

Der deutsche Bio-Markt: Zahlen, Fakten, Analyse 2022

BIOFACH KONGRESS

26.07.2022

DR. HANS-CHRISTOPH BEHR, AMI



natürlich informiert.

6 % mehr Bio-Umsatz, 15,9 Mrd. EUR

Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel und -Getränke,
nach Einkaufsstätten, in Deutschland, in Mrd. EUR



Insgesamt

Sonstige Einkaufsstätten

Bäckereien, Metzgereien, Obst/
Gemüse-Fachgeschäfte, Wochen-
märkte, Ab-Hof-Verkauf, Versand-
handel, Tankstellen, Reformhäuser

Naturkosthandel

Einschließl. Hofläden, die Waren im
Wert von min. 50.000 € zukaufen

Lebensmitteleinzelhandel

einschließlich Drogeriemärkte



Immer mehr Bio-Lebensmittel



Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel und -Getränke in Deutschland in Mrd. EUR sowie Bio-Anteil am Gesamtmarkt in %



Bio-Anteil an Lebensmittelausgaben



Verbraucherreaktion auf Preisanstieg



Anteil der Befragten, die angegeben haben, folgendermaßen auf den Preisanstieg beim Lebensmittelkauf zu reagieren, in %

Ich kaufe Produkte aus dem Angebot.

58

Ich kaufe günstige Eigenmarken statt Markenprodukte.

39

Ich kaufe bestimmte Produkte im Discounter.

27

Ich kaufe bestimmte Produkte jetzt weniger.

24

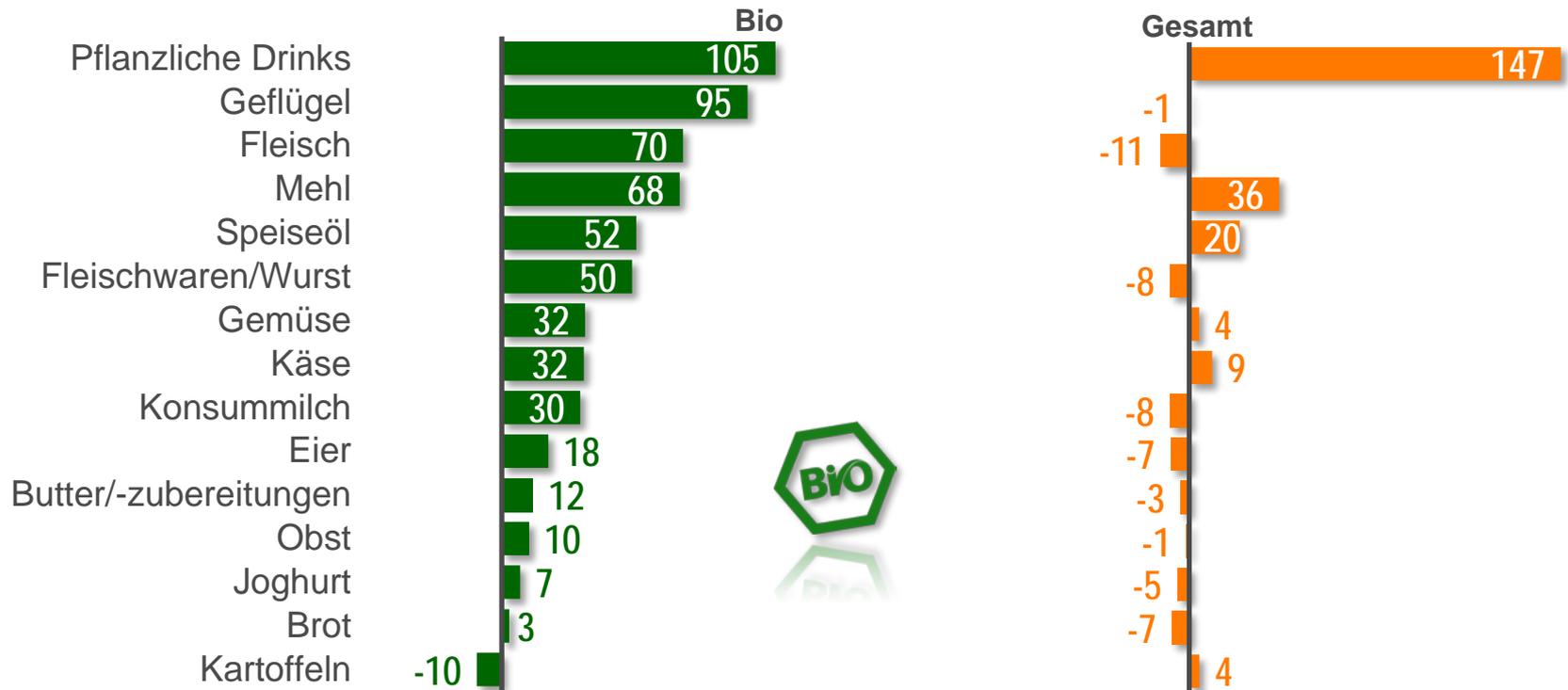
Die Preise haben keinen Einfluss auf meinen Einkauf.

