bayern auf, gefolgt von Baden-Württemberg. Im Osten zeigt sich Berlin als das Bundesland mit der höchsten Fachhandelsdichte. Mit Ausnahme von Brandenburg, das in Bezug auf die Ladendichte mit Hessen und Schleswig-Holstein vergleichbar ist, bilden die östlichen Bundesländer das Schlusslicht. 2010 wurden 55 bis 60 neue Bio-Supermärkte eröffnet, das sind in etwa so viele wie 2009. Dabei teilen sich inhabergeführte Läden und Filialisten das Terrain gleichermaßen. Alnatura bleibt mit 59 Märkten zum Jahresende 2010 Marktführer, gefolgt von Dennree mit 57 Läden und basic mit 14 Läden. Der Naturkostfachhandel bleibt auch im Nachkrisenjahr 2010 das treibende Element im Wachstum des Bio-Marktes. Allein bei den Frischprodukten weist er ein Umsatzwachstum von gut 10% aus, insgesamt betrug das Wachstum ca. 8%.

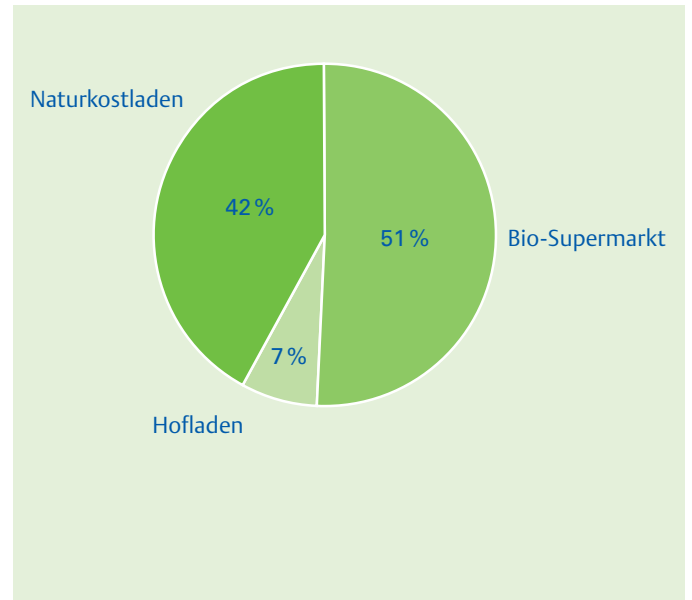
Anteil der Ladentypen an allen Naturkostfachgeschäften

Quelle: Projekt Marktdaten Naturkostfachhandel 2010



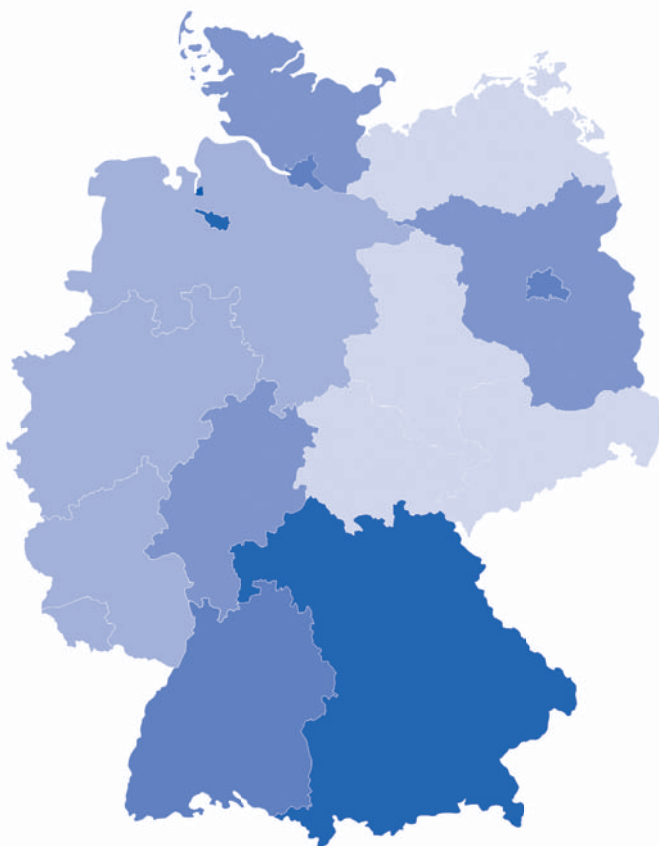
Anteil der Ladentypen an der Verkaufsfläche

