

Höhere Preise und stabile Mengen stärken Bio-Umsatz

Die Umsätze mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland verzeichneten im Jahr 2023 ein erfreuliches Plus. Die Ausgaben der Verbraucherinnen und Verbraucher nahmen um fünf Prozent zu, was zu einem Gesamtumsatz von 16,08 Milliarden Euro führte. Nach einem Rückgang im Jahr 2022 erholte sich der Bio-Markt durch höhere Preise und stabil bleibende Verkaufsmengen.

Wie in den Vorjahren spielte der Lebensmittel Einzelhandel für die Umsatzentwicklung eine entscheidende Rolle, insbesondere die Discounter und Drogeriemärkte. Sie verliehen den Bio-Ausgaben einen Schub. Der Lebensmittelein-

zelhandel steigerte seine Bio-Umsätze 2023 um 7,2 Prozent auf 10,82 Milliarden Euro, wodurch er einen Anteil von 67 Prozent am Lebensmittelmarkt erreichte. Die Discounter machten dabei rund 40 Prozent aus. Drogeriemärkte lockten Kundinnen und Kunden erfolgreich mit einem breiten Sortiment sowie oftmals günstigen Preisen an. Sie halten inzwischen im Trockensortiment einen Marktanteil von rund einem Viertel. Der klassische Lebensmitteleinzelhandel zeigte 2023 ein Bio-Plus von 47 Prozent im Vergleich zu 2019. Das Plus über alle Einkaufsstätten lag in der Zeit bei 31 Prozent.

Die Discounter vereinten rund 30 Prozent der Bio-Umsätze auf sich, bei frischen Produkten war der Anteil noch höher. Sie haben ihre Sortimente in den vergangenen Jahren erweitert, teilweise höherpreisige Produkte ins Sortiment aufgenommen und auch Preise erhöht. Dadurch waren die Zuwächse beim Umsatz mit einem Plus von sieben Prozent weit signifikanter

UMSÄTZE UND UMSATZANTEILE FÜR ÖKO-LEBENSMITTEL IN DEUTSCHLAND

nach Absatzebenen, ohne Außer-Haus-Verzehr, Umsätze in Mrd. Euro

	2021			2022			2023		
	Umsätze	Anteil	Wachstum	Umsätze	Anteil	Wachstum	Umsätze	Anteil	Wachstum
Naturkost-fachgeschäfte ¹	3,58	22,6 %	-3,3 %	3,14	20,5 %	-12,3 %	3,15	19,6 %	0,2 %
Lebensmittel-einzelhandel ²	9,75	62,3 %	9,1 %	10,09	66,6 %	3,2 %	10,82	67,3 %	7,2 %
Sonstige ³	2,54	15,2 %	7,4 %	2,07	12,9 %	-18,2 %	2,11	13,1 %	1,8 %
Insgesamt	15,87		5,8 %	15,31		-3,5 %	16,08		5,0 %

¹ einschließlich Hofläden, die netto Waren im Wert von mind. 51.500 EUR zukaufen (u. a. vom Großhandel).

² einschließlich Drogeriemärkte. ³ Bäckereien, Metzgereien, Obst/Gemüse-Fachgeschäfte, Wochenmärkte, Ab-Hof-Verkauf, Abo-Kisten, Versandhandel, Tankstellen, Reformhäuser.

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2024 | AMI, ARBEITSKREIS BIOMARKT

als bei der Gesamtmenge der verkauften Produkte. Die Vollsortimenter generierten rund zwei Prozent mehr Bio-Umsatz mit einer stabilen Verkaufsmenge. Sie waren wie zuvor die Einkaufsstätte mit der größten Bio-Produktvielfalt im klassischen Lebensmitteleinzelhandel. Insbesondere im Trockensortiment waren sie stark.

Der Bio-Fachhandel konnte 2023 seine Umsätze halten und zog in der zweiten Jahreshälfte wieder mehr Menschen in die Läden. Die Höhe der durchschnittlichen Bons stieg an, also die Höhe der Ausgaben pro Einkauf. Bio-Fachgeschäfte erreichten 2023 einen Marktanteil von 20 Prozent und einen Gesamtumsatz mit Lebensmitteln und Getränken von 3,15 Milliarden Euro.