21



Deutliches Plus Im Vergleich zu 2019

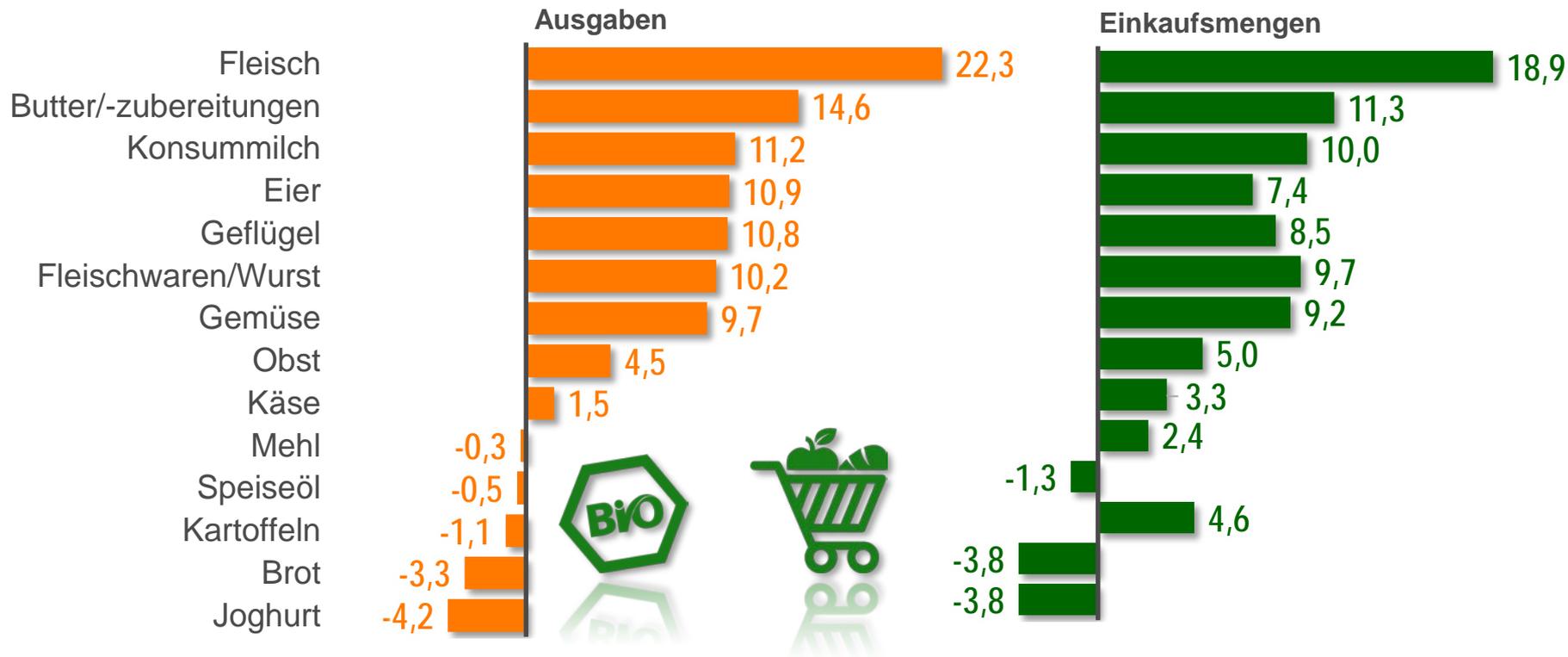
Einkaufsmengen privater Haushalte in Deutschland, Jan-Jun 2022, Bio- und Lebensmittel insgesamt, Änderungen zu Jan-Jun 2019, in %



2021 noch Gewinne durch Lockdown



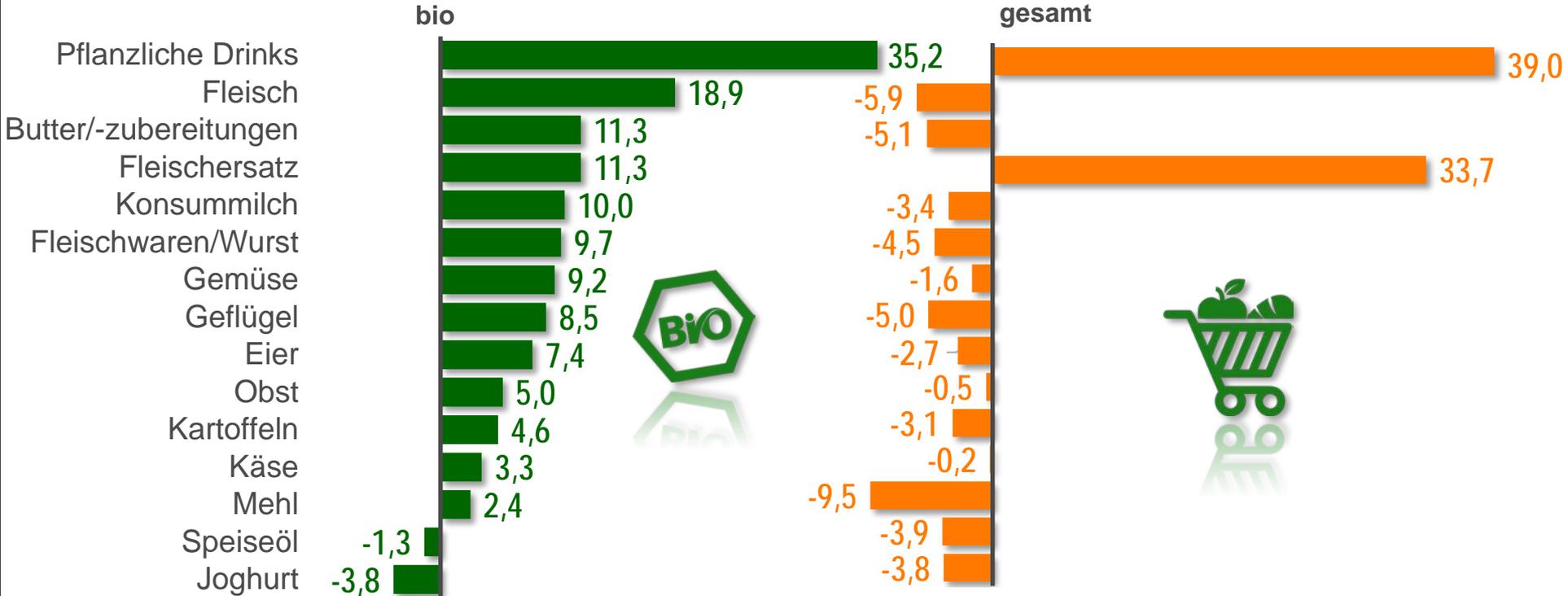
Veränderung der Nachfrage und Ausgaben privater Haushalte in Deutschland nach Bio-Lebensmitteln, 2021, zum Vorjahr in %