Quelle: Projekt Marktdaten Naturkostfachhandel 2010



Verkaufsfläche je 1000 Einwohner in Deutschland

Quelle: Projekt Marktdaten Naturkostfachhandel 2010



- 6,62 bis 7,19 qm
- 5,04 bis 6,62 qm
- 4,09 bis 5,04 qm
- 3,82 bis 4,09 qm
- 0,74 bis 3,82 qm

Entwicklung der Bio-Außer-Haus-Verpflegung

Weiterhin großes Wachstum bei Bio-Küchen

Der Außer-Haus-Markt macht mit über 70 Mrd. € etwa ein Drittel des gesamten deutschen Lebensmittelumsatzes aus. Die Betriebstypen reichen von der Imbissbude an der Ecke über die Kantine in der Behörde bis zum Sternerestaurant auf dem Land. Die Größenordnungen bewegen sich von Kindertagesstätten mit nur 20 Mittagessen pro Tag bis zu Großveranstaltungen mit 20.000 Gästen an einem Abend.

Trends Sicherheit, Gesundheit und Frische

Die Entwicklung bei den Speisen- und Getränkeangeboten zeigt in allen Segmenten drei wesentliche Trends: Die Gäste suchen zunehmend nach Sicherheit (Herkunft & Regionalität), Gesundheit (vegetarische Angebote, Salate) und Frische (Zubereitung vor dem Gast). Alles Attribute, die sich sehr gut mit Bio-Angeboten verknüpfen lassen.

Der Bio-Umsatz im Außer-Haus-Markt liegt bei geschätzt etwa 300 Mio. €. Das sind deutlich unter einem Prozent des Gesamtmarktes von Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie und entspricht auch nur einem Anteil von etwa fünf Prozent am gesamten Bio-Markt. Bio in der Gastronomie bewegt sich damit trotz großen Potenzials immer noch auf einem verhältnismäßig niedrigen Niveau.

Bio-Lebensmitteln werden eingesetzt, indem einzelne Komponenten ausgetauscht, Bio-Menüs oder alle Speisen in Bio-Qualität angeboten werden. In den einzelnen Produktgruppen spielt Bio-Gemüse die größte Rolle, gefolgt von Bio-Obst, Bio-Salat und Bio-Fleisch.

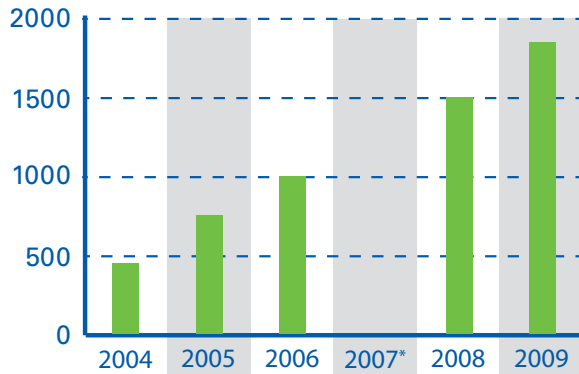
Von der Kindertagesstätte bis zum Betriebsrestaurant

Bio-Angebote finden sich in allen Segmenten des Außer-Haus-Marktes, am häufigsten in Kindertageseinrichtungen und Schulen sowie in der klassischen Gastronomie. Die größten Mengen pro Betrieb werden aber in Studentenwerken, größeren Betriebsrestaurants und zentralen Produktionsküchen umgesetzt. Ein relativ junges, aber kontinuierlich wachsendes gastronomisches Segment an der Schnittstelle von Handel und Gastronomie sind Bistros und Cafés in Naturkostfachgeschäften, Bio-Supermärkten und Bio-Bäckereien. Von den ca. 2350 Naturkostfachgeschäften in Deutschland setzen inzwischen einige hundert Betriebe gastronomische Konzepte um.

