

Bio-Handelsumsätze in Europa

Europäischer Bio-Markt legte 2017 zweistellig zu

Die Europäer gaben 2017 rund 10,4 % mehr Geld für Bio-Produkte aus. Damit legte der Bio-Markt in Europa schon im dritten Jahr in Folge zweistellig zu. Durchschnittlich kaufte jeder Europäer für rund 47 € im Jahr Bio-Lebensmittel ein, in der EU-28 sogar für 67 €. Insgesamt investierten die Europäer 37,3 Mrd. € in Bio-Produkte, davon 34,3 Mrd. € in der Europäischen Union (EU-28), so die gemeinsame Auswertung des Forschungsinstitutes für biologischen Landbau (FiBL) und der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI). Auch der US-Markt entwickelte sich dynamisch.

In vielen Ländern wie Spanien, Dänemark, Luxemburg, Finnland, Österreich, Irland und Liechtenstein zeigte sich der Bio-Markt mit zweistelligem Zuwachs erneut sehr dynamisch. Der EU-Spitzenreiter: Frankreich. Hier kauften die Kunden für über 1 Mrd. € mehr Bio-Lebensmittel und -Getränke ein, was ein Plus von 18 % bedeutet. In allen Ländern boten die Handelsketten ein immer vielfältigeres Bio-Sortiment an, welches die Menschen gern annahmen.

Auch beim Marktanteil von Bio-Produkten blieben viele EU-Staaten 2017 Weltmeister. Mit Abstand vorn mit 13,3 % Bio-Anteil am Lebensmittelmarkt lag Dänemark. Nachbar Schweden folgte mit 9,1 % knapp vor der Schweiz mit 9,0 %. Deutschland belegte mit einem Marktanteil von 5,1 % den sechsten Platz im europäischen Vergleich.

Das meiste Geld in Öko investierten – wie schon in den vergangenen Jahren – die Schweizer und gaben 2017 satte 289 € pro Person für Bio-Lebensmittel und -Getränke aus, gefolgt von den Dänen (278 €) und Schweden (237 €). Deutschland lag hinter Luxemburg, Österreich und Liechtenstein an siebter Stelle mit 122 €.

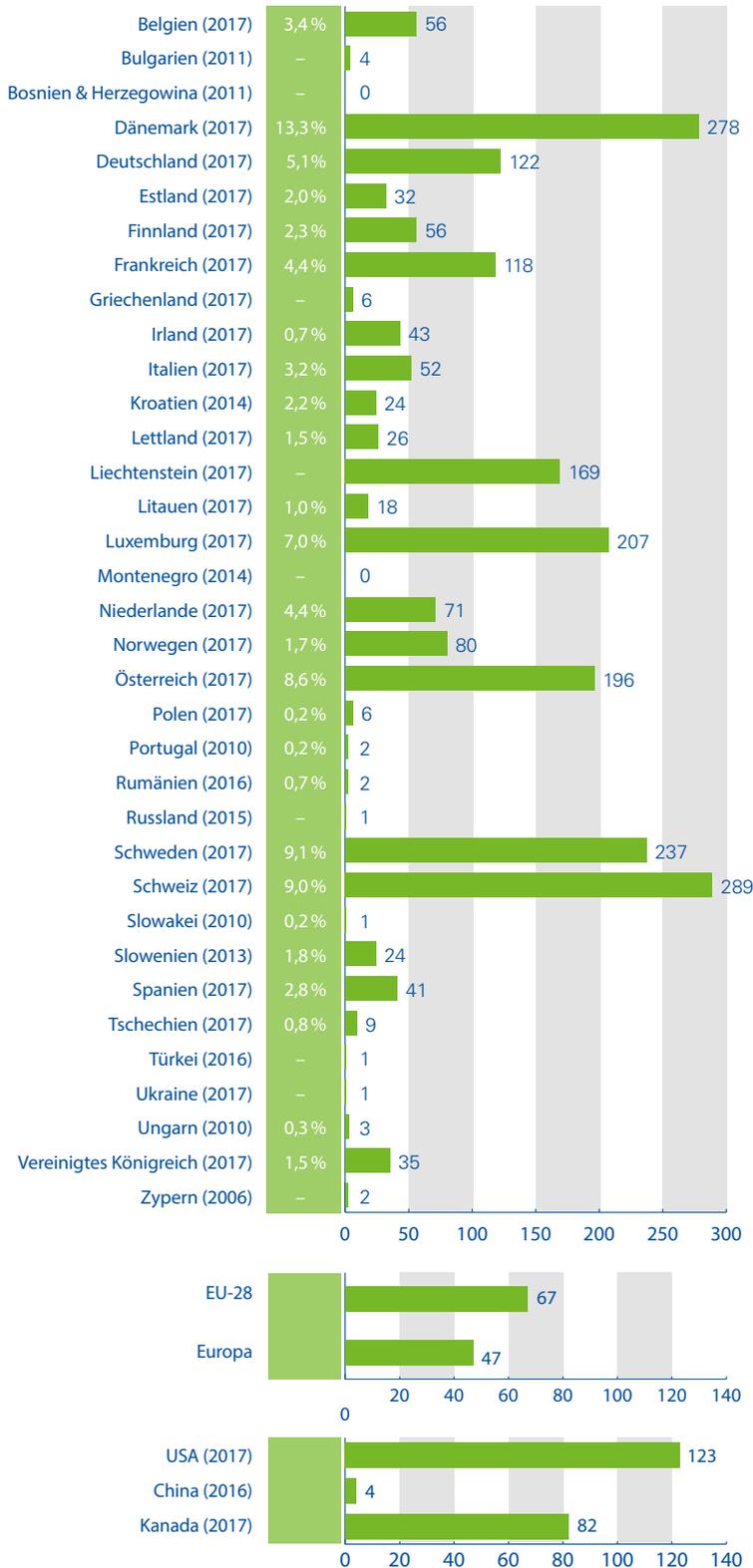
Neben Frankreich entwickelten sich besonders der dänische und der schwedische Bio-Markt beeindruckend, wo die Bio-Anteile im Lebensmittelmarkt weit über dem deutschen Niveau lagen. Sowohl in Dänemark als auch in Schweden verkauften Supermärkte

über 90 % aller Bio-Produkte. Die Händler in beiden Ländern bauten das Bio-Angebot kontinuierlich aus, auch in abgelegenen, ländlichen Regionen. Zudem forcierten Aktionspläne der Regierungen beispielsweise die Außer-Haus-Verpflegung, die in beiden skandinavischen Staaten zu einem wichtigen Absatzkanal für Bio geworden ist. Das dänische 3-Stufen-System in der Außer-Haus-Verpflegung, das im Jahr 2009 eingeführte Bio-Cuisine Logo, nutzten 2017 bereits 1.800 Küchen der Gemeinschaftsverpflegung. Das Logo weist den Anteil der Bio-Zutaten im Essen aus und macht so das Engagement der Kantinen und Restaurants sichtbar.

Im weltweiten Vergleich waren die USA der mit Abstand größte Bio-Markt. 40 Mrd. € gaben die US-Amerikaner 2017 für Bio-Produkte aus; damit legte der US-Bio-Markt um 2,4 Mrd. € bzw. 6 % sehr dynamisch zu. Die Pro-Kopf-Ausgaben ähneln mit 123 € denen in Deutschland, auch der Bio-Anteil am gesamten Lebensmittelmarkt lag mit 5,5 % nahe beim deutschen Wert. Bio-Lebensmittel gewannen in den USA als Gegenbewegung zum sonstigen Lebensmittelangebot, welches häufig auch als „food desert“ bezeichnet wird, weiter an Bedeutung. Wie in einigen Ländern Europas stieg die Nachfrage auch in Übersee schneller als die Bauern auf Bio umstellen konnten, sodass die USA weltweit Waren orderten. So kauften amerikanische Händler auch in einigen Ländern Südosteuropas Bio-Rohwaren wie -Getreide und -Hülsenfrüchte, weshalb die Warenverfügbarkeit für hiesige Verarbeiter schrumpfte.

Bio-Umsatz in Europa nach Ländern 2017 (ohne Außer-Haus-Verpflegung und Export)

Quelle: FiBL, AMI



■ Pro-Kopf-Umsatz (in €)
■ Bio-Umsatzanteil am gesamten Lebensmittelmarkt (in %)
■ Umsatz (in Mio. €)