Bio wuchs 2021 noch bei rückläufigem Haushaltskonsum

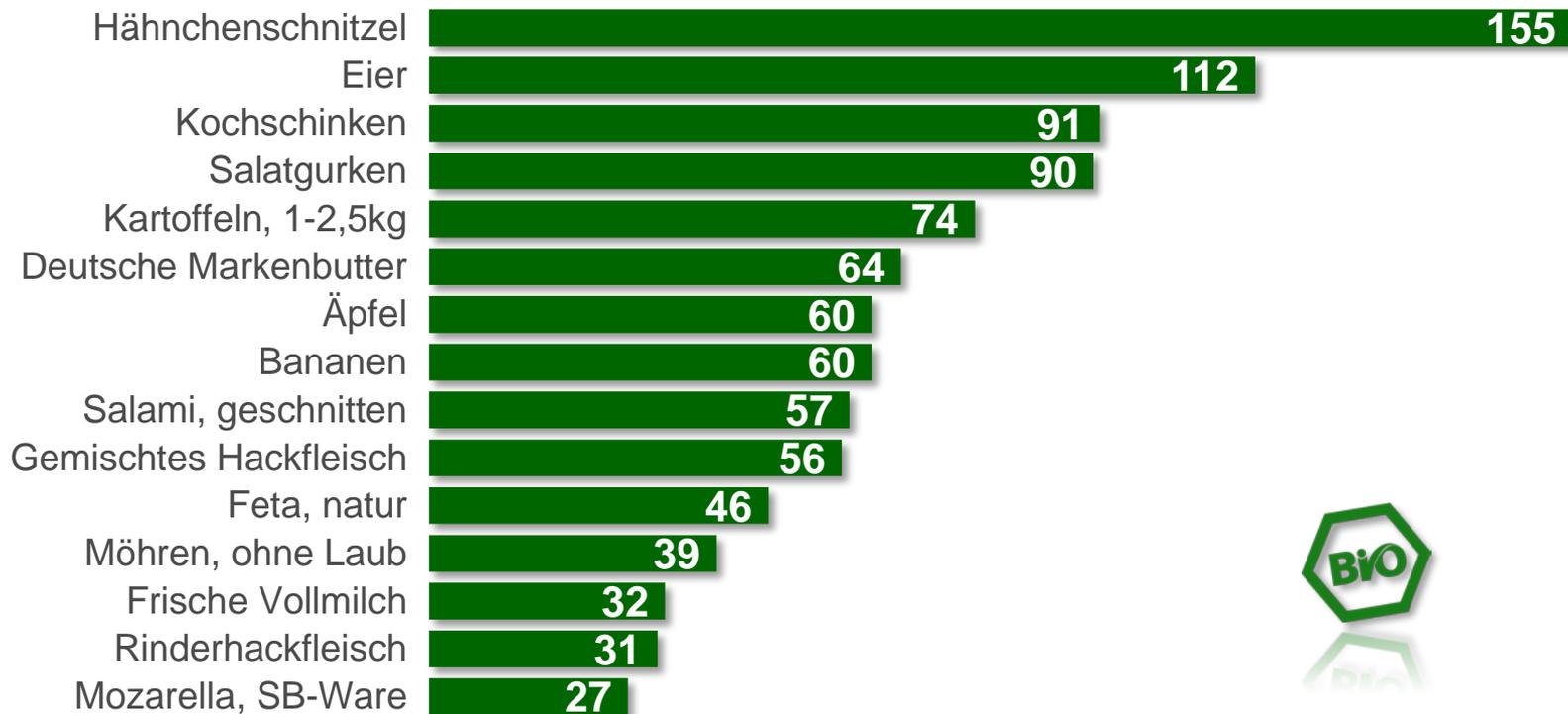


Einkaufsmengen privater Haushalte in Deutschland, bio und konventionell, 2021, Veränderungen zum Vorjahr in %



Verbraucherpreisaufschläge für Bio-Lebensmittel

2021, in %, Deutschland



Öko-Fläche 2021 weiter leicht gewachsen



Entwicklung der Öko-Fläche in Deutschland, Wachstumsrate gegenüber dem Vorjahr in % und Anbaufläche in 1.000 ha