Unternehmen der Außer-Haus-Verpflegung, die ihr Bio-Angebot ausloben, müssen am Kontrollverfahren nach den Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau teilnehmen. Anfang 2009 hatten deutschlandweit über 1.050 gastronomische Unternehmen mit insgesamt über 1.870 Küchen ein Bio-Zertifikat. Gegenüber dem Vorjahr ist dies eine Steigerung von 40 Prozent bei der Zahl der einzelnen Küchen und 25 % bei den Unternehmen. Knapp die Hälfte der zertifizierten Unternehmen im Außer-Haus-Markt gehören zur Gastronomie, ein Drittel zur Gemeinschaftsverpflegung. Nach Schätzungen von a'verdis nehmen mehr als doppelt so viele Küchen mit Bio-Angebot noch nicht am Kontrollverfahren teil.

Anzahl der Küchen in Deutschland mit Bio-Zertifikat

Quelle: a'verdis 2010



* keine Daten vorhanden

Bio-Anteil in den Betrieben der Außer-Haus-Verpflegung

Prozentualer Anteil des Wertes von Bio-Lebensmitteln am gesamten Warenwert

(nach Schätzung von Öko-Kontrollstellen, N=11), Quelle: a'verdis 2010

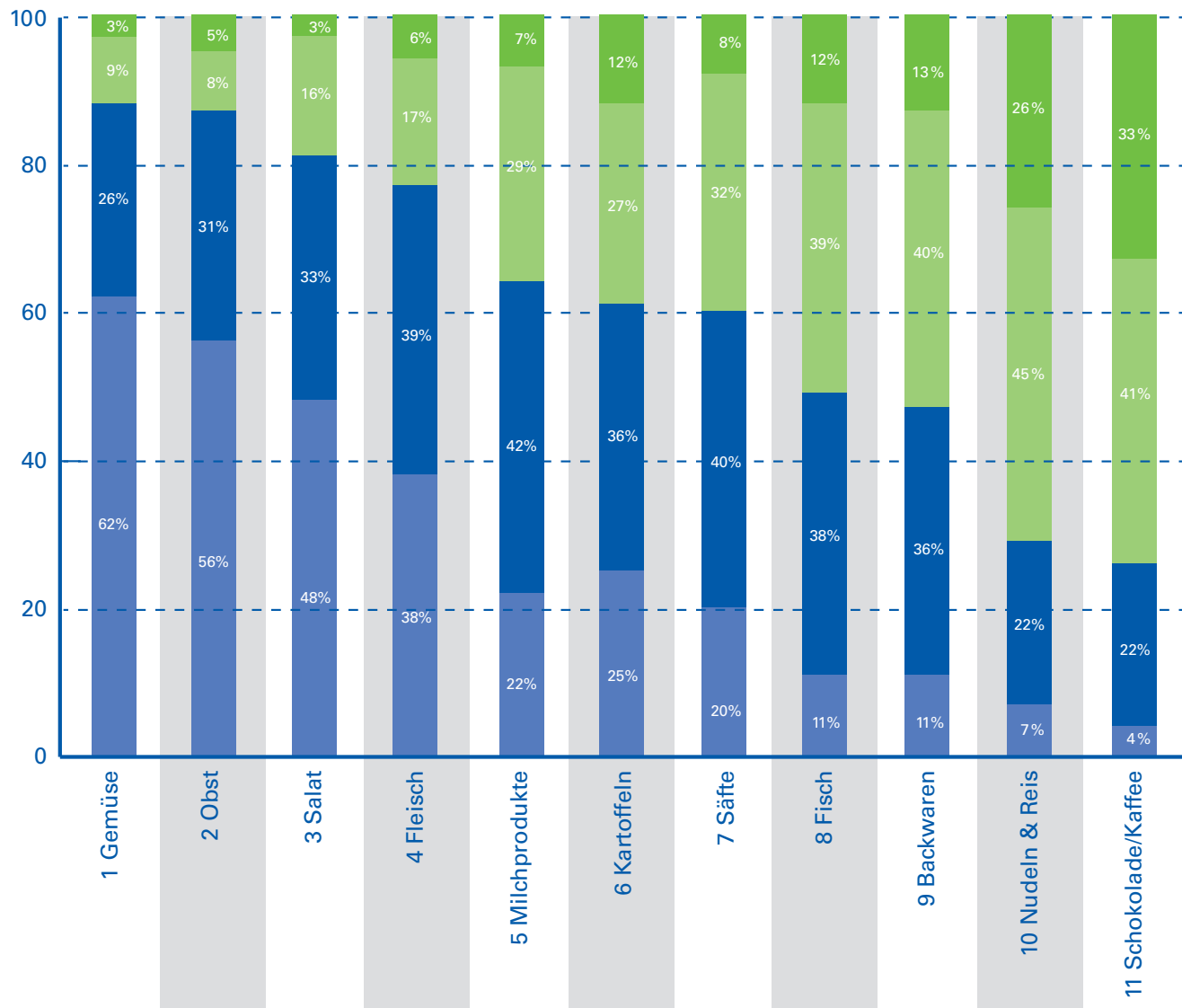
Bio-Anteil	Anteil Betriebe
1-25 %	50 %
26-50 %	20 %
> 50 %	30 %

