

Der deutsche Bio-Markt

Zahlen, Fakten, Analyse 2023

14. Februar 2023



Ihre Gesprächspartnerinnen und -partner



Diana Schaack

Marktanalytistin für Ökolandbau
Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI)



Klaus Braun

Inhaber und Geschäftsführer
Klaus Braun Kommunikationsberatung

Der deutsche Bio-Markt: Zahlen, Fakten, Analyse 2023

BIOFACH KONGRESS

14. FEBRUAR 2023

DIANA SCHAACK, AMI



natürlich informiert.

Ausgabendelle bei Bio-Lebensmitteln



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



Insgesamt

Sonstige Einkaufsstätten

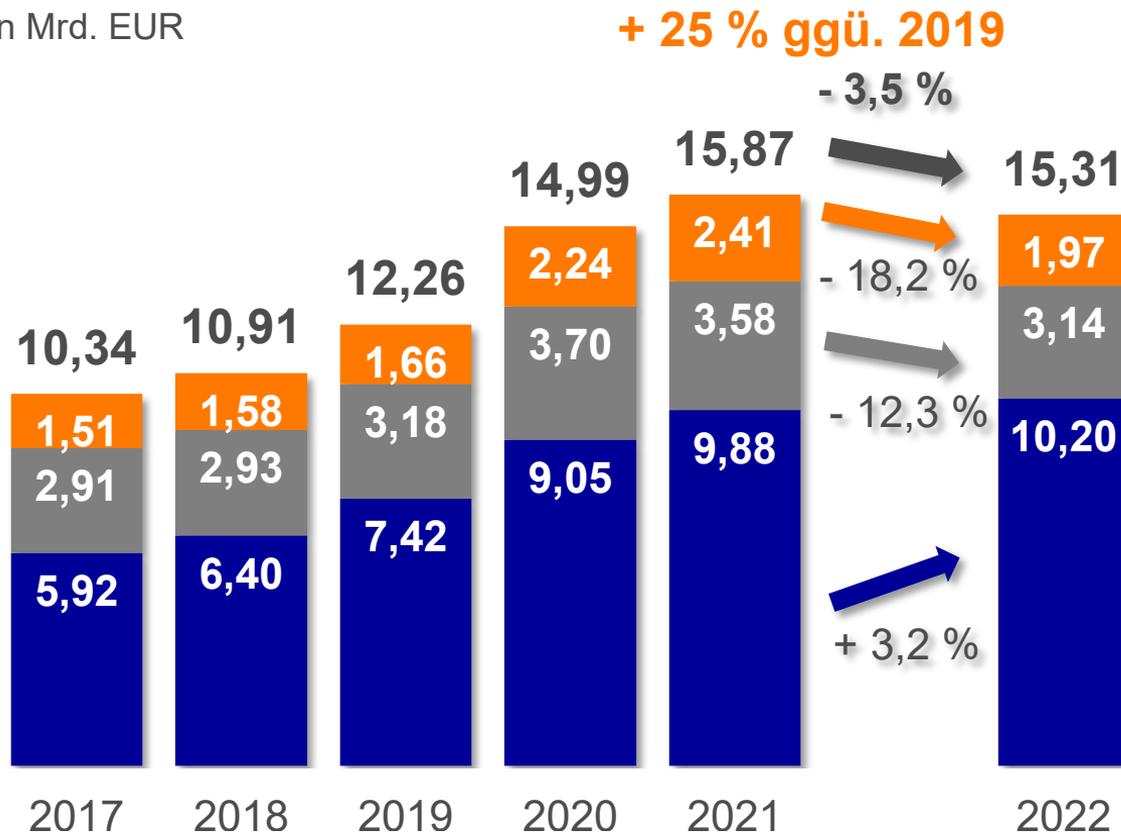
Bäckereien, Metzgereien, Obst/
Gemüse-Fachgeschäfte, Wochen-
märkte, Ab-Hof-Verkauf, Versand-
handel, Tankstellen, Reformhäuser

Naturkosthandel

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

Lebensmitteleinzelhandel

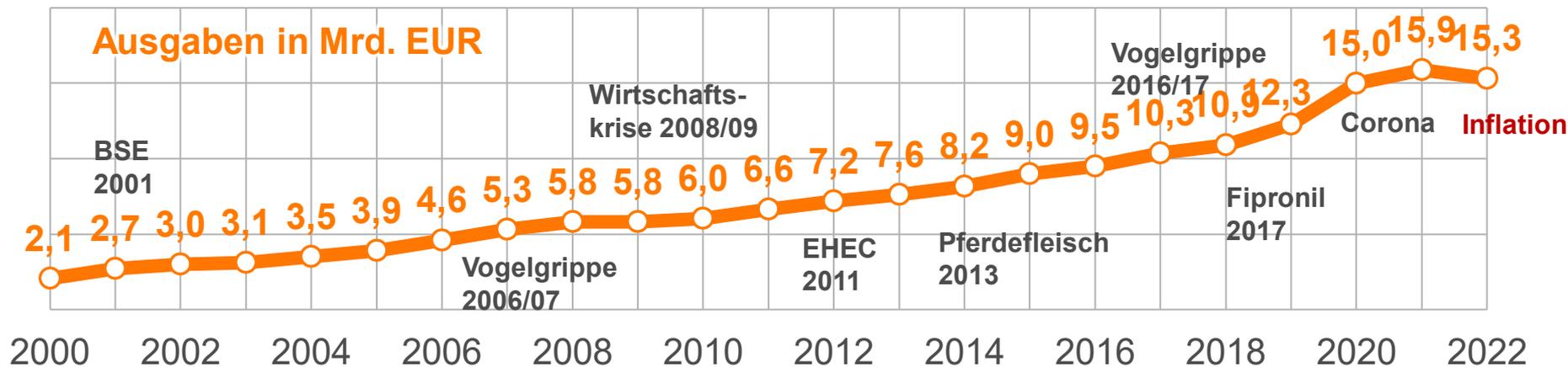
einschließlich Drogeriemärkte



Bio-Anteil an Lebensmittelausgaben geht bei Inflation zurück



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



Bio-Anteil an Lebensmittelausgaben

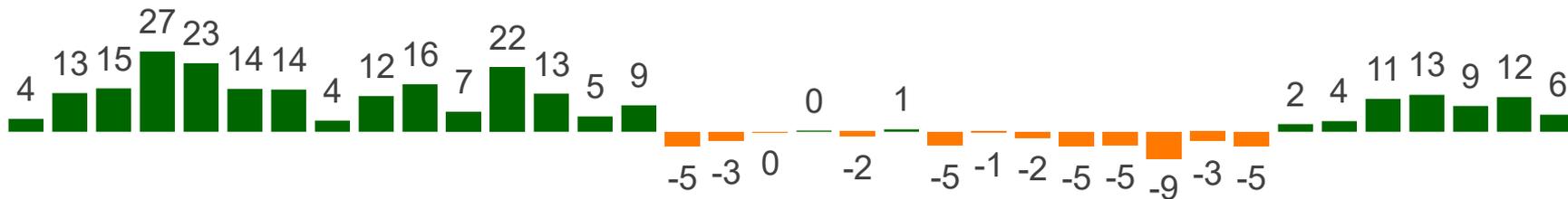


Monatliche Entwicklung der Ausgaben

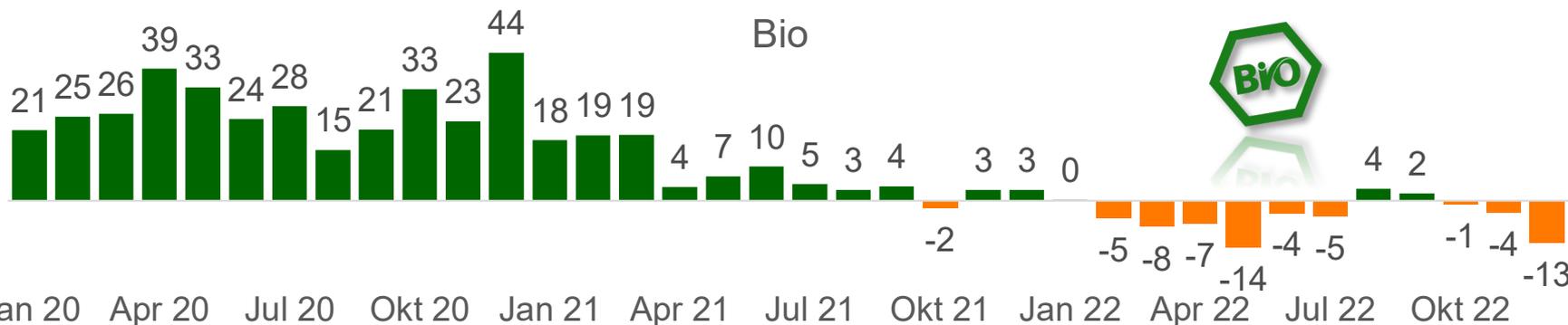


Ausgaben privater Haushalte für frische Lebensmittel¹⁾, in Deutschland, Veränderung gegenüber Vorjahr in %

Gesamtmarkt



Bio

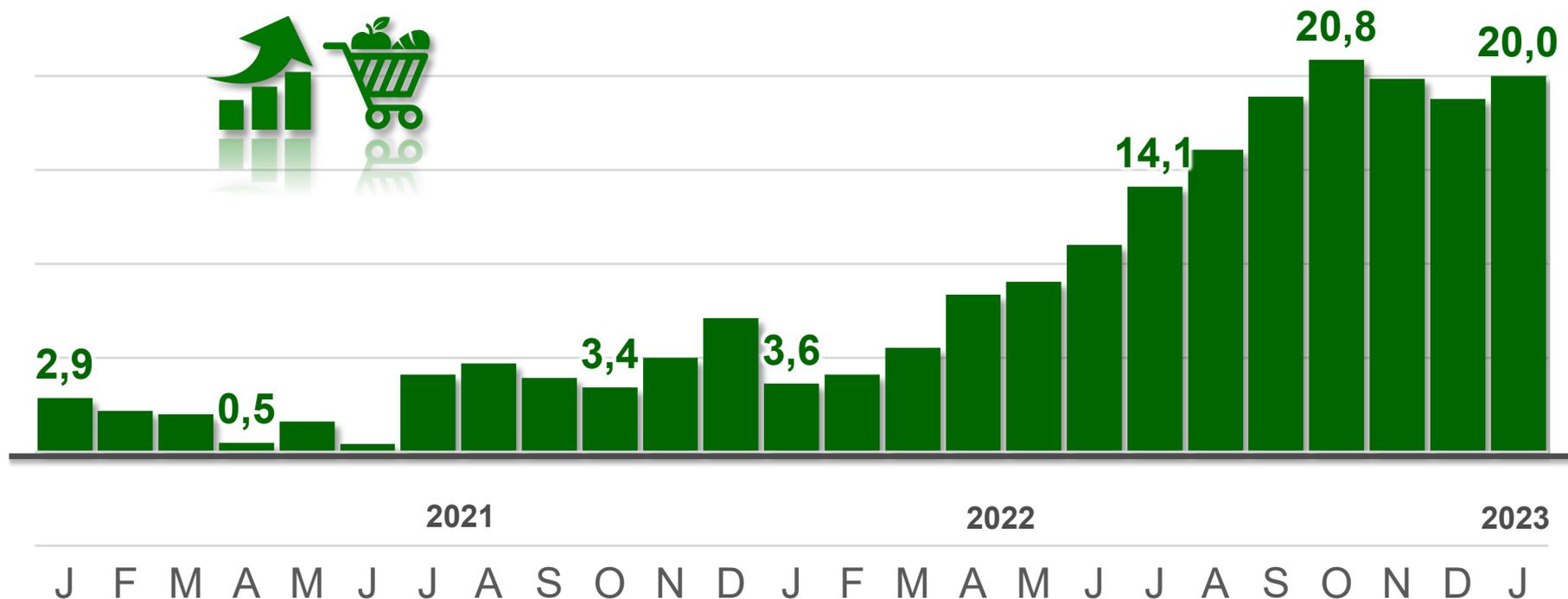


1) Obst, Gemüse, Kartoffeln, Fleisch, Wurst, Geflügel, Milchprodukte, Käse, Backwaren, Eier, pflanzliche Alternativen zu Fleisch, Wurst, Geflügel und Molkereiprodukten, Mehl, Zucker, Speiseöl und sonstige frische Lebensmittel.

