

BRANCHEN- REPORT

BÖLW

Bund Ökologische
Lebensmittelwirtschaft



Bio 2026

Editorial 03

IM FOKUS: Verbraucher setzen auf Bio – Politik muss nachziehen!04

AUF EINEN BLICK: Öko-Kennzahlen 06

UMSATZ, ABSATZ , IMPORTE: Steigende Nachfrage, knappes Angebot 08

FLÄCHEN UND BETRIEBE: Verhaltenes Wachstum 12

ARBEITSMARKT: Der Jobmotor Bio schnurrt – und hat noch Potenzial14

VERBRAUCHERPREISE: Hohe Zahlungsbereitschaft? 16

GEN Z UND DROGERIEMÄRKTE: Bio-Strategie der Drogisten 18

UMWELTBILANZ: Regional oder Bio oder beides? 20

ERZEUGERPREISE: Abnehmende Hand am längeren Hebel 22

PRODUKTION: Mehr Gemüse, weniger Getreide 24

VERKAUFSERLÖSE: Höhere Preise, mehr Einnahmen 26

INTERNATIONALE MÄRKTE: Europas Biomarkt im Aufschwung 28

Vorstand 30

Mitglieder 32

Quellenverzeichnis 34

Impressum 35

Liebe Leserin, lieber Leser,

Bio wächst nicht, Bio boomt! 2025 steigerte sich der Bio-Umsatz um 6,7 Prozent gegenüber dem – nach oben korrigierten – Vorjahr auf historische 18,2 Milliarden Euro. Bio-Produkte waren trotz Inflation und Wirtschaftskrise Top-Seller in allen Lebensmittelläden. Und dies nicht auf Kosten des Fachhandels: Auch die Bio-Läden stehen stabil da.

Möglich machen diesen Erfolg kleine und mittlere Unternehmen: Hof-Verarbeiter, Müller, Käserinnen, Bio-Bäcker. Ihre Produkte überzeugen, weil sie schmecken. Hergestellt werden sie meist im ländlichen Raum, wo der Bio-Mittelstand Heimat schafft.

Also alles in Butter bei Bio? Leider nein! Der Konzentrationsprozess im Agrarsektor hat längst die nächste Stufe der Wertschöpfung erreicht. Auch das Bio-Lebensmittelhandwerk hat zu kämpfen. Dass sie es eigentlich kann, beweist die mittelständische Bio-Branche eindrucksvoll: Sie gibt 388.000 Menschen Arbeit. Damit das so bleibt, brauchen Bio-Unternehmen: Regularien, die nicht für Konzerne gemacht werden, sondern für sie, nach dem Motto: „Think small first“. Und politische Wertschätzung, die ihren Mittelstand zielgerichtet unterstützt.

Der Run auf Bio hält an. Das zeigen Zahlen der Online-Lieferdienste, wo Bio Traumquoten erreicht. Wir sind sicher: Wenn erst alle Schulen, Kliniken und Seniorenheime erkennen, wie lecker und gesund Bio ist, erreichen wir das 30-Prozent-Ziel. Wir bleiben dran!

Ihre



Tina Andres
Vorstandsvorsitzende
Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

Verbraucher setzen auf Bio – Politik muss nachziehen!

Was es jetzt braucht, damit Deutschlands Lebensmittelwirtschaft liefern kann, was Bürgerinnen und Bürger nachfragen.

Bio überzeugt die heimische Kundschaft: Das hat die Bio-Branche geschafft, darauf kann sie stolz sein. Doch allein das deutliche Mehr an Nachfrage scheint nicht zu reichen, damit deutlich mehr Bäuerinnen und Bauern auf Bio umstellen. Dem Absatz-Plus von nahezu sieben Prozent steht ein mageres Plus von gut einem Prozent an Ökolandbau-Fläche gegenüber.

Rückschritte wie 2025 kann sich Europas Lebensmittelwirtschaft nicht leisten.

Wie erklärt sich dieses Zögern? Nun, die Signale, die Berlin und Brüssel senden, stehen nicht auf Bio und Nachhaltigkeit. Sondern im Gegenteil: Unter dem Deckmantel „Entbürokratisierung“ ebnet die Politik den Weg für mehr Pestizide, weniger Gewässerschutz und für Gentechnik-Patente. Und macht damit den Wettbewerb härter für diejenigen, die ohne synthetische Inputs, ohne Überdüngung und ohne Gentechnik Lebensmittel erzeugen und herstellen wollen.

Ein Rollback wie im vergangenen Jahr hat Europa selten erlebt. Eine EU-Abgeordnete beschrieb es so: Die Politik frage nur noch danach, was Landwirtinnen und Landwirten zuzumuten sei, und nicht mehr, was

Umwelt und Klima zumutbar sei. Wer danach frage, gelte als Feind der Landwirte. Im Parlament bricht Jubel aus bei jeder Agrar-Umwelt-Regel, die fällt.