Bedeutung einzelner Bio-Lebensmittel in der Außer-Haus-Verpflegung

Nachfrage in % der befragten Verbraucher

Quelle: food-service 2009

■ groß ■ gering
■ etwas ■ keine



Vertrauen und Zahlungsbereitschaft bei unterschiedlichen Öko-Zeichen

Bekannte Bio-Siegel sind Verkaufsargument

Mit der Einführung des neuen, verpflichtenden EU-Logos stellt sich für Hersteller und Händler die Frage, ob neben dem neuen EU-Logo zusätzlich weitere Öko-Zeichen zur Produktkennzeichnung verwendet werden sollten. Das ist dann sinnvoll, wenn Verbraucher Produkte mit bestimmten Öko-Zeichen bevorzugt kaufen.

Produkte mit bekannten Zeichen erhöhen Zahlungsbereitschaft

In Gruppendiskussionen mit Verbrauchern von Öko-Lebensmitteln im Frühjahr 2009 wurde deutlich, dass Verbraucher nur den ihnen bekannten Öko-Zeichen vertrauen. Konkrete Unterschiede zwischen den hinter verschiedenen Öko-Zeichen stehenden Standards konnten jedoch nur wenige Teilnehmende benennen.

Inwieweit sind Verbraucher also bereit, für Produkte mit bestimmten Öko-Zeichen tatsächlich einen Preisaufschlag zu zahlen? Bei einer Anfang 2010 durchgeführten Kaufsimulation mit rund 400 Verbrauchern von Öko-Lebensmitteln wurden beispielhaft das Bio-Siegel, das Demeter-Logo, das alte EU-Logo sowie Öko-Produkte ohne Zertifizierungszeichen (nur mit dem Schriftzug „Bio“ gekennzeichnet) getestet. In der Untersuchung wiesen das Bio-Siegel und das Demeter-Logo einen hohen Bekanntheitsgrad und ein hohes Verbrauchervertrauen auf. Interessanterweise waren die Teilnehmenden tatsächlich bereit, für diese Zeichen im Durchschnitt einen deutlichen Preisaufschlag gegenüber Öko-Produkten ohne Zertifizierungszeichen zu zahlen. Das relativ unbekanntere alte EU-Logo erhöhte die Zahlungsbereitschaft hingegen kaum.