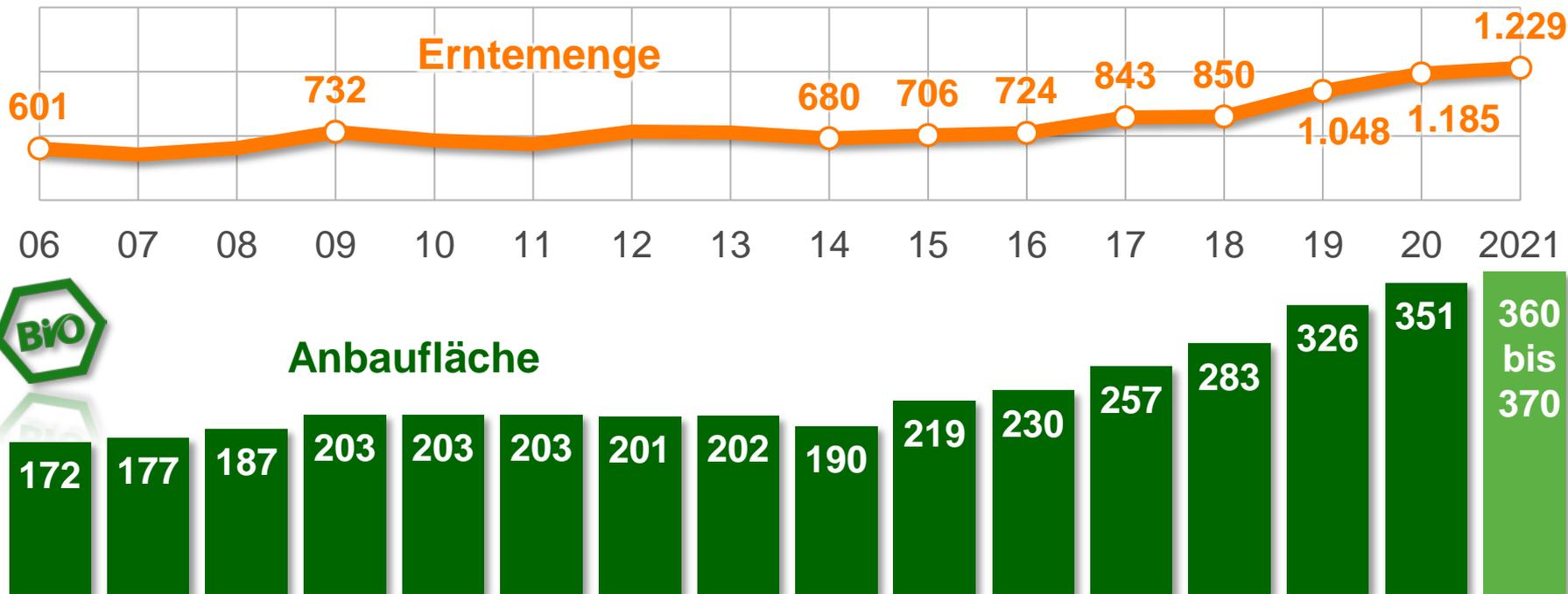
25 % Öko-Landbau 2030 (EU-Ziel) erfordert 9 % Wachstum p.a. auf 4,1 Mio. ha
30 % Öko-Landbau 2030 (deutsches Ziel) erfordert min. 11 % Wachstum p.a. auf 5,1 Mio. ha



Erntemengen und Flächen von Bio-Getreide



Erntemengen und Anbauflächen von Bio-Getreide (ohne Körnermais)
in Deutschland, Produktion in 1.000 t und Anbaufläche in 1.000 ha