Das ist ein erschreckender Befund. Das oberste Gebot des Ökolandbaus etwa, die vielfältige Fruchtfolge, ist eine Agrar-Umweltregel, die beiden hilft: der Landwirtschaft und der Natur. Sie hält den Boden gesund und fruchtbar, sie sorgt für Artenvielfalt und damit für ein natürliches Gleichgewicht von Schädlingen und Nützlingen.

Doch selbst die Minimalvorgaben zur Fruchtfolge, im EU-Fachjargon „Glöz 7“, gelten inzwischen als bürokratische Zumutung und werden gelockert. Weniger Fruchtfolge erhöht freilich den Schädlingsdruck – und braucht dann mehr Chemie auf dem Acker.

Wie kann die Agrarpolitik ihre Landwirtschaft derart im Stich lassen in Zeiten von Klimawandel und Artenschwund? Wenn die Bestäuberpopulationen zusammenbrechen würden, läge der gesamtwirtschaftliche Schaden allein in Europa bei rund 24 Milliarden Euro – mit verheerenden Folgen, warnten jüngst Forschende. Dieses Schreckensszenario ist nur eins von vielen Wagnissen, das die Agrarpolitik eingeht, wenn sie ihren Gestaltungsanspruch aufgibt.

Die GAP-Mittel der EU müssen Umweltleistungen honorieren.

Brüssel will mehr Bio, denn mehr Bio macht Europas Ernährung widerstandsfähig. Aber der politische Weg dahin hat Fehlstellen. Die im vergangenen Jahr verkündete Vision des EU-Agrarkommissars Christophe Hansen sieht zwar noch das 25-Prozent-Ökolandbau-Ziel für die EU vor. Aber er kündigte zugleich

laxere Regeln für Pestizide an, weniger ökologisch wertvolles Grünland und die erleichterte Zulassung von gentechnisch verändertem Saatgut.

Brüssel war bisher Garant für hohe Standards, und der Green Deal eine echte Wende hin zu Nachhaltigkeit – gerade auch für die Lebensmittelwirtschaft. Darauf muss Brüssel aufbauen.

Die Politik muss dazu drei Weichen stellen: erstens für eine Agrarpolitik, die die Umweltleistungen von Landwirten in der Höhe honoriert, in der diese der Allgemeinheit zu Gute kommen. Etwa durch den Erhalt von Insekten statt deren kostspielige Vernichtung. Durch den Schutz von Trinkwasser, das nicht aufwendig gereinigt werden muss. Durch den Schutz des Klimas durch die Vermeidung fossiler Düngemittel und zu hoher Tierbestände.

Die GAP ab 2028, die gerade verhandelt wird, muss endlich weg von den Direktzahlungen („Flächenprämien“) und hin zu einer echten Honorierung von Umweltleistungen. Stärker als bisher, im Sinne einer Übergangs-GAP: Schließlich sollen in der übernächsten GAP ab 2035 pauschale Flächenprämien Geschichte sein. Der BÖLW schlägt ein dreistufiges Fördersystem vor, das mit niedrigschwelligen Umweltauflagen beginnt und bei der Höchststufe Bio endet. Unbürokratisch und wirksam.

Die Entfesselung des Gentechnik-Rechts macht schützende Gesetzgebung nötig.

Die zweite Weiche, die zügig gestellt werden muss, ist die EU-Öko-Verordnung. Sie ist das Grundgesetz aller Bio-Unternehmerinnen und -Unternehmer in Europa und sogar darüber hinaus. Die Kommission hat jetzt einige wenige Gesetzesänderungen vorgeschlagen. Sie sind notwendig, damit der internationale Bio-Handel nicht leidet. Und sie dienen der Streichung einiger unsinniger Bio-Regeln und sichern dabei den hohen Bio-Standard.

Es ist jetzt an EU-Parlament und Mitgliedstaaten, diesen vernünftigen Gesetzesvorschlag rasch anzunehmen.

Die dritte große Baustelle betrifft die Änderung des Gentechnik-Rechts. Ein Gesetzesvorschlag ist auf

der Schlussgeraden, der entgegen der Position des EU-Parlaments dazu führen würde, dass uns Patente auf unsere Ernährungsgrundlagen in neue Abhängigkeiten treiben würde. Risikoprüfung und die Kennzeichnungspflicht sollen darüber hinaus geschleift werden.

Sollten sich die neuen Regeln in Europa etablieren, braucht es schützende Regeln für die Koexistenz auf den Feldern. Denn Bio wird auch in Zukunft ohne Gentechnik arbeiten. Für uns steht fest: Klassische Züchtung ist innovativ und sicher.