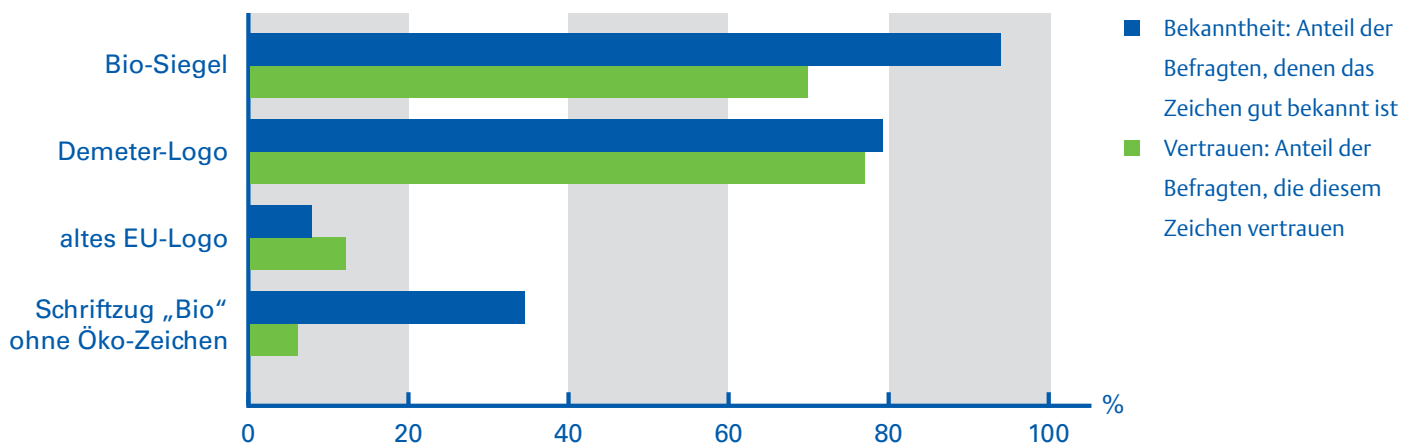
Bio-Siegel und Verbandszeichen: Bekannt und vertrauenswürdig

Bei Öko-Intensivkäufern war die Zahlungsbereitschaft in den Kaufsimulationen für Demeter-Produkte überdurchschnittlich hoch. Zusätzliche Untersuchungen lassen vermuten, dass dieses Ergebnis auch für die Warenzeichen der anderen deutschen Anbauverbände gelten könnte. Die weniger regelmäßigen Öko-Käufer hingegen bevorzugten Produkte mit dem Bio-Siegel. Bei diesen Verbrauchern scheint das Bio-Siegel das zentrale Erkennungsmerkmal für Öko-Produkte zu sein. Zur Erschließung neuer Käuferschichten sollten sich die Anbauverbände somit deutlicher von den Mindestvorgaben der EU-Öko-Verordnung abheben und diese Unterschiede Verbrauchern gezielter kommunizieren.

Das neue, verpflichtende EU-Logo steht für dieselben Inhalte wie das Bio-Siegel, ist aber längst nicht so bekannt. Von daher lässt sich die hohe Zahlungsbereitschaft für das Bio-Siegel nicht unmittelbar auf das neue EU-Logo übertragen. Zum jetzigen Zeitpunkt sollte das Bio-Siegel demnach zusätzlich zum neuen EU-Logo ausgelobt werden, um Verbrauchern die eindeutige Identifizierung von Öko-Produkten zu erleichtern.

Bekanntheitsgrad und Verbrauchervertrauen bei verschiedenen Öko-Zeichen (n=405)

Quelle: Janssen und Hamm 2011



Zahlungsbereitschaft für unterschiedliche Öko-Zeichen*

Quelle: Janssen und Hamm 2011

(n=386)	1 kg Äpfel	6 Eier
Bio-Siegel	1,33 €	1,83 €
Demeter-Logo	1,27 €	2,10 €
altes EU-Logo	0,00 €	0,42 €

*Dargestellt ist der Preisaufschlag, den Verbraucher durchschnittlich zu zahlen bereit waren für Produkte mit dem jeweiligen Zeichen verglichen mit Produkten ohne Zertifizierungszeichen.

Neue Marktsegmente

Bedeutung von Öko-Lebensmitteln mit ethischem Mehrwert

Der steigende Wettbewerb zwischen ökologischen Erzeugern führt dazu, dass viele Produkte unter Bedingungen erzeugt werden, die zwar den Vorschriften für die Produktion entsprechen, aber die grundlegenden Werte der ökologischen Bewegung immer weiter aus dem Blick verlieren. Eine wachsende Gruppe von Erzeugern und Verbrauchern wünscht sich eine Orientierung des Öko-Landbaus an den weitergehenden „ethischen“ Werten, die über die Standards der EU-Öko-Verordnung hinausgehen.