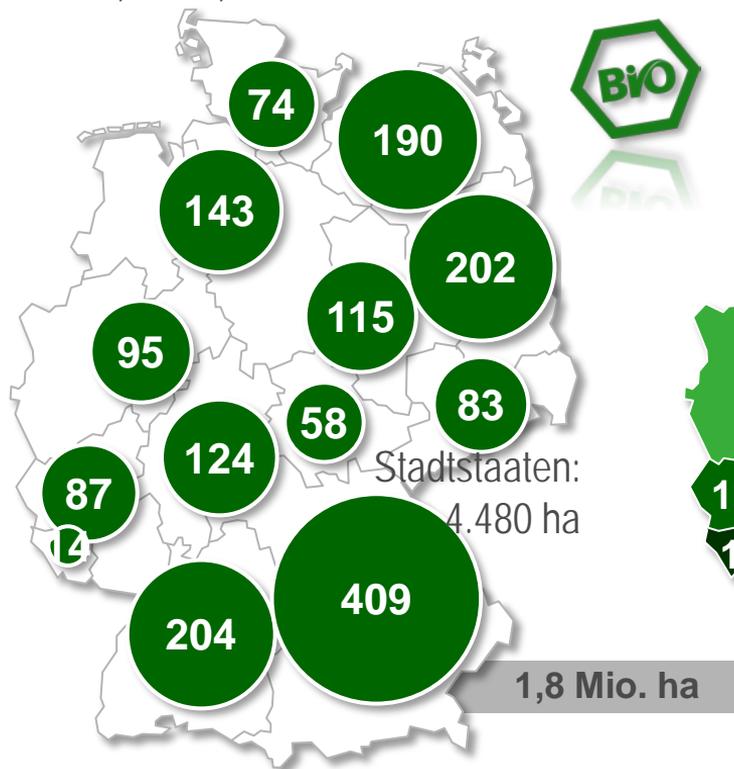


Fläche 2021 – AMI Schätzung

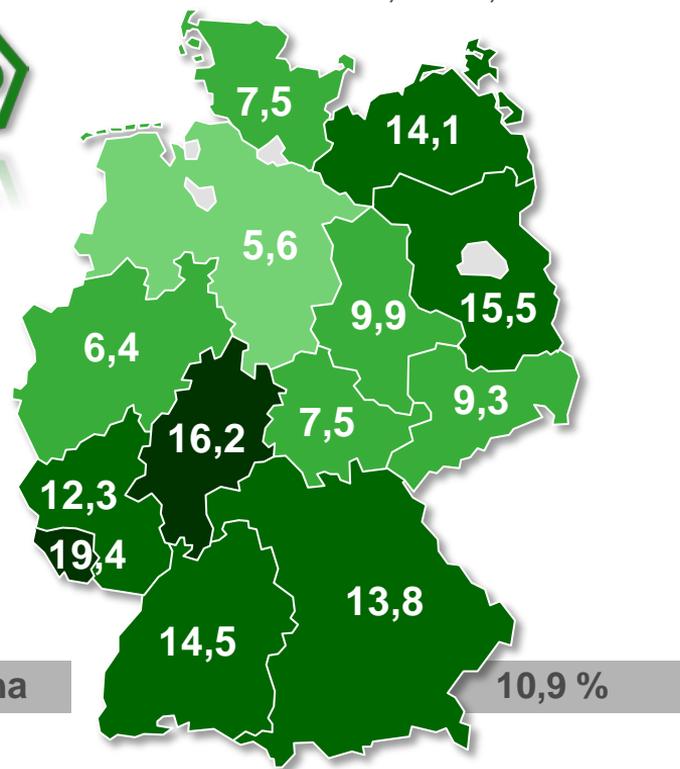
Öko-Landbau in Deutschland 2020



Ökologisch bewirtschaftete Fläche, 2020, in 1.000 ha



Bio-Anteile an der landwirtschaftlichen Fläche, 2020, in %

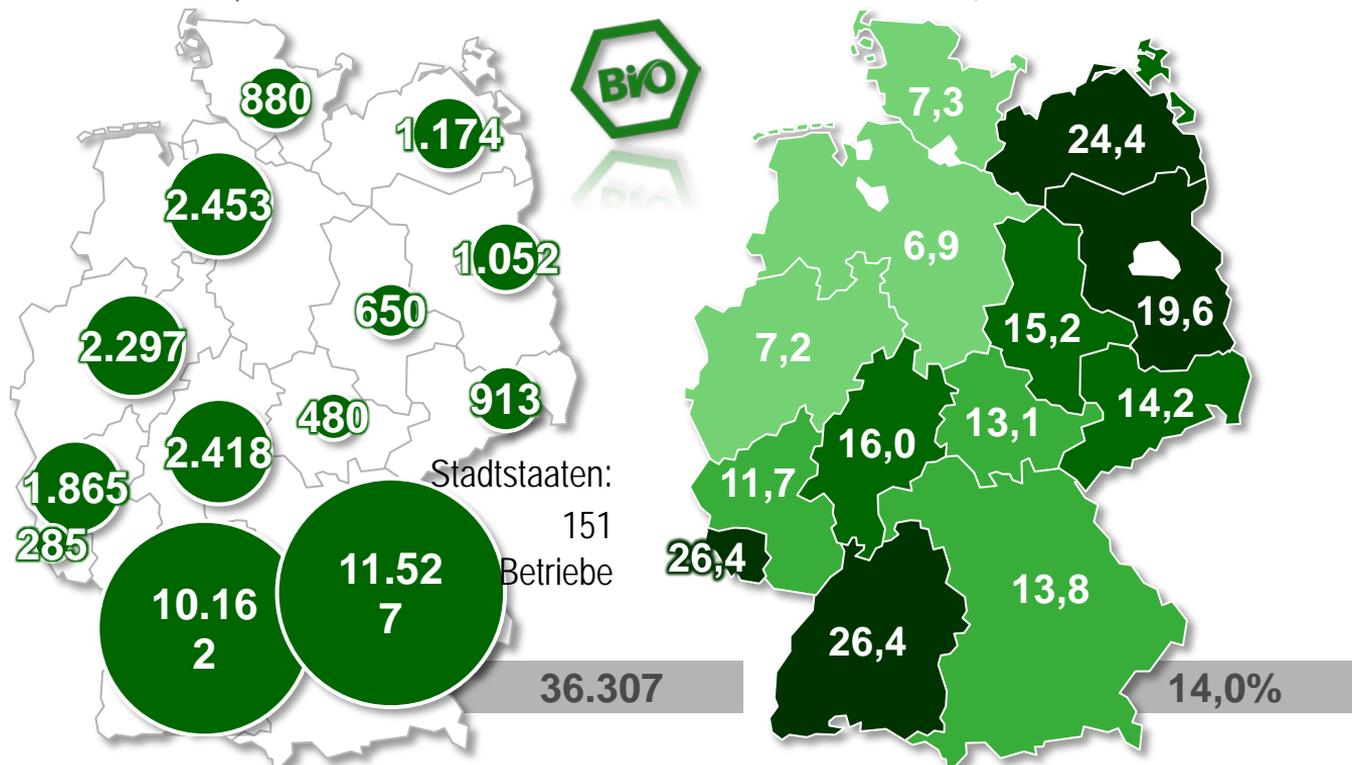


Deutschlands Bio-Betriebe 2020



Ökologisch bewirtschaftete Betriebe 2021, Anzahl

Anteile der landwirtschaftlichen Bio-Betriebe 2021, in %