AMI-Verbraucherpreisindex als Zeitreihe



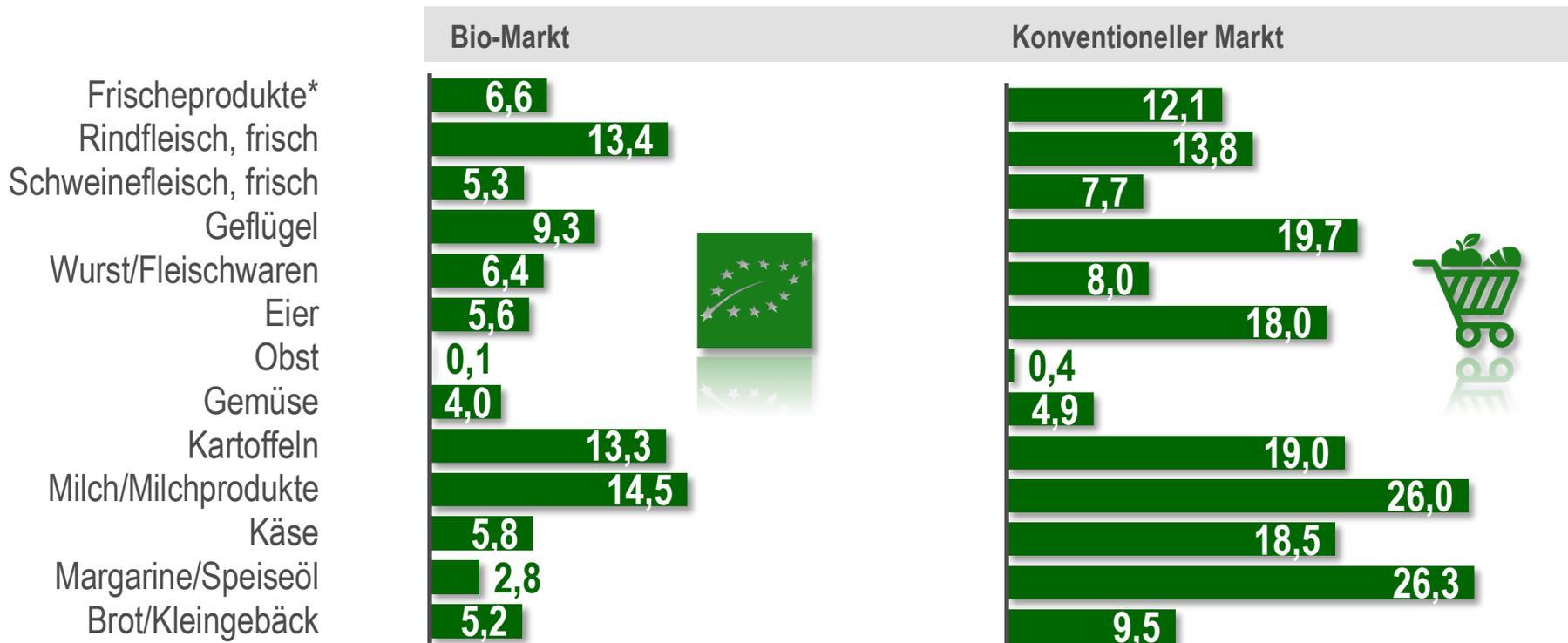
Summe aller konventionellen, frischen Lebensmittel im AMI-Frischeindex in Deutschland, Veränderungen in % gegenüber dem Vorjahresmonat



Verbraucherpreise steigen bei Bio weniger



Veränderungsraten der Verbraucherpreise für frische Lebensmittel¹⁾, bio und konventionell, in Deutschland, 2022 gegenüber 2021, in Prozent

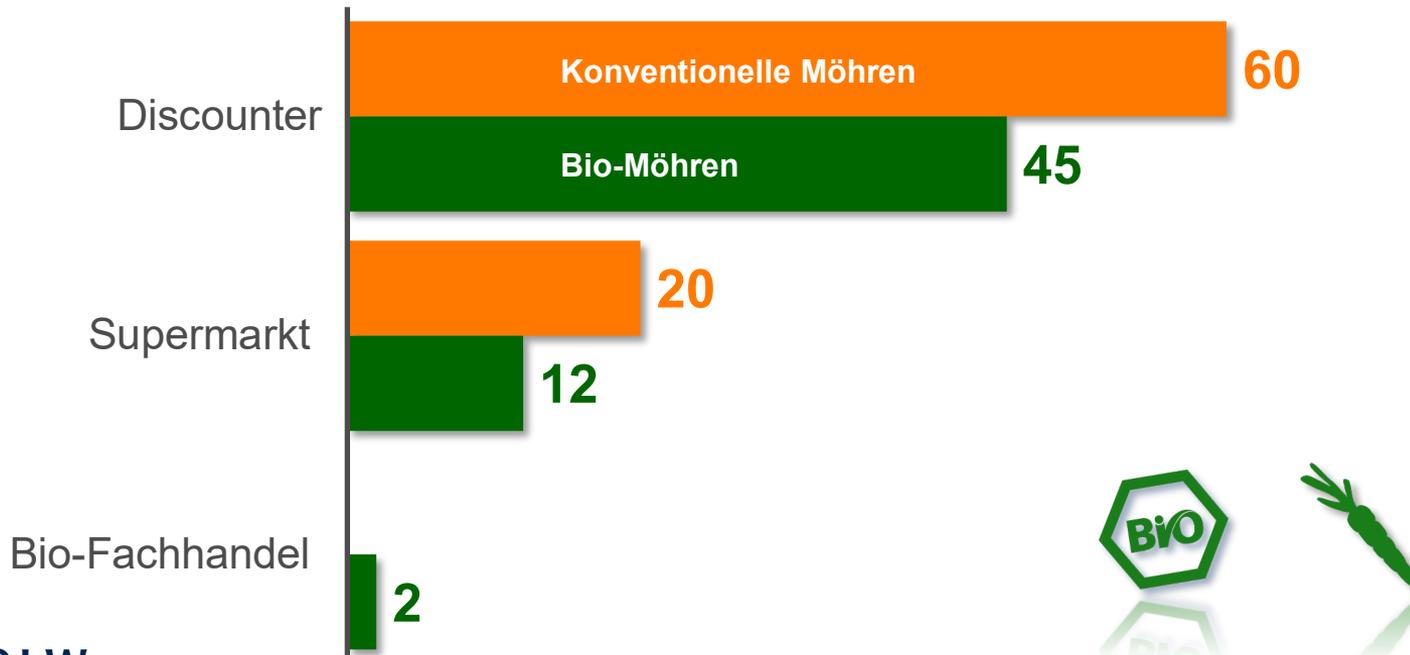


1) Summe aller aufgeführten Produkte.

Teurere Preise im Discount



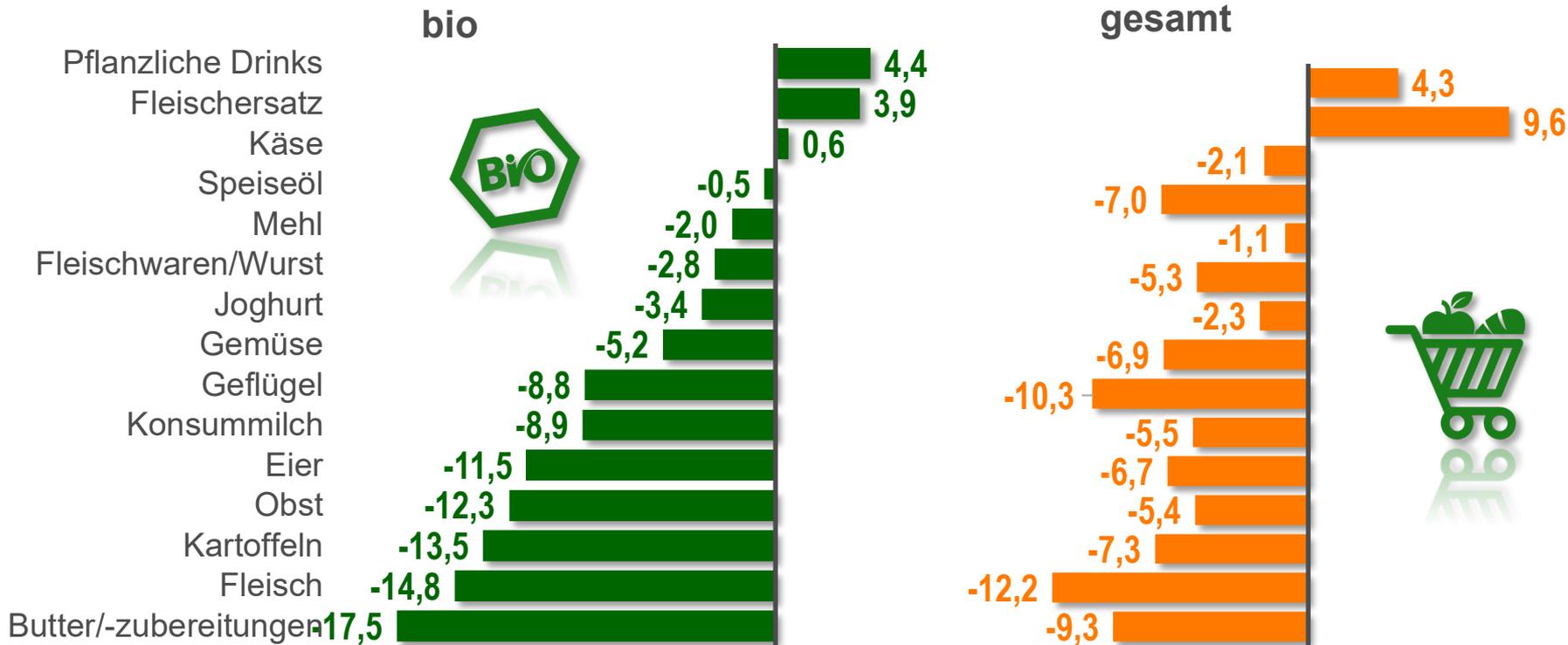
Verbraucherpreiserhöhungen für Möhren in unterschiedlichen Einkaufsstätten in Deutschland, Sep-Nov 2022 ggü. Sep-Nov 2021 in %



Bio schrumpft ähnlich wie Gesamtmarkt



Einkaufsmengen privater Haushalte in Deutschland, bio und konventionell, 2022, Veränderungen zum Vorjahr in %

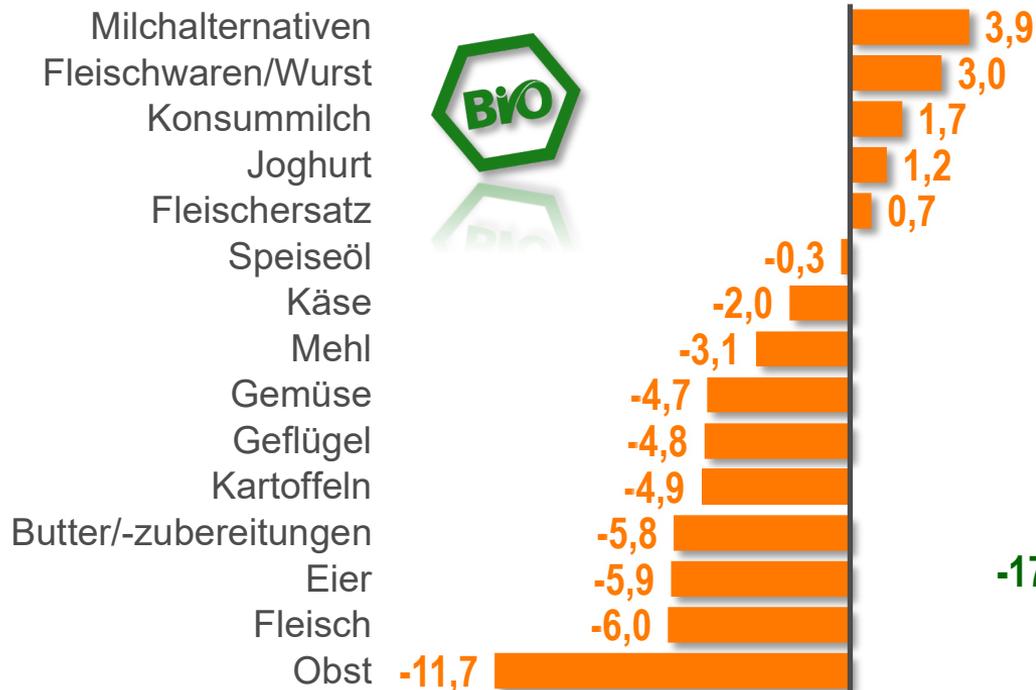


2022 sind nur noch wenige Produkt im Plus



Veränderung der Nachfrage und Ausgaben privater Haushalte in Deutschland nach Bio-Lebensmitteln, 2022 ggü. 2021 in %

Ausgaben



Einkaufsmengen



Riesenschritte gegenüber 2019

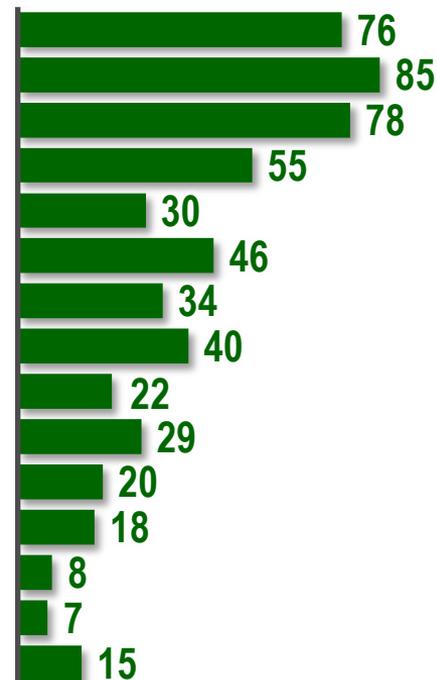


Veränderung der Nachfrage und Ausgaben privater Haushalte in Deutschland nach Bio-Lebensmitteln, **2022 ggü. 2019** in %

Ausgaben



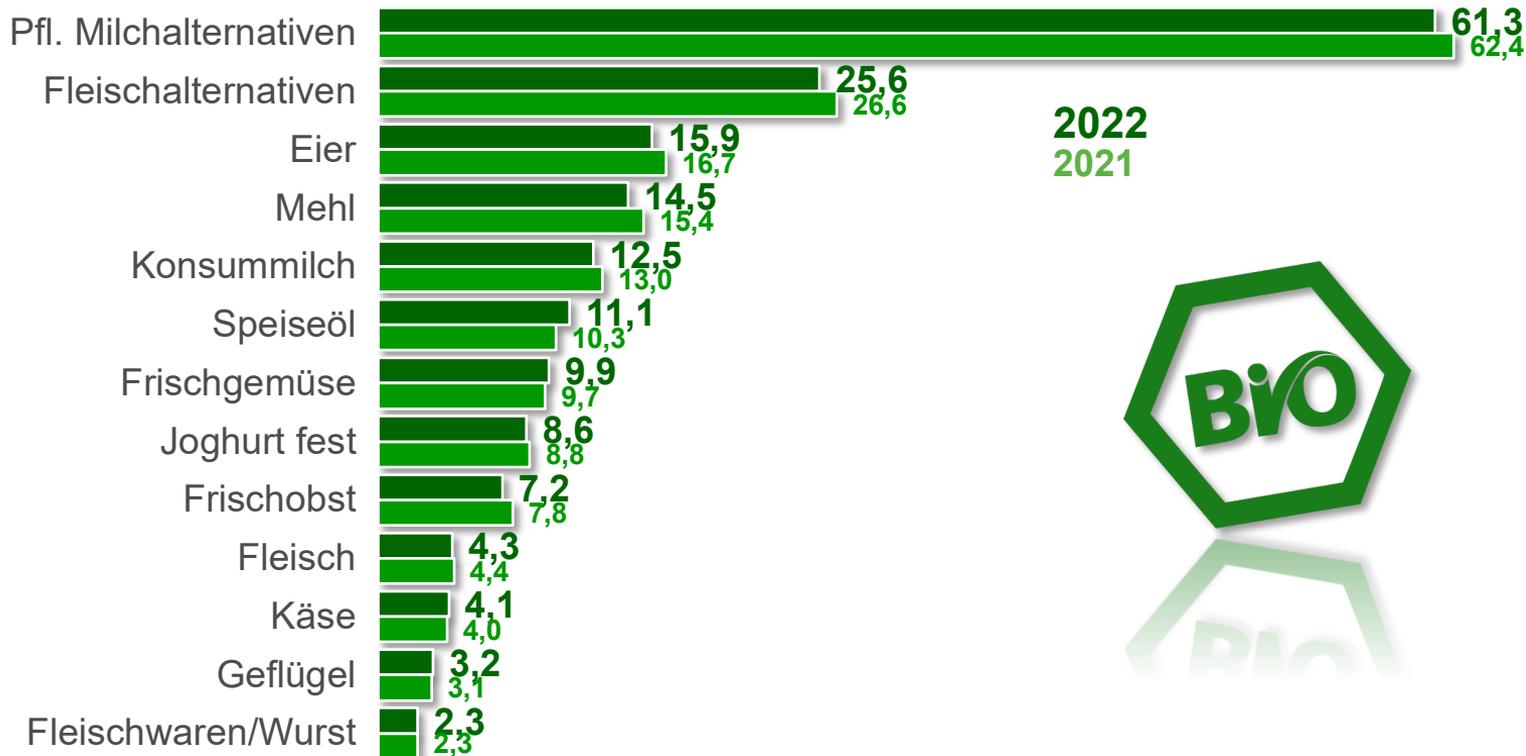
Einkaufsmengen



Bio-Anteil bei den manchen Lebensmitteln 2022 rückläufig



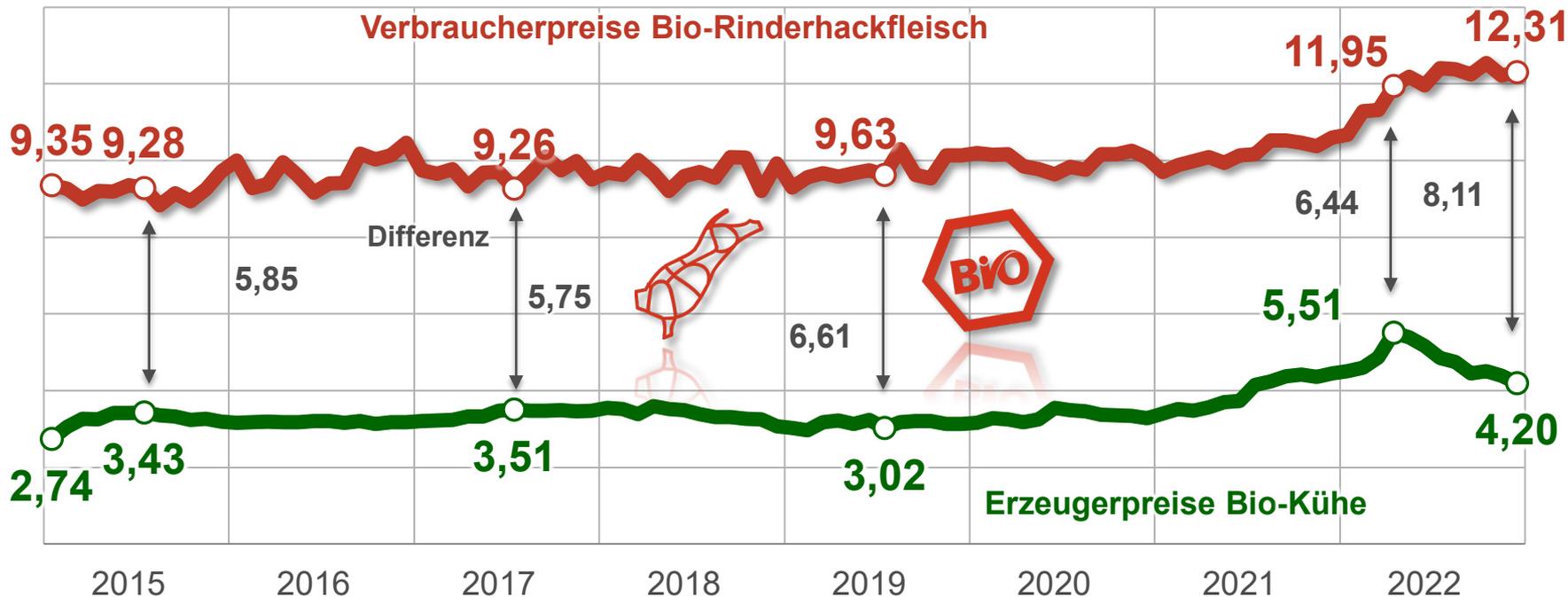
Einkaufsmengen privater Haushalte an Lebensmitteln aus ökologischer Erzeugung in Deutschland, Anteile in %



Bio-Rindfleisch für Verbraucher teurer



Erzeugerpreise für Bio-Kühe* und Verbraucherpreise für Bio-Rinderhackfleisch (frisch)**, in Deutschland, Monatsmittel in EUR/kg

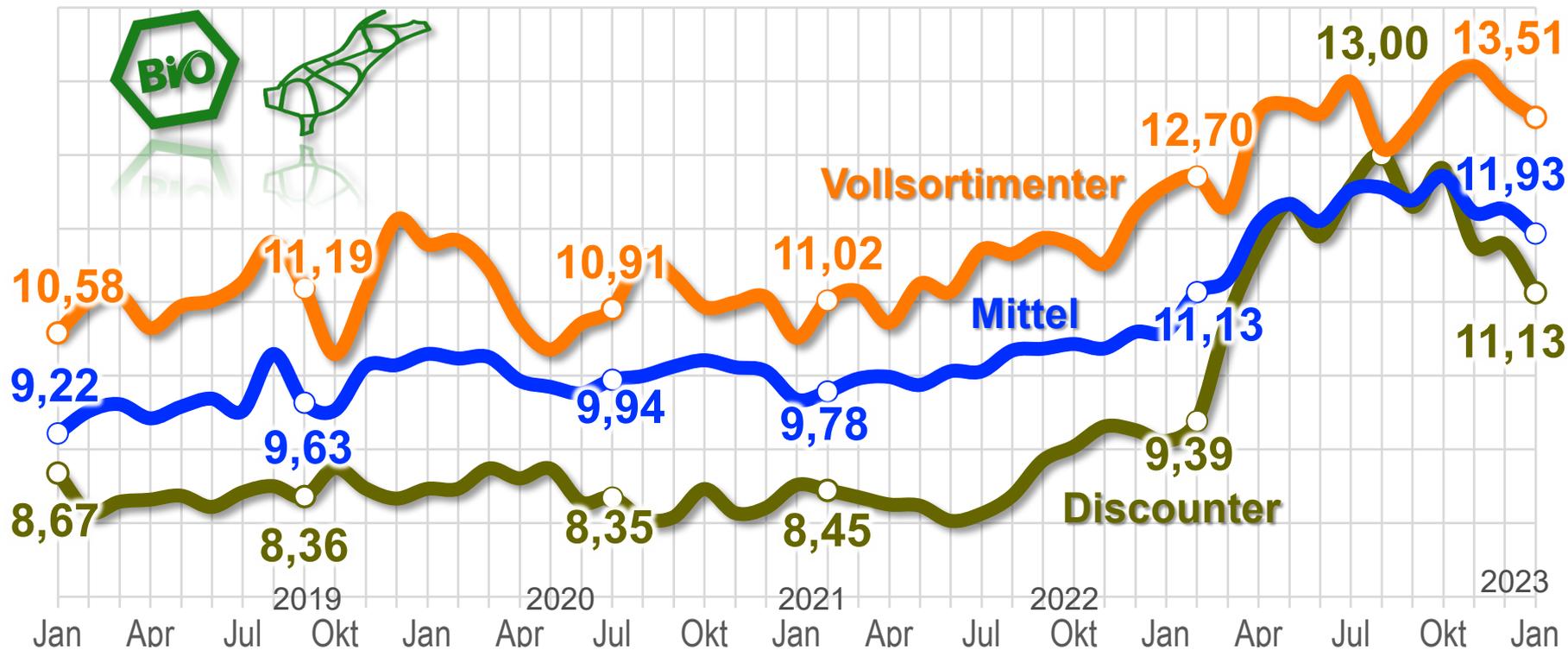


* In EUR/kg SG ohne MwSt., ** in EUR/kg mit MwSt.

Verbraucherpreise im Discounter ziehen an



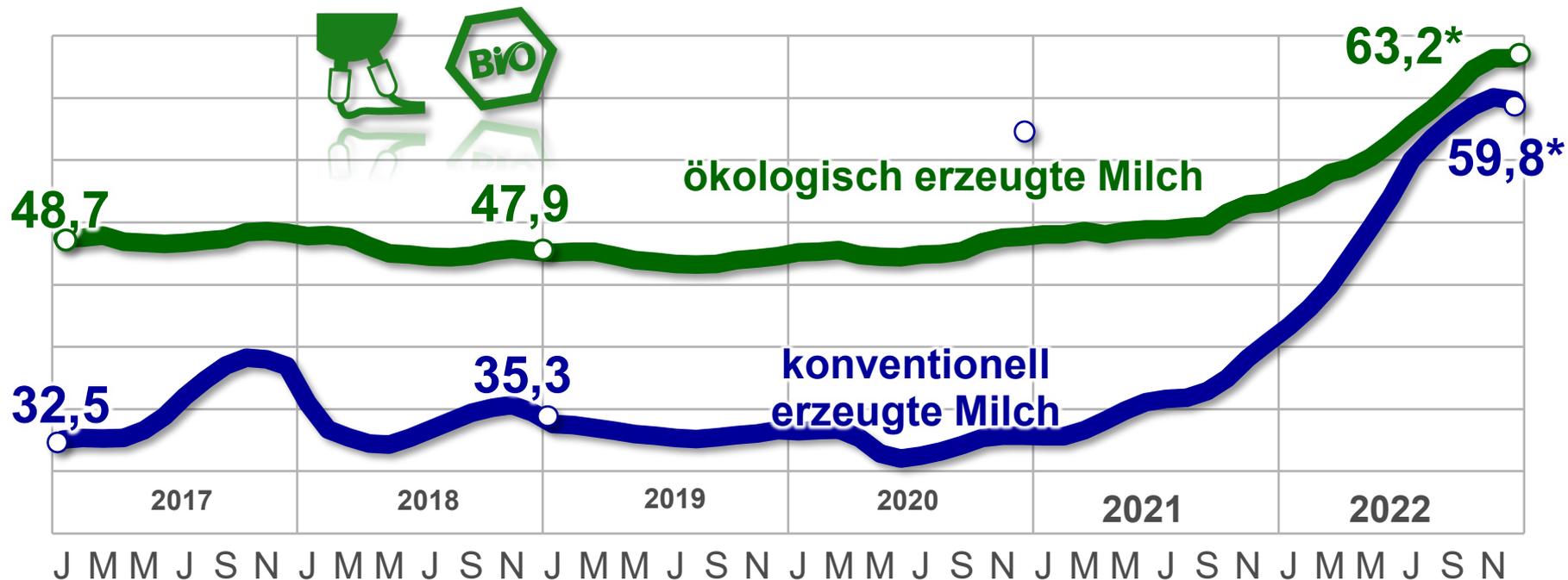
Verbraucherpreise für Bio-Rinderhackfleisch nach Geschäftstypen, in Deutschland, in EUR je kg



Anstieg der Erzeugerpreise gestoppt



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

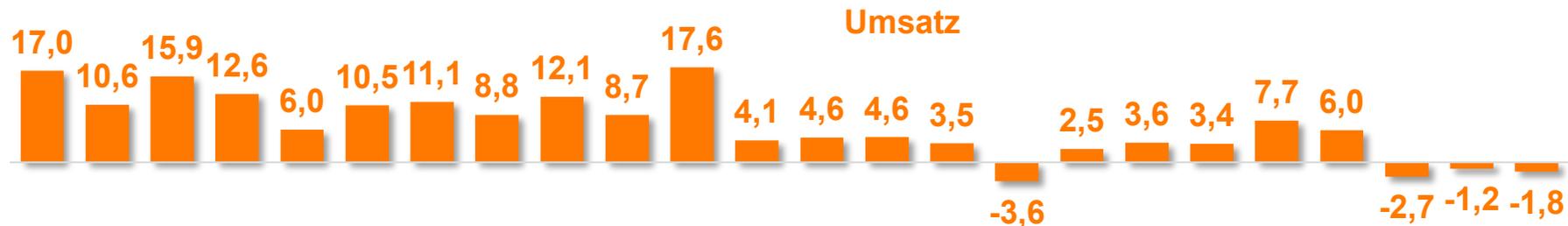
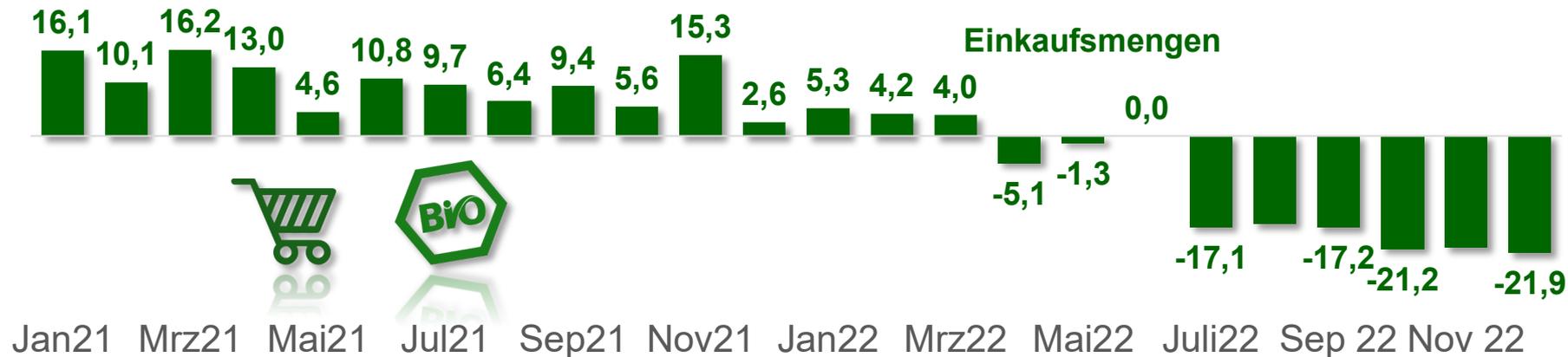


* Dezember 2022: Schätzung AMI. Monatliche Werte ohne Nachzahlung.

Bio-Milchnachfrage rutscht ins Minus



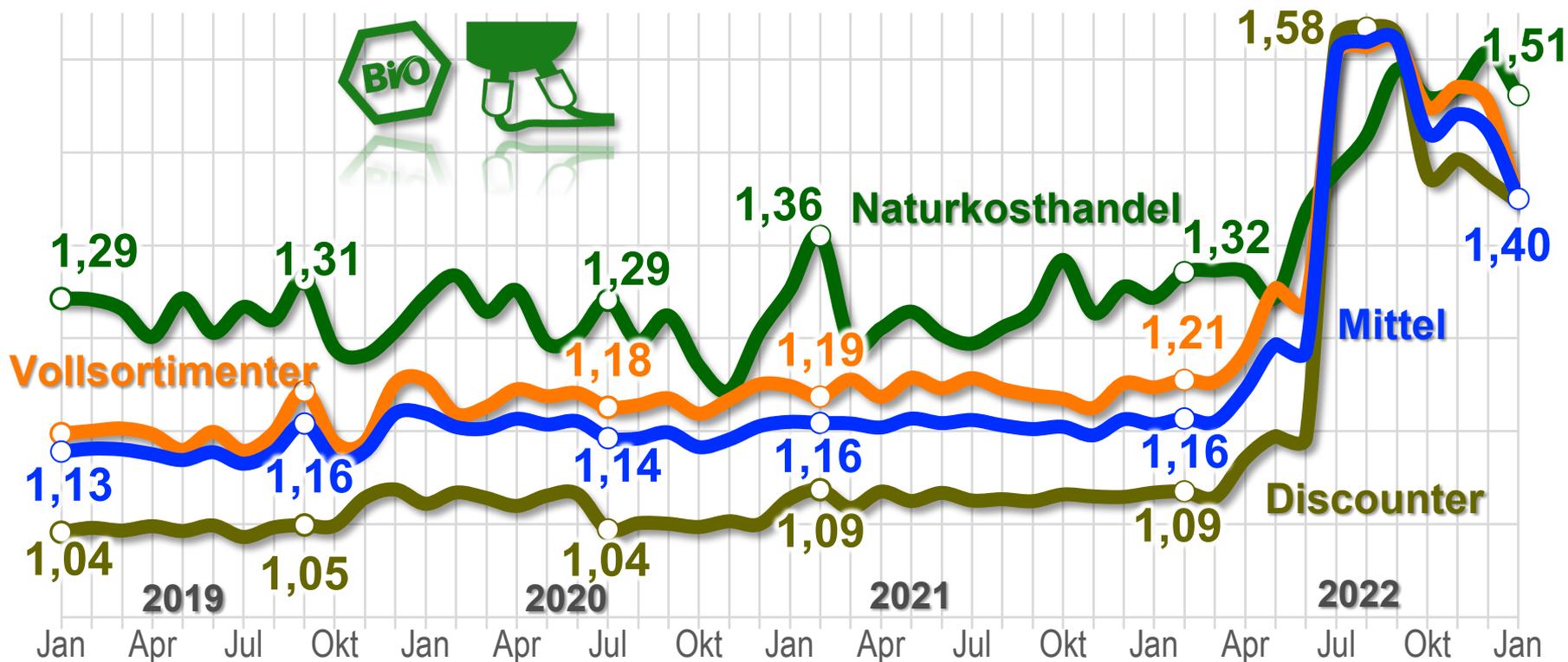
Einkaufsmengen und Umsatz der privaten Haushalte mit Bio-Trinkmilch in Deutschland, Veränderung gegenüber Vorjahr in %



Verbraucherpreise für Bio-Milch sinken wieder



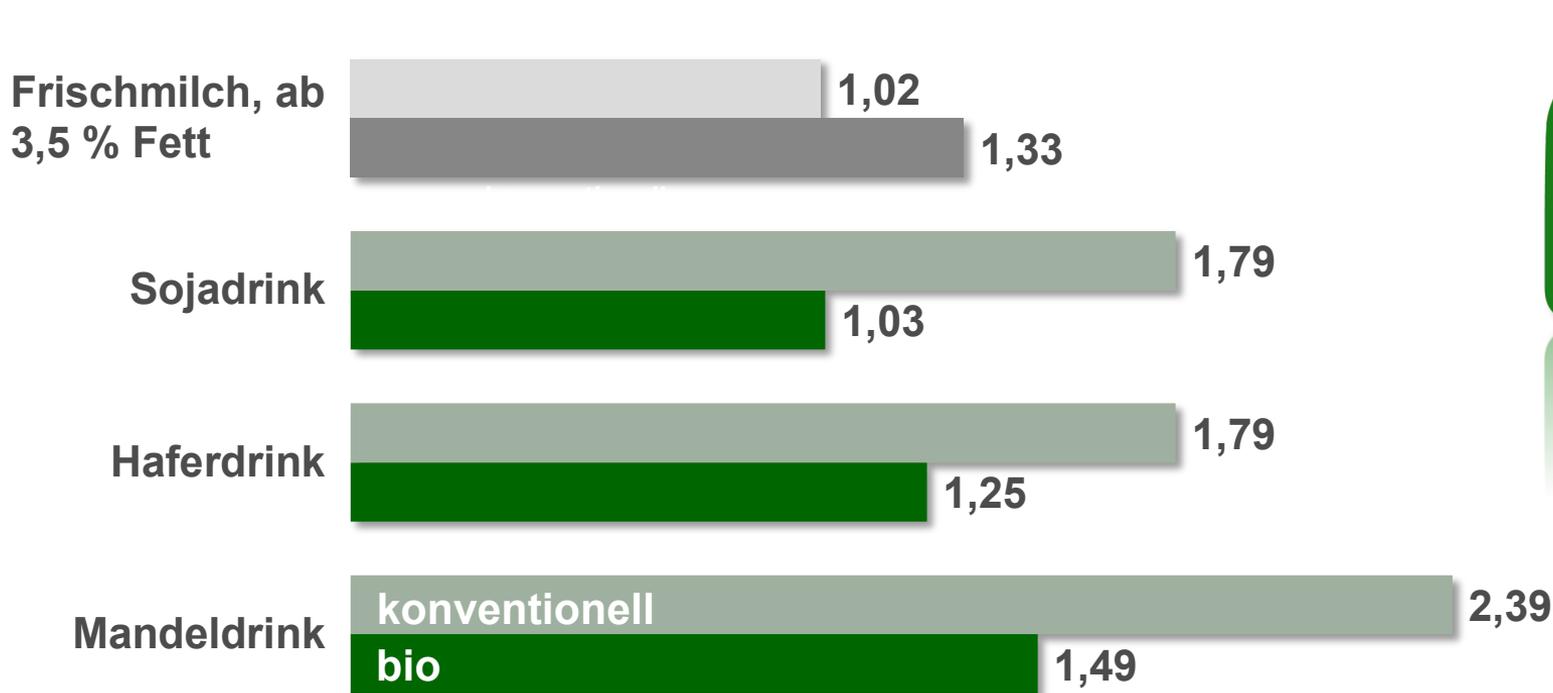
Verbraucherpreise für Bio-Frischmilch (ab 3,5 % Fett) nach Geschäftstypen, in Deutschland, in EUR je l



Preisvergleich von Milch und Milchersatz



Durchschnittliche Verbraucherpreise für ausgewählte Milchalternativen und Frischmilch in EUR/Liter, 2022



Öko-Fläche 2022 weiter leicht gewachsen



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



Anbaufläche in 1.000 ha



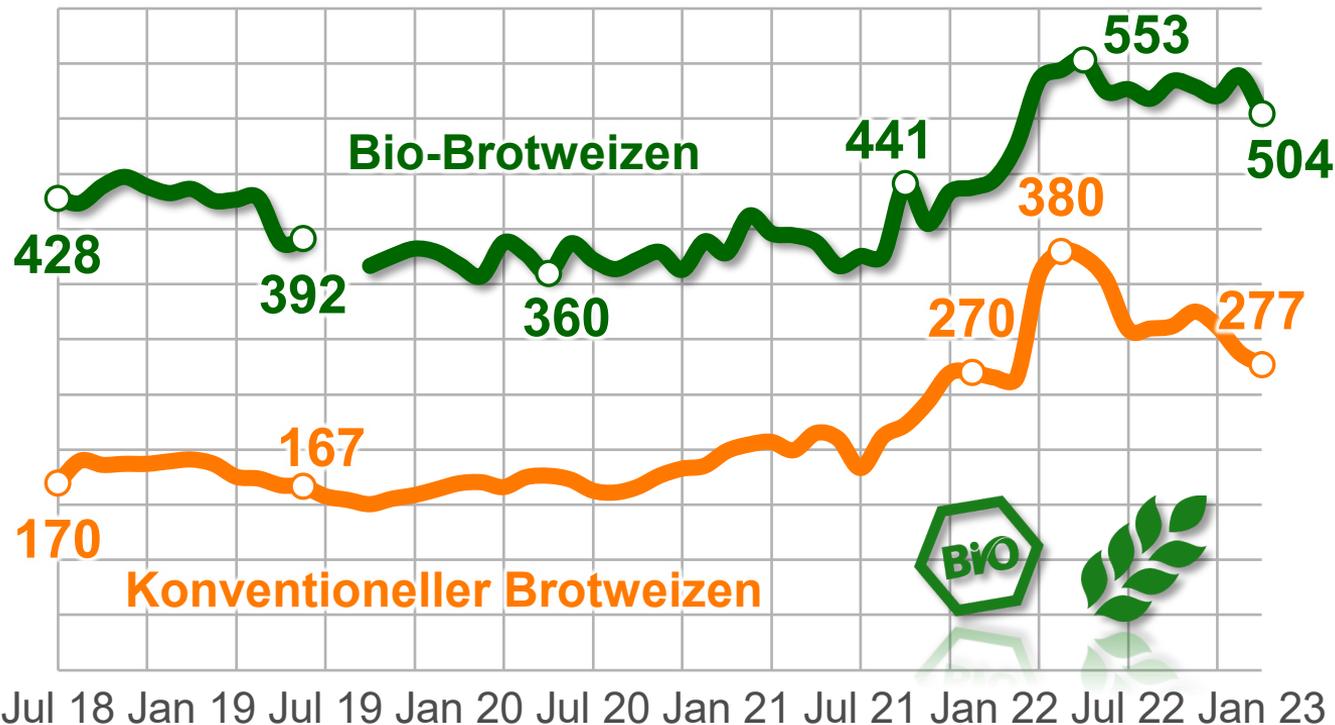
25 % Öko-Landbau 2030 (EU-Ziel) erfordert 190.000 ha Umstellungsfläche (9%) p.a. auf 4,2 Mio. ha

30 % Öko-Landbau 2030 (deutsches Ziel) erfordert 280.000 ha Umstellungsfläche (15%) p.a. auf 5,1 Mio. ha

Konventionelles Preishoch beflügelt Bio-Preise



Erzeugerpreise für Brotweizen bio und konventionell in Deutschland,
lose Ware, frei Verarbeiter/Mühle, in EUR/t, bis Januar 2023

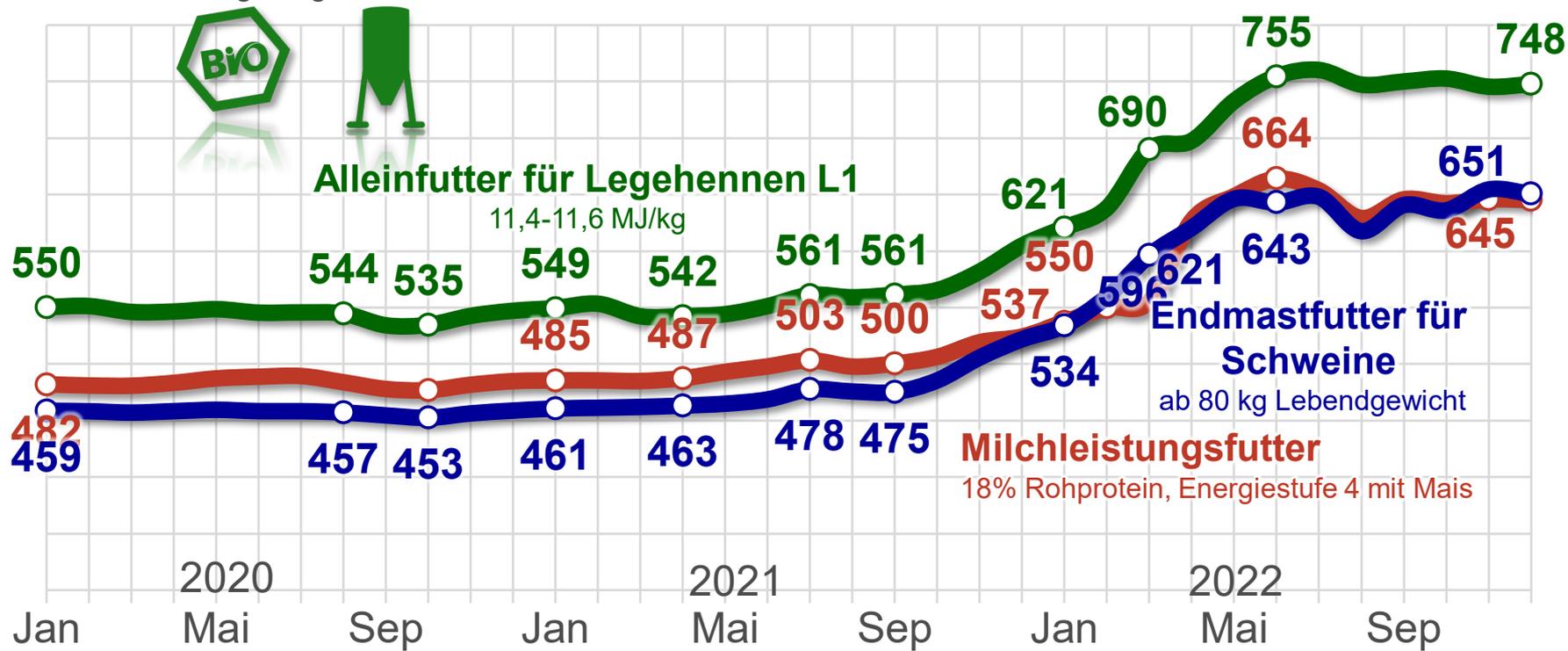


- Stabile Erntemenge
2022: - 1,23 Mio. t
- Mehr Dinkel
- Weniger Hafer und Triticale
- Preise seit Frühjahr bei fast allen Kulturen gestiegen (außer Hafer und Dinkel) durch konventionelles Preishoch und knappe Versorgung gestiegen
- Seit Winter Preisrückgänge

Bio-Mischfutterpreise auf hohem Niveau stabil



Einkaufspreise der Erzeuger für Bio-Mischfuttermittel Verbandsware, in Deutschland, in EUR/t ohne MwSt., frei Hof im gewogenen Bundesmittel



Abgabepreise an die Landwirtschaft (keine Terminware), mind. 3 t bzw. volle Fahrzeugzelle.

Wir sind für Sie da – sprechen Sie uns an.

Diana Schaack
Marktanalystin Öko-Landbau

Tel. (0228) 33 80 5-270

Diana.Schaack@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.

- **Entwicklungen im BIO-FACHHANDEL 2022**

Zahlen, Fakten, Analyse 2023

von Klaus Braun

Branchenentwicklung und Marktumfeld

„Weiter so“ ist überholt als tragfähiges Erfolgskonzept für den Naturkost-Fachhandel!

Ausgangsbasis bis vor wenigen Jahren:

- Themen wie „bewusste Ernährung“ und „Nachhaltigkeit“ wurden zunehmend zu einem gesellschaftlichen Bedürfnis
- Die „Bio-Bewegung“ als Pionier und Vorreiter profitierte von diesem Trend!
- Wachstumszahlen von 5-10 % im Naturkosthandel waren bis vor kurzem „normal“

→ **Das Geschäftsmodell: „Bio-Produkte im Fachhandel verkaufen“ war durchgängig erfolgreich!**

Entwicklung in den vergangenen Jahren:

- Die Naturkostbranche hat das Alleinstellungsmerkmal verloren, „Bio“ zu verkaufen.
- Immer mehr Unternehmen außerhalb des Fachhandels greifen diesen Trend auf; zunehmende Konkurrenz durch Bio-Sortimente und Bio-Handelsmarken im LEH, bei den Discountern und im Online-Vertrieb.
- Vielfältige neue Herausforderungen im Marketing (Influencer / Online Marketing / Facebook u.a.)
- Ereignisse und Entwicklungen im Verlauf der Corona-Pandemie brachten vieles ‚Gewohnte‘ erheblich durcheinander.
- Der Krieg in der Ukraine hat dramatische Folgen: zweistellige Umsatzeinbrüche (infolge veränderten Kaufverhaltens) und massive Kostensteigerungen (Energiekrise plus Inflation) führen zu massiven Ergebnisverlusten (bis zur Existenzkrise).
- Vorhandene finanzielle Reserven sind aufgebraucht; die wirtschaftliche Basis vieler Biohändler ist bedroht.

→ **Bis vor kurzem erfolgreiche Geschäftsmodelle müssen überprüft (und ggf. schnell erneuert) werden!**

→ Chancen ja - mit neuen Konzepten und Strategien! (→ zukunftfähiges Alleinstellungsmerkmal ?)

Marktvolumen Naturkostfachhandel insgesamt

Zehnjahres - Zeitraum 2011 bis 2021 // 2022

Früher - 2011

Pro-Kopf-Ausgaben für Bio-Lebensmittel liegen bei 83 €, davon werden 26 € im Naturkostfachhandel ausgegeben.

Vorjahr - 2021

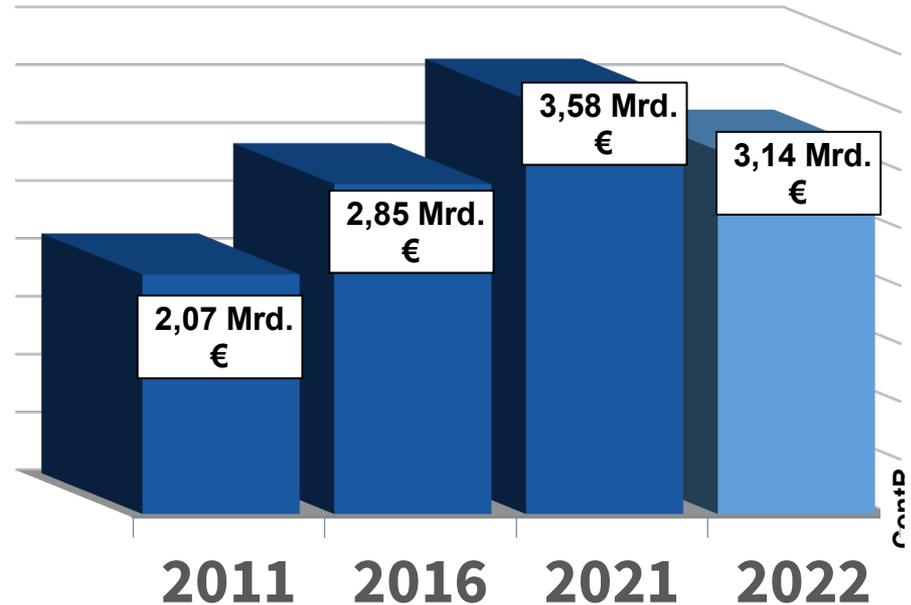
Pro-Kopf-Ausgaben für Bio-Lebensmittel liegen bei 190 €, davon werden 43 € im Naturkostfachhandel ausgegeben.

Heute - 2022

Pro-Kopf-Ausgaben für Bio-Lebensmittel liegen bei 178 €, davon werden 37 € im Naturkostfachhandel ausgegeben

Erkennbare Markt-Tendenzen

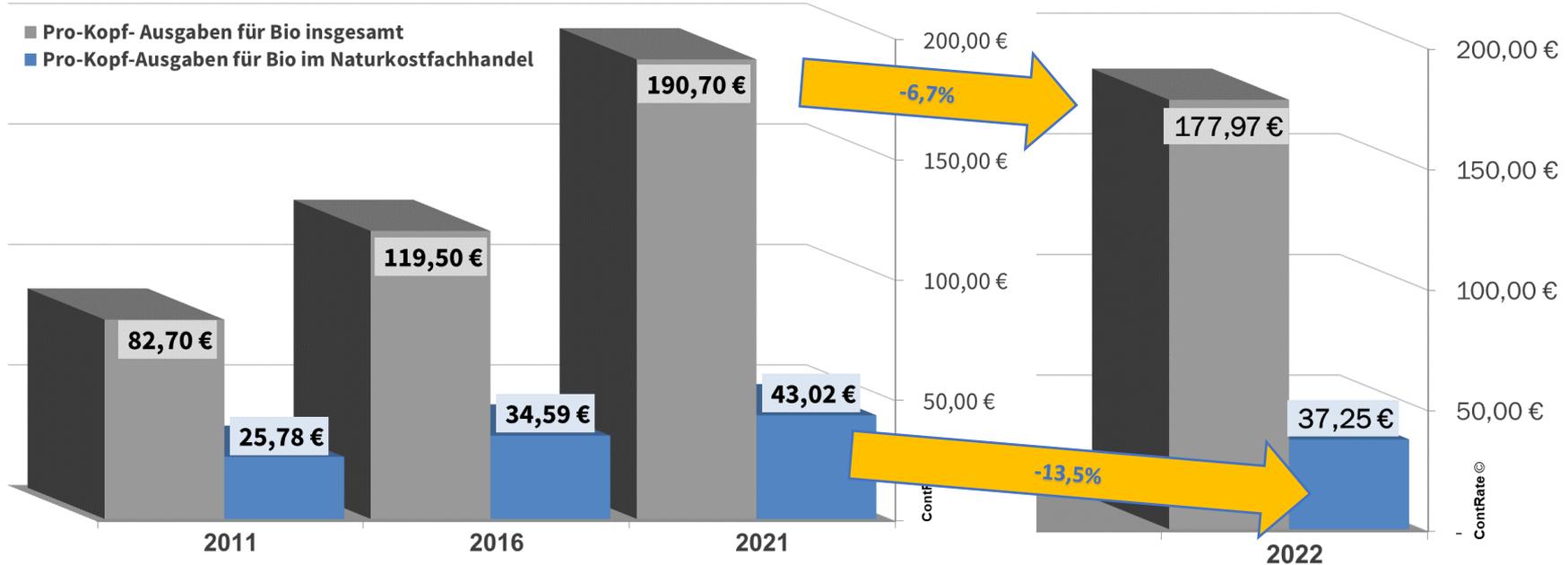
Der Anteil des Fachhandels am Bio-Lebensmittel-Umsatz wird sukzessive geringer: Im ‚Boom-Jahr‘ 2020 stieg der Bio-Umsatz im LEH um 22%, im Fachhandel um 16,4%.



- Der trad. LEH legt (anders als der Bio-Fachhandel) 2022 mit Bio weiter zu:
- Bio Umsatz LEH 2022 plus 3,2%; Bio-Fachhandel 2022 minus 12,3%
- Konsequenz: Der Bio-Umsatz im gesamten Handel sinkt um 3,5%.

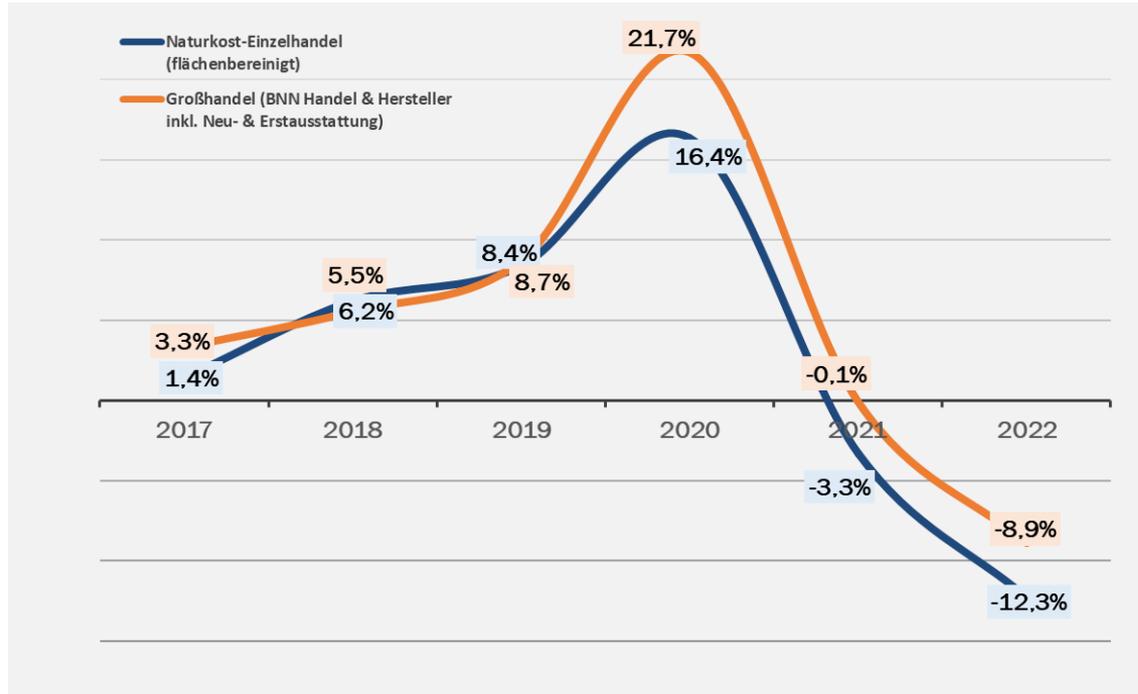
Marktentwicklung - Pro-Kopf-Ausgaben für Bio

Zehnjahres - Zeitraum 2011 bis 2021 // 2022



Branchenentwicklung Naturkostfachhandel

Umsatzbarometer – Entwicklung 2017 - 2022

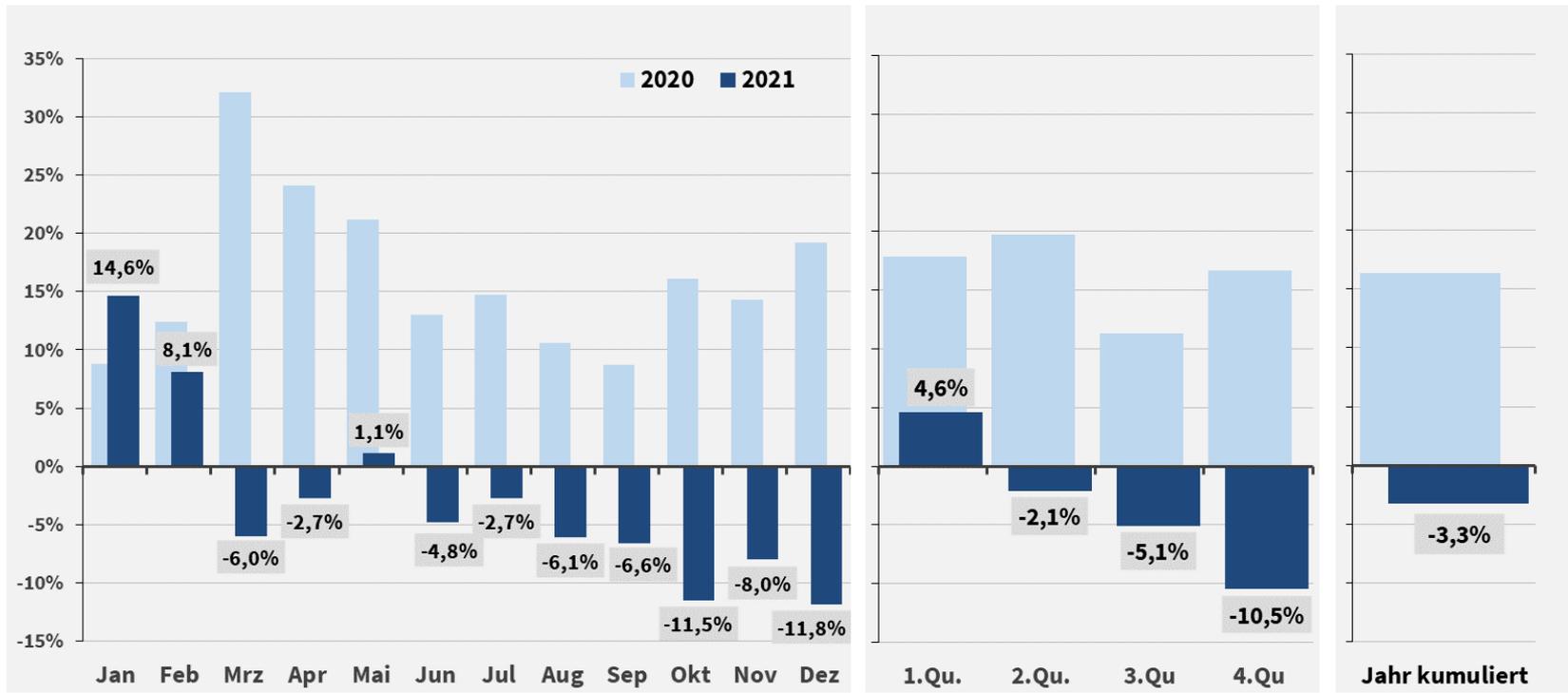


kumul.
Zuwachs
2017 -
2022
13,6%

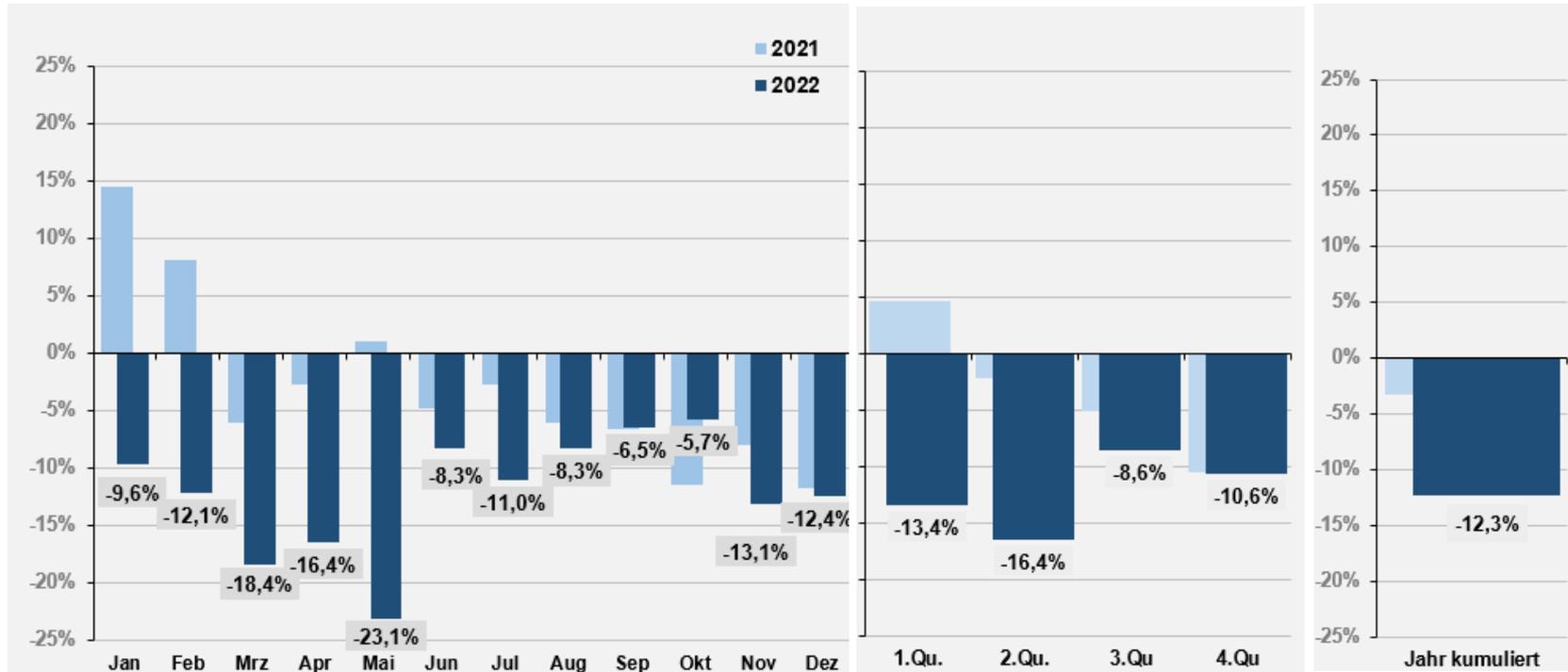
kumul.
Zuwachs
2017 -
2022
27%

- Strukturveränderung hält an: kleine Läden schließen, große eröffnen neu.
- Gesamtzahl der Läden sinkt um 2% (50 Läden weniger als im Vorjahr).

Umsatzentwicklung Naturkostfachhandel 2021

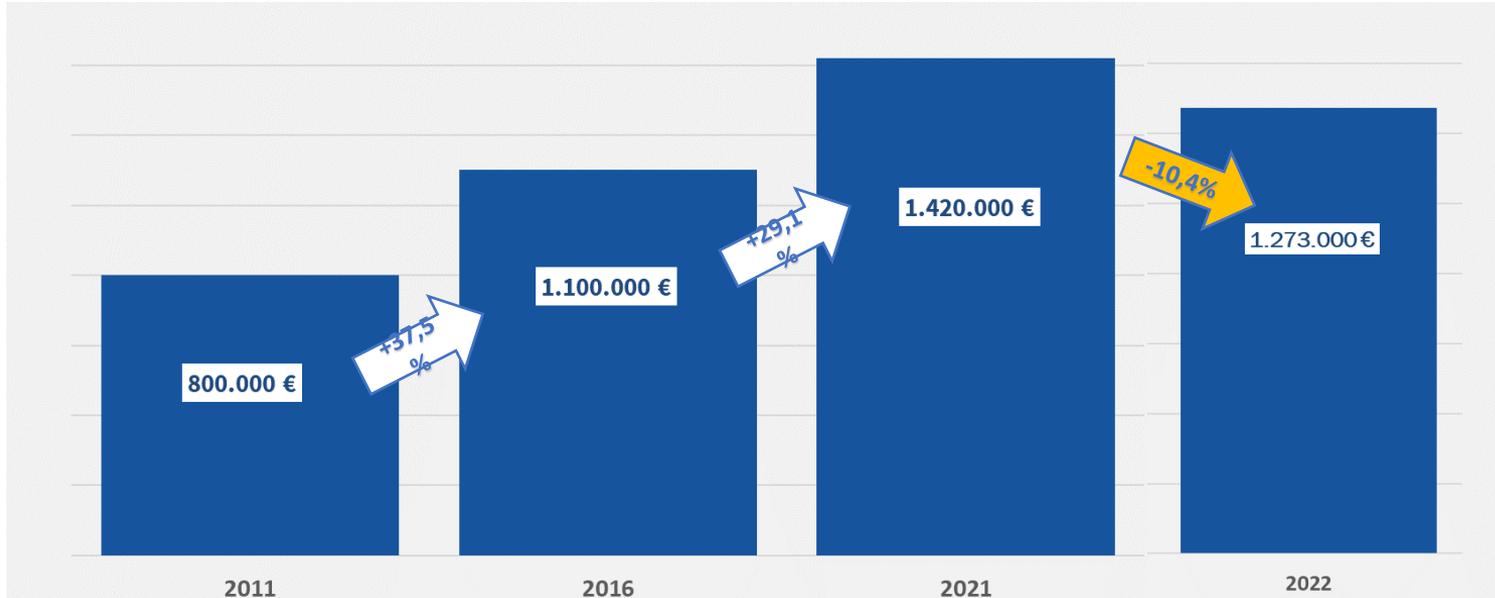


Umsatzentwicklung Naturkostfachhandel 2022



Branchenentwicklung Naturkostfachhandel

Kennzahlen – Entwicklung 2011 - 2016 - 2021 // 2022 (für Ø-Verkaufsstätte)

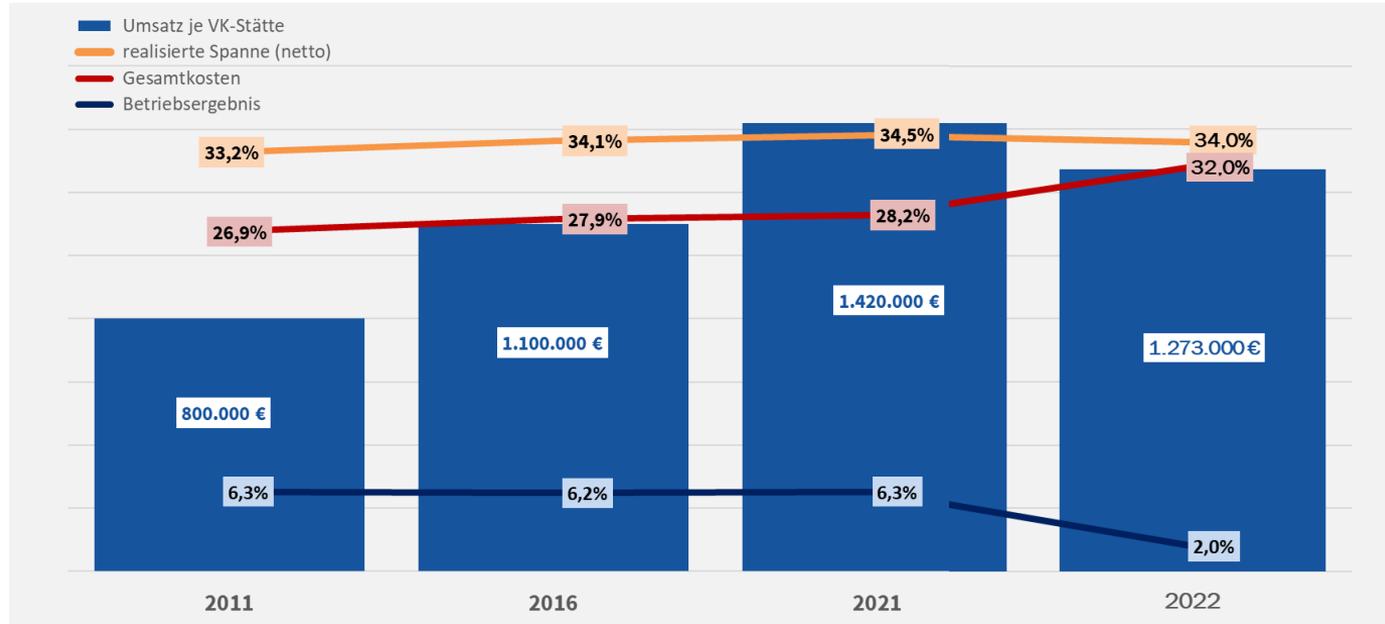


→ Umsatzzuwachs je Outlet von 2011 bis 2021: +78 %

• Quelle: Eigene Berechnungen / ContRate©- Betriebsvergleich - Datenstand 02/2023

Branchenentwicklung Naturkostfachhandel

Kennzahlen – Entwicklung 2011 - 2016 - 2021 // 2022 (für Ø-Verkaufsstätte)

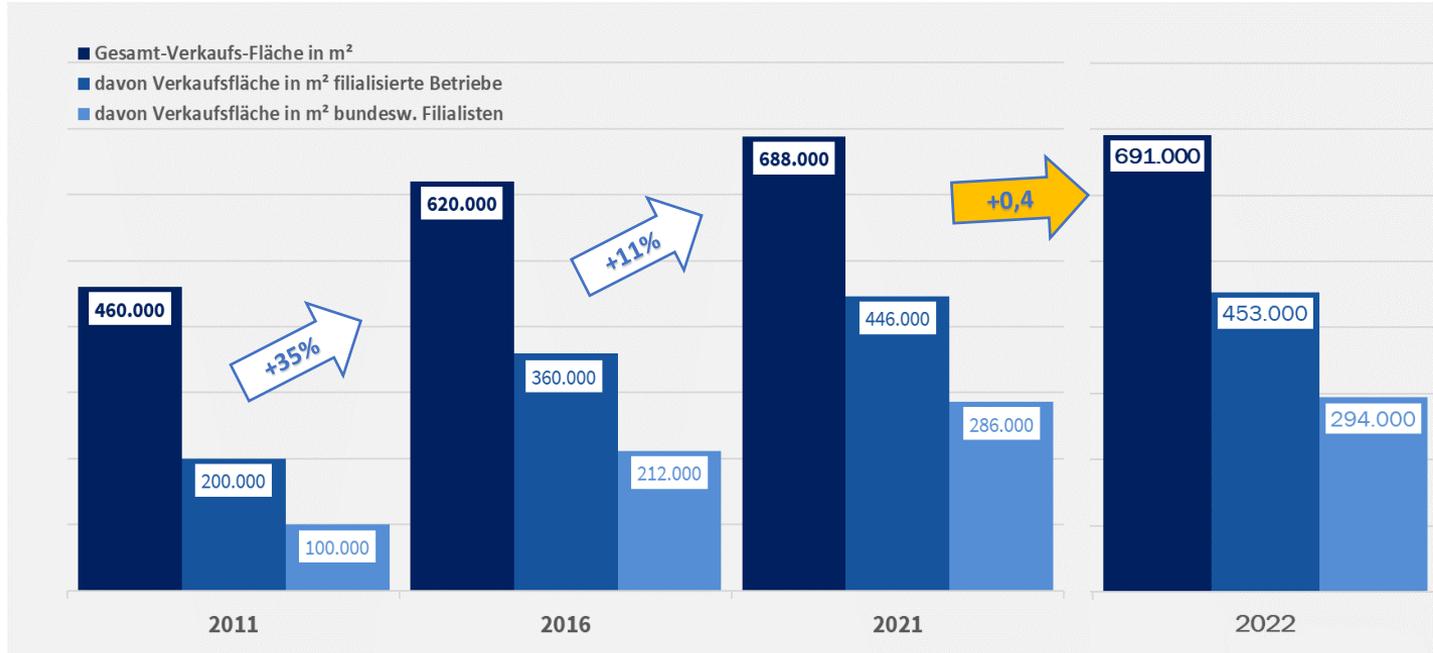


- Kosten steigen um 86%, Rohertrag um 85%, Ergebnis um 77% in 10 Jahren
- In 2022 liegt das Ø Betriebsergebnis bei weniger als einem Drittel vom Vorjahr

Quelle: Eigene Berechnungen /
ContrRate©- Betriebsvergleich -
Datenstand 02/2023

Branchenentwicklung Naturkostfachhandel

Anteile der Betriebsstätten nach Verkaufsfläche 2011 - 2016 – 2021 // 2022

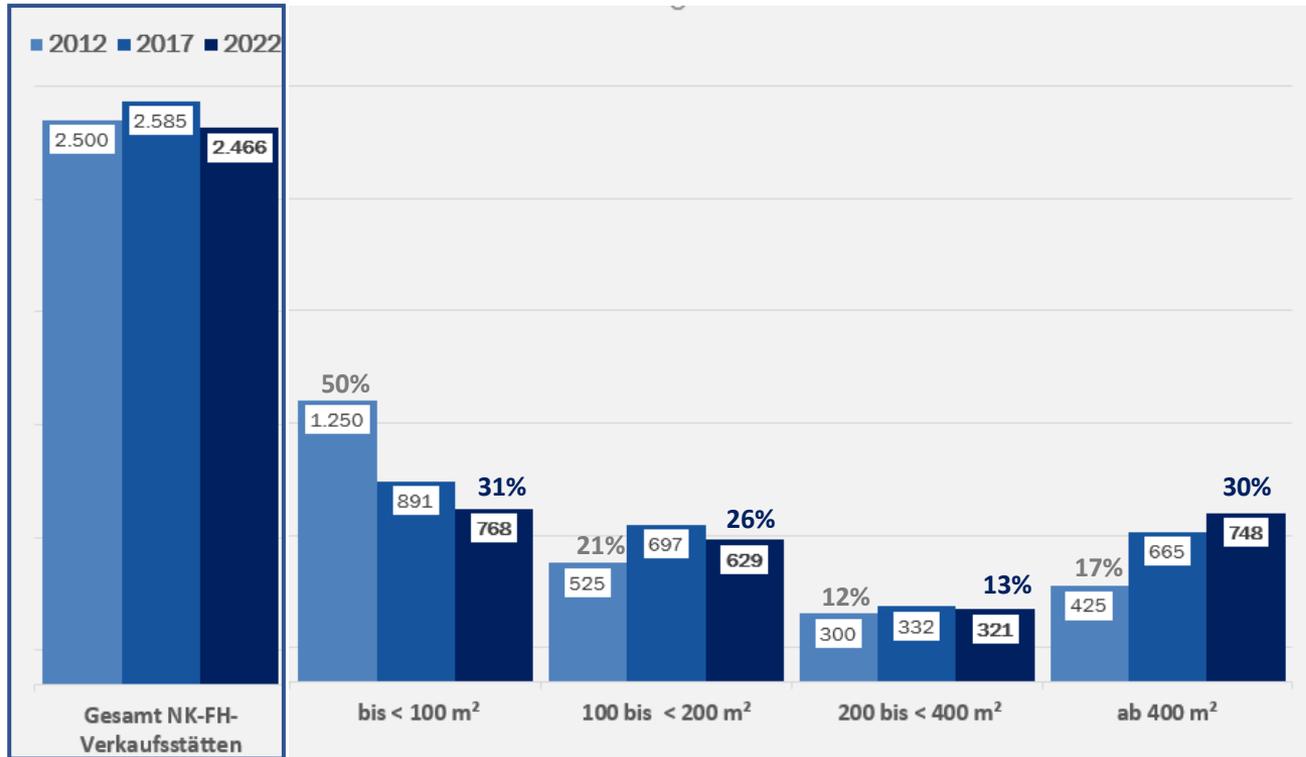


→ Flächenzuwachs 2011 – 2021: 50% ; aktuell Flächenanteil Filialbetriebe: 65%

- Quelle: BioHandel und eigene Berechnungen - Datenstand 02/2023

Branchenentwicklung Naturkostfachhandel

Verkaufsflächen-Entwicklung 2012 - 2017 - 2022



Quelle: BioHandel und eigene Berechnungen - Datenstand 02/2023

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit !

- www.braunklaus.de

Zeit für Ihre Fragen!