Artgerecht, regional, fair – die wichtigsten Werte für Bio-Käufer

Vergleichende Untersuchungen zur Relevanz mehrerer „ethischer“ Produkteigenschaften für die Kaufentscheidung von Öko-Käufern zeigen, dass die Eigenschaft „artgerechte Tierhaltung“ für die Verbraucher am wichtigsten ist, gefolgt von „regionaler Erzeugung“ und „fairen Erzeugerpreisen“. Produkte mit diesen Attributen werden nicht nur bevorzugt, sondern es besteht auch eine erhöhte Zahlungsbereitschaft. Dies bedeutet, dass Öko-Lebensmittel mit „ethischen“ Eigenschaften („ÖkoPlus“-Produkte) ein klares Potenzial zur Profilierung innerhalb des Öko-Marktes bieten.

Aussagen zu einem Mehrwert müssen nachvollziehbar sein

Voraussetzung hierfür ist allerdings eine Kommunikation, die deutlich wahrnehmbare, nachvollziehbare und überprüfbare Unterschiede zu den gültigen Standards der EU-Öko-Verordnung in den Mittelpunkt stellt. Ein weiteres wichtiges Erfolgskriterium ist die Glaubwürdigkeit. Dies kann am Beispiel der stark diskutierten Begriffe „fair“ und „regional“ verdeutlicht werden. Verbraucher und Erzeuger bzw. Händler haben nicht unbedingt dasselbe Verständnis von „Regionalität“ oder „Fairness“. Fehlende einheitliche Definitionen bzw. Standards bergen die Gefahr missverständlicher Werbeaussagen und Verwirrungen bis hin zu möglicher Verbrauchertäuschung. Das bedeutet, dass Unternehmen sehr vorsichtig und gleichzeitig sehr konkret mit ihren Werbeaussagen sein sollten, um Missverständnissen vorzubeugen.

Trotz dieser Schwierigkeiten wartet dieses Marktsegment darauf erschlossen zu werden. Dabei haben einheimische Erzeuger und Verarbeiter einen erheblichen Wettbewerbsvorteil gegenüber europäischen oder gar außereuropäischen Wettbewerbern.

Ethische Anliegen innerhalb des Öko-Sektors

Quelle: Zander et al. 2010

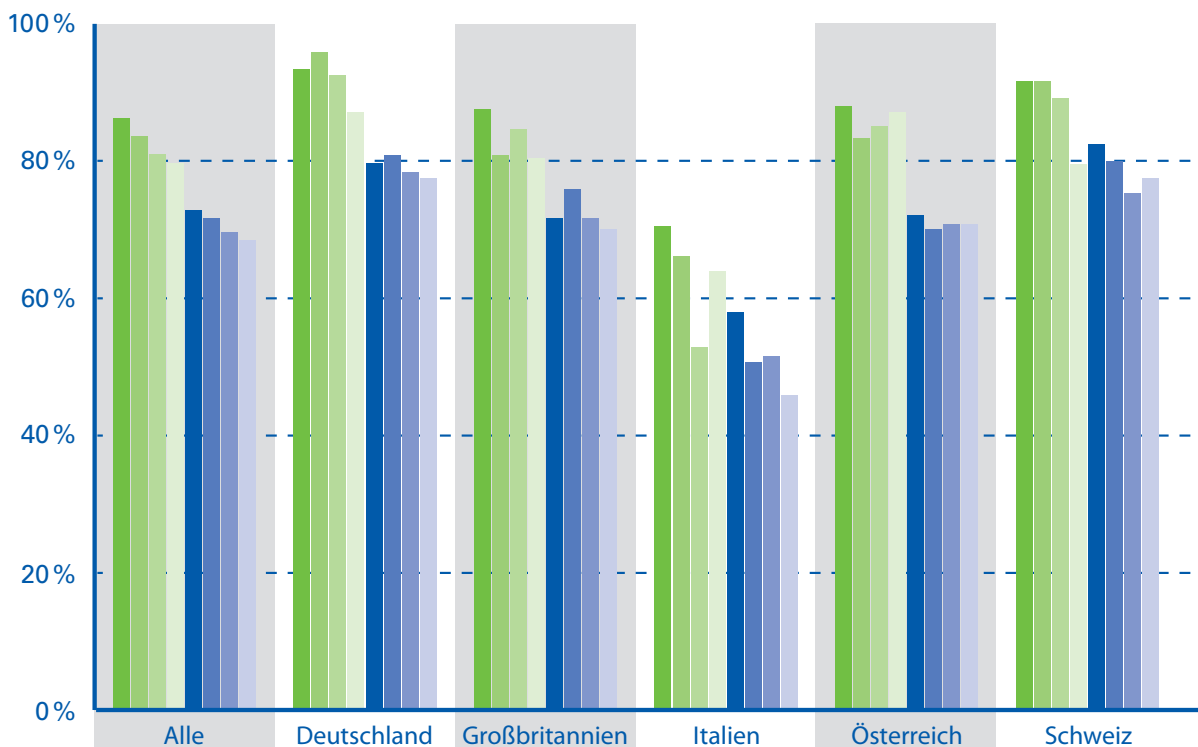
Kategorie	Anliegen
Ökologisch	Nachhaltige Ressourcennutzung
	Schutz der Ökosysteme
	Erhalt der Artenvielfalt
	Minimierung der Umweltverschmutzung
Ökonomisch	Faire Preise für Landwirte
	Faire Preise für Verbraucher, Erschwinglichkeit