Bio-Milch am stärksten gewachsen

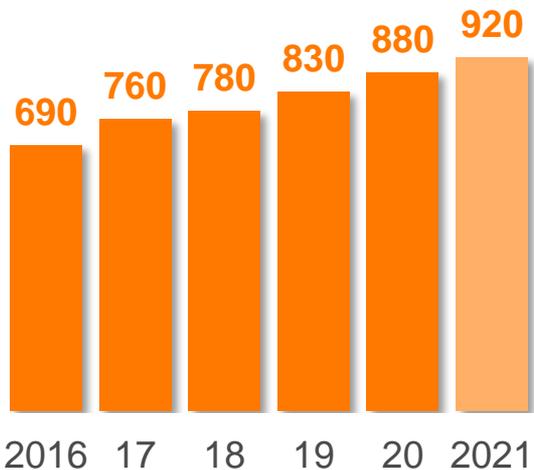


Bio-Produktion und Wachstum in Deutschland von 2016 bis 2021, in %

Bio-Grünland

in 1.000 ha

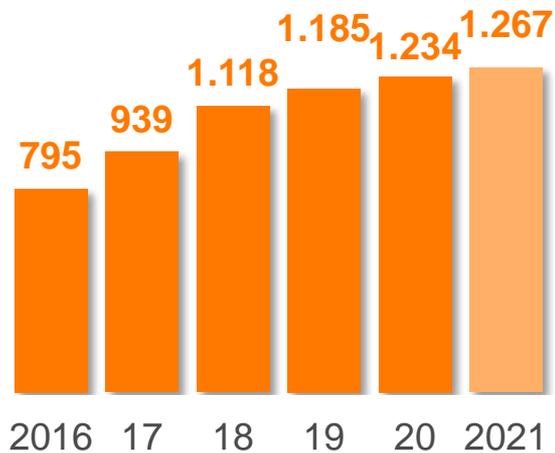
+ 33



Bio-Milch

in Mio. kg

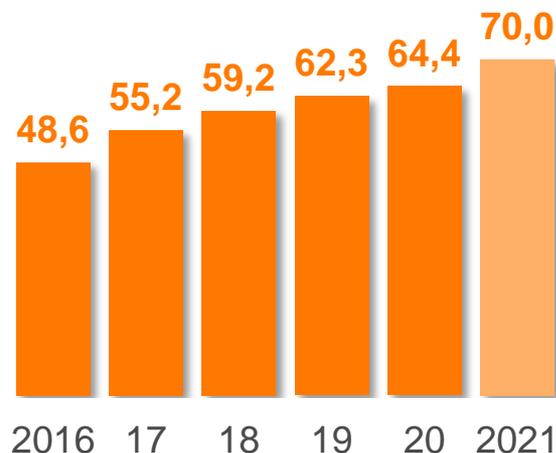
+ 59



Bio-Rindfleisch

in 1.000 t SG

+ 44



2021: AMI-Schätzung

Bio-Milchimitate erobern den Markt

Einkaufsmengen der privaten Haushalte an Bio-Milchimitaten in Deutschland, in Mio. l