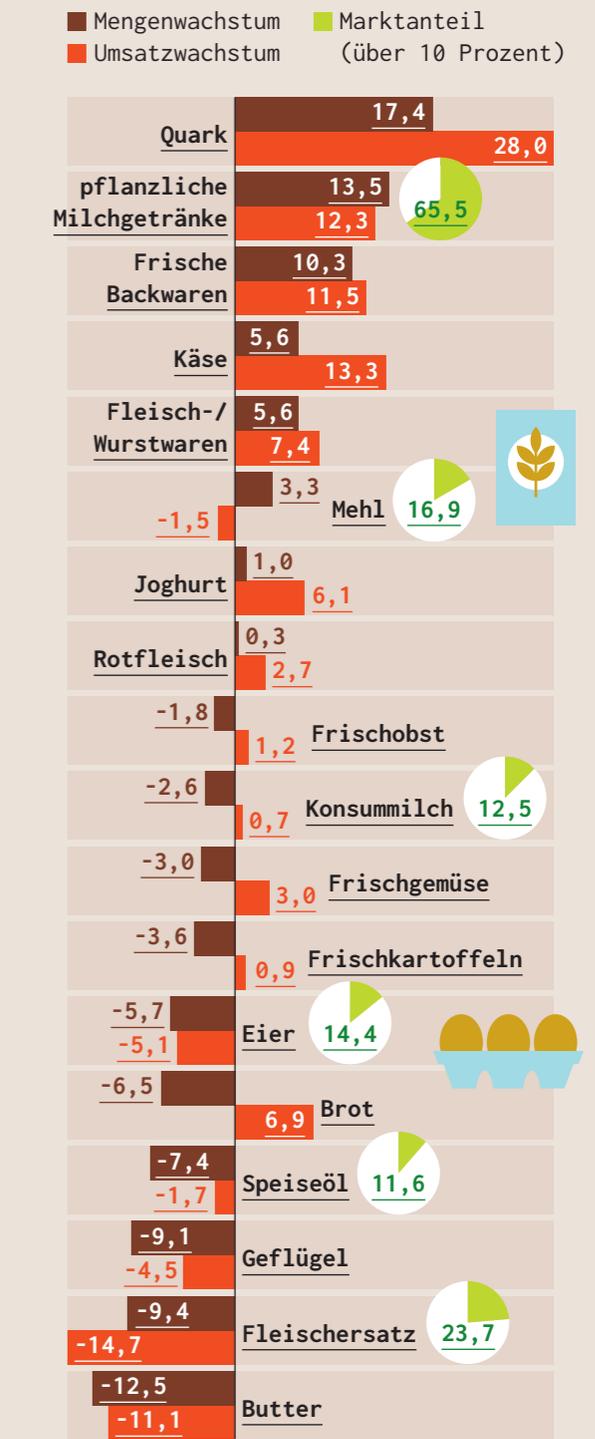
Andere Verkaufsstellen wie Hofläden, Online-Handel, Wochenmärkte, Bäckereien, Metzgereien und Reformhäuser erzielten kleine Zuwächse von zwei Prozent und erreichten einen Bio-Umsatz von 2,11 Milliarden Euro. Nach einem Minus von 18 Prozent im Jahr 2022 ist das ein beachtliches Ergebnis. Das Wachstum kam nicht von den Hofläden, die weiterhin Umsatzverluste verbuchen mussten, sondern hauptsächlich vom Lebensmittelhandwerk und auch den Wochenmärkten. Bäckereien und Fleischereien mussten 2023 kräftig an der Preisschraube drehen, was sich positiv auf ihren Umsatz auswirkte.

Bei einer Gesamtinflationsrate von neun Prozent für Lebensmittel im Jahr 2023 waren Bio-Lebensmittel im Vergleich nur um fünf Prozent teurer. Der Preisanstieg im Bio-Segment war also deutlich geringer als bei konventionell hergestellten Lebensmitteln. Die Preissteigerungen fielen je nach Produktgruppe sehr unterschiedlich aus, wobei Fette/Öle und Käse und mit 18 bzw. 14 Prozent besonders betroffen waren. Rindfleisch verteuerte sich weiter um neun Prozent. Hingegen blieben 2023 Produkte wie Geflügel, Eier und Schweinefleisch, die 2022 bereits deutlich teurer geworden waren, nahezu stabil im Preis.

Die höheren Preise resultierten vor allem aus gestiegenen Produktionskosten. Alle Stufen der Wertschöpfungskette haben bereits Kosten gesenkt, Produktion oder Handel in Teilen eingeschränkt oder gewinnbringendere Produktionsbereiche ausgeweitet. Es wird auch 2024 eine Herausforderung bleiben, einen Ausgleich zwischen den beträchtlichen Kosten in Erzeugung und Verarbeitung sowie akzeptablen Verbraucherpreisen zu finden.

ABSATZENTWICKLUNG VERSCHIEDENER BIO-PRODUKTE 2023

Auswahl, in Prozent



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2024 | AMI NACH GfK