Kategorie	Anliegen
Sozial	Gerechte Arbeitsbedingungen
	Arbeit mit Behinderten
	Lebensmittelqualität und -sicherheit, Gesundheit
	Transparenz und Vertrauen
Andere	Traditionelle, handwerkliche, kulturelle und regionale Besonderheiten der Produktion
	Artgerechte Tierhaltung

Anteil der Probanden, die das jeweilige Attribut mindestens einmal angesehen haben

Quelle: Zander und Hamm 2010

- Artgerechte Tierhaltung
- Regionale Erzeugung
- Faire Preise für Landwirte
- Produktpreis
- Erhalt der Artenvielfalt
- Soziale Kriterien der Erzeugung
- Projekte für sozial Benachteiligte
- Kulturelle Besonderheiten



Ökologische Lebensmittelwirtschaft und Politik

Politik steht auf der Bremse

Die Ökologische Lebensmittelwirtschaft gibt die weitreichendsten Antworten auf die Fragen nach Nahrungsmittelqualität und nachhaltiger Landwirtschaft. Die Zahlen in dieser Broschüre belegen: Die Verbraucher wollen natürliche Lebensmittel von einer Landwirtschaft, die die Umwelt schützt und die Tiere achtet. Ist dieses Angebot da, wächst der Markt. Aber: Der wachsende Bedarf wird nicht mit regionalem, heimischen Anbau gedeckt. Bio-Lebensmittel werden importiert und die Umweltleistungen exportiert.

Politik steht auf der Bremse

Ein wesentlicher Grund für den schleppenden Zuwachs der ökologisch bewirtschafteten Fläche sind die falschen Signale der Politik. In Baden-Württemberg streicht die schwarz-gelbe Landesregierung die Förderung für Neuumsteller. Das ebenfalls schwarz-gelb regierte Schleswig Holstein beendet mit der Umstellungs- und Beibehaltungsförderung die gesamte Ökoförderung. Während andere europäische Länder in den Ökologischen Landbau investieren und ihre Öko-Fläche deutlich ausgeweitet haben, ist die Förderung in Deutschland zwischen 2004 und 2009 um elf Prozent gesunken. Deutschland, das einstige Vorreiterland für den Ökologischen Landbau, findet sich heute bei der Förderung und dem Anteil ökologisch bewirtschafteter Fläche im europäischen Mittelfeld wieder.

Die Bundesregierung hat das Bundesprogramm Ökologischer Landbau für andere „Formen nachhaltiger Landwirtschaft“