AMI

+ 27 %

+ 8 %

- 47 %

+ 40 %

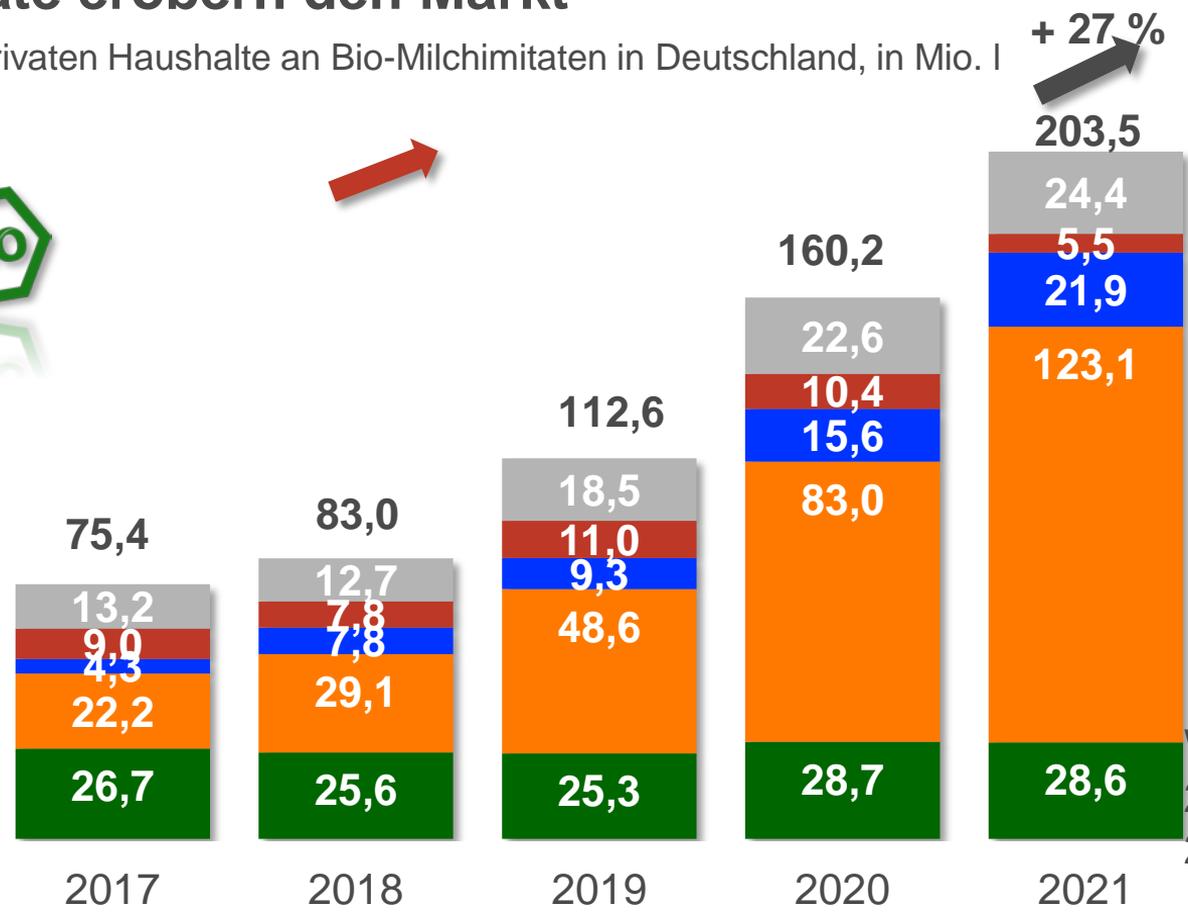
+ 48 %

+ -0 %

Wachstum
2021 ggü.
2020



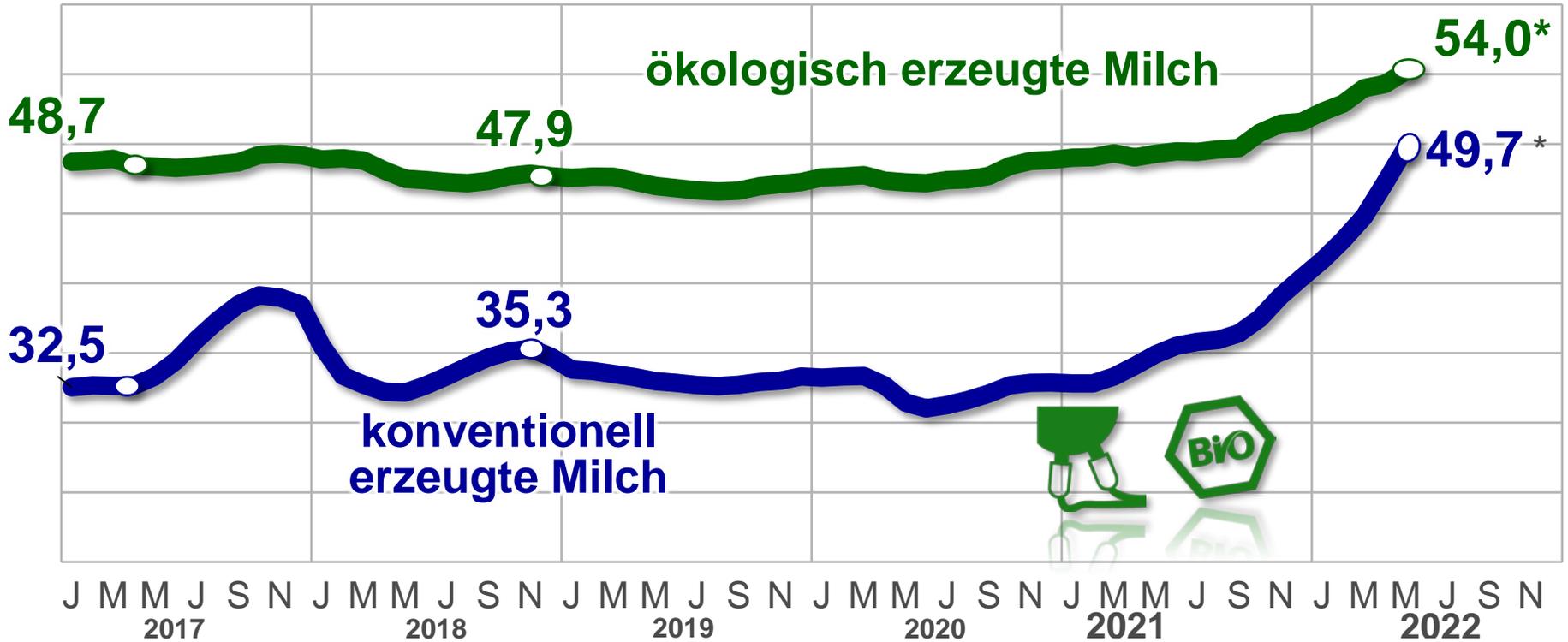
Sonstige
Reisdrink
Mandeldrink
Haferdrink
Sojadrink



Preisdifferenz nur noch sehr klein



Erzeugerpreise für Kuhmilch mit 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß,
ab Hof, Erzeugerstandort, Deutschland, in Ct/kg, ohne MwSt.



*Mai 2022: Schätzung AMI. Monatliche Werte ohne Nachzahlung.

Obst-, Gemüse-, Kartoffelernten schwanken

Bio-Produktion und Wachstum in Deutschland von 2015 bis 2020, in %



Bio-Obst

in 1.000 t

+ 21



Bio-Gemüse

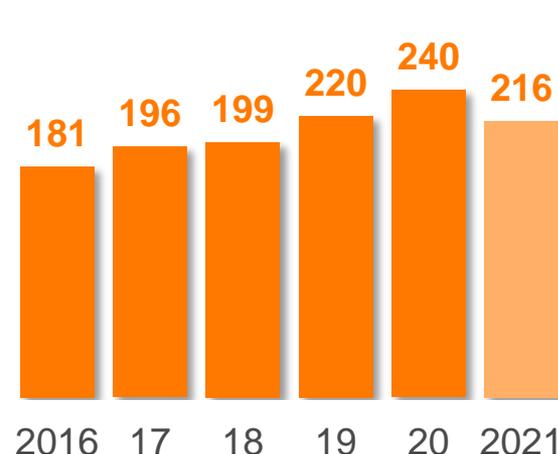
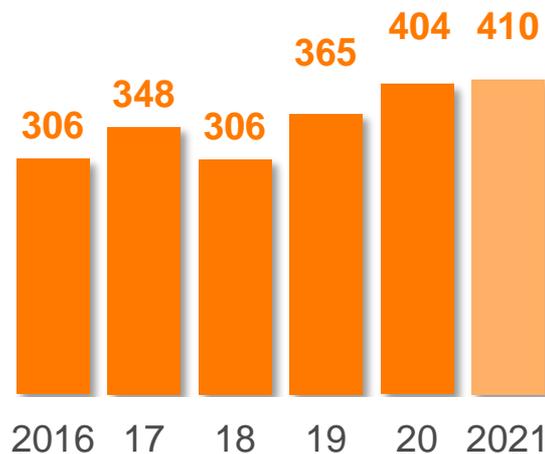
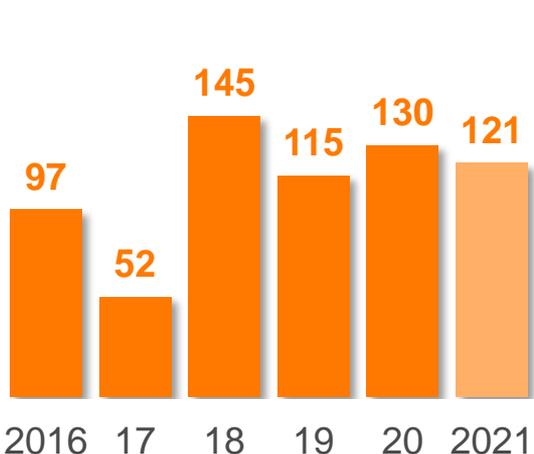
in 1.000 t

+ 34

Bio-Kartoffeln

in 1.000 t

+ 20

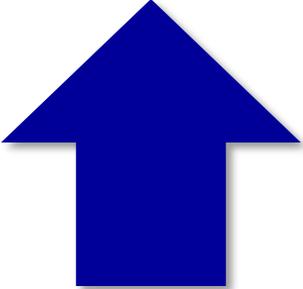


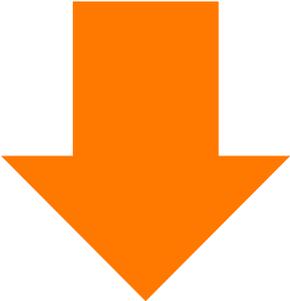
2021: AMI-Schätzung

Ausblick auf die weitere Bio-Marktentwicklung

Wichtige Einflussfaktoren auf den Bio-Markt in Deutschland, 2022

Wachstumstreibend:

- 
- A large, solid blue arrow pointing upwards, positioned to the left of the 'Wachstumstreibend' section.
- Hohe Haushaltsnachfrage – Treue Bio-Kunden
 - Handel will sich nach wie vor profilieren
 - Politischer Wille
 - Regionale Wertschöpfungsketten, Nachhaltigkeit, soziale Werte von Unternehmen und Unabhängigkeit vom Weltmarkt werden wichtiger

A large, solid orange arrow pointing downwards, positioned to the left of the 'wachstumshemmend' section.

wachstumshemmend:

- Hohe Energie- Arbeits- Transportkosten
- Hohe konventionelle Preise
- Verarbeiter können hohe Rohstoffpreise oft nicht in Produkten umsetzen
- Höhere Kosten für alle Lebensbereiche führt zu Kaufzurückhaltung und vermindert Kaufkraft der Konsumenten
- Geringe Aufpreise bremsen Umstellungsfreudigkeit

Wir sind für Sie da – sprechen Sie uns an.

Dr. Hans-Christoph Behr und Christine Rampold
Marktextperten Öko-Landbau

Tel. (0228) 33 80 5- 250 bzw. -271

Christine.Rampold@AMI-informiert.de

AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH
Dreizehnmorgenweg 10
53175 Bonn
www.AMI-informiert.de

Die Agrarmarkt Informations-Gesellschaft erstellt unabhängig und übergreifend aktuelle Fakten und Analysen für das gesamte Agribusiness.



natürlich informiert.