Minister Rainer, Sie sind am Zuge: Stärken Sie die Bio-Forschung!

Gute Forschungspolitik für Bio ist daher etwas, was wir als Branche von der Merz-Regierung erwarten. Im vergangenen Jahr sollten die schmalen Mittel für die Öko-Forschung eingekürzt werden. Hier hat sich das Parlament gegen die Regierung gestellt, denn es hat erkannt: Tatsächlich brauchen wir mehr Bio-Forschung. Empfehlungen dafür hat das Kompetenzteam Forschung für die Ökologische Land- und Lebensmittelwirtschaft erarbeitet und Landwirtschaftsminister Alois Rainer unlängst vorgelegt.

Jetzt, Minister Rainer, sind Sie am Zuge. Stärken Sie die Bio-Forschung! Setzen Sie die Bio-Strategie um! Eine resiliente Ernährungswirtschaft in Deutschland braucht mehr Bio: auf den Höfen, in einer vielfältigen und in allen Regionen verankerten Lebensmittelverarbeitung und im Handel. —



Peter Röhrig
Geschäftsführender
Vorstand des BÖLW

BIO-EINKAUF

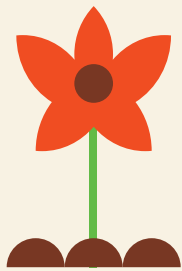
18,2 Mrd.
Euro gaben die
Deutschen für
Bio-Lebensmittel
und -Getränke
aus.



2025 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | AMI, ARBEITSKREIS BIOMARKT

BIO STELLT EIN

46 %
der **Bio-Unternehmen**
in **Herstellung und**
Handel planen
Neueinstellungen.



2024 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | BÖLW

BIO-HÖFE

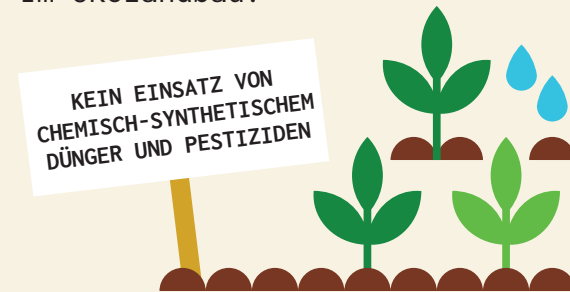
Jeder
7. Hof
in Deutschland
ist **Bio**.



2025 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | BÖLW

KLIMASCHUTZ

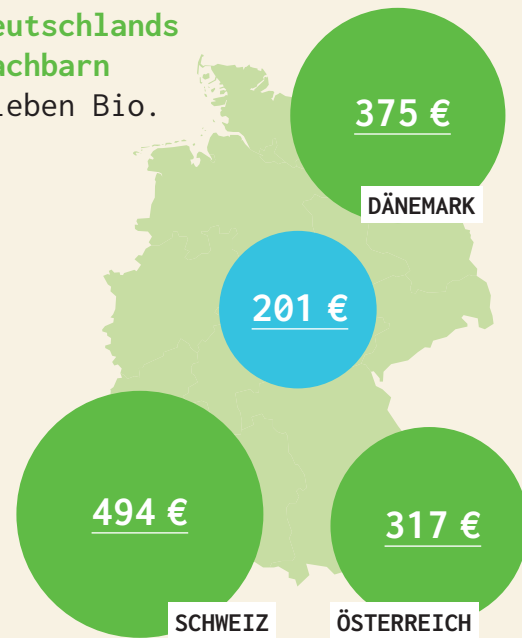
0 %
Einsatz von chemisch-synthe-
tischem **Dünger und Pestiziden**
im Ökolandbau.



2025 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | BÖLW

BIO-UMSATZ PRO KOPF

Deutschlands
Nachbarn
lieben Bio.



2024 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | AMI, FIBL

ARBEITSMARKT

388.000
Jobs bietet die
Bio-Branche.



2024 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | BÖLW

BIO-VIELFALT

21.900
Bio-Verarbeiterbetriebe
machen aus Bio-Rohstof-
fen gute Lebensmittel.



2024 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | BLE

BIO-PREMIUM

65 %
aller Bio-Flächen
werden nach strengen
Bio-Verbandsregeln
bewirtschaftet.



2025 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | AMI, FIBL

JUNG LIEBT BIO

90 %
der **GenZ** kauft
Bio.



2025 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | NIQ

BIO-TREND

66 %
der **pflanzlichen**
Milchgetränke
sind Bio.



2025 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | AMI

BIO-FLÄCHEN

11,7 %
der **Agrarflächen**
in Deutschland
sind **Bio-**
Flächen.