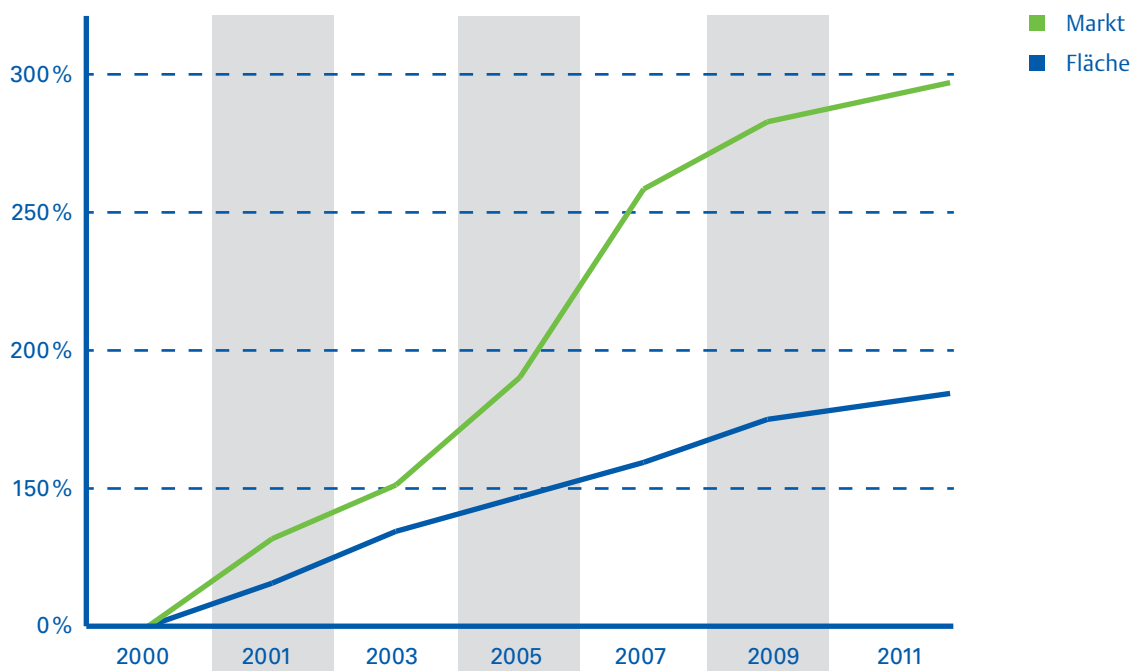
geöffnet und damit ein explizites Instrument für die Unterstützung des Öko-Landbaus aufgegeben. Anstatt die Lösungspotenziale des Ökologischen Landbaus zu nutzen, kürzt die Bundesregierung de facto den mit 8 Mio. € ohnehin knapp ausgestatteten Topf für die Öko-Forschung und setzt mit 400 Mio. € jährlich für die Gentechnik-orientierte Bioökonomie-Forschung einseitig auf genau die Landwirtschaft, die neue Probleme schafft anstatt sie zu lösen. Dabei erfordern Klimawandel, Stickstoffüberschüsse und der Verlust der Biodiversität dringend eine Ökologisierung der Landwirtschaft.

Landwirtschaft der Zukunft

Öko-Landbau ist die Landwirtschaft der Zukunft. Wir brauchen einen Systemwechsel weg von einer intransparenten, industrialisierten Landwirtschaft hin zu mehr Öko-Landbau. Dafür arbeitet der BÖLW, und daran wird er die Politik messen. Die Reform der EU-Agrarpolitik muss sicher stellen, dass Zahlungen künftig an wirksame ökologische und soziale Kriterien gebunden werden.

Wachstum von Marktvmsatz und Flächenanteil des Ökologischen Landbaus

Quelle: BLE; Hamm, Universität Kassel; ZMP; AMI



Stand des Jahres 2000: 100 %

Ökologischer Landbau:

Rang der deutschen Fördersätze im Vergleich mit den Förderprämien von 24 EU-Mitgliedsstaaten* im Jahr 2009

Quelle: Köpke et al. 2011

Umstellung	Grünland	Ackerland
Minimale Prämie	7	15
Maximale Prämie	5	11
Durchschnittlicher Rang	9,5	

Beibehaltung	Grünland	Ackerland
Minimale Prämie	8	15
Maximale Prämie	8	12
Durchschnittlicher Rang	10,75	

*Keine Angaben für Zypern, Malta und Rumänien verfügbar.

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 2011
Gefördert durch die Landwirtschaftliche Rentenbank

Datenaufbereitung:

Diana Schaack, Agrarinformationsgesellschaft mbH (AMI)
Tanja Barbian und Alexander Gerber, BÖLW

Texte:

Diana Schaack, AMI; Tanja Barbian und Alexander Gerber, BÖLW
Meike Janssen und Kathrin Zander, Universität Kassel; Rainer Roehl,
a`verdis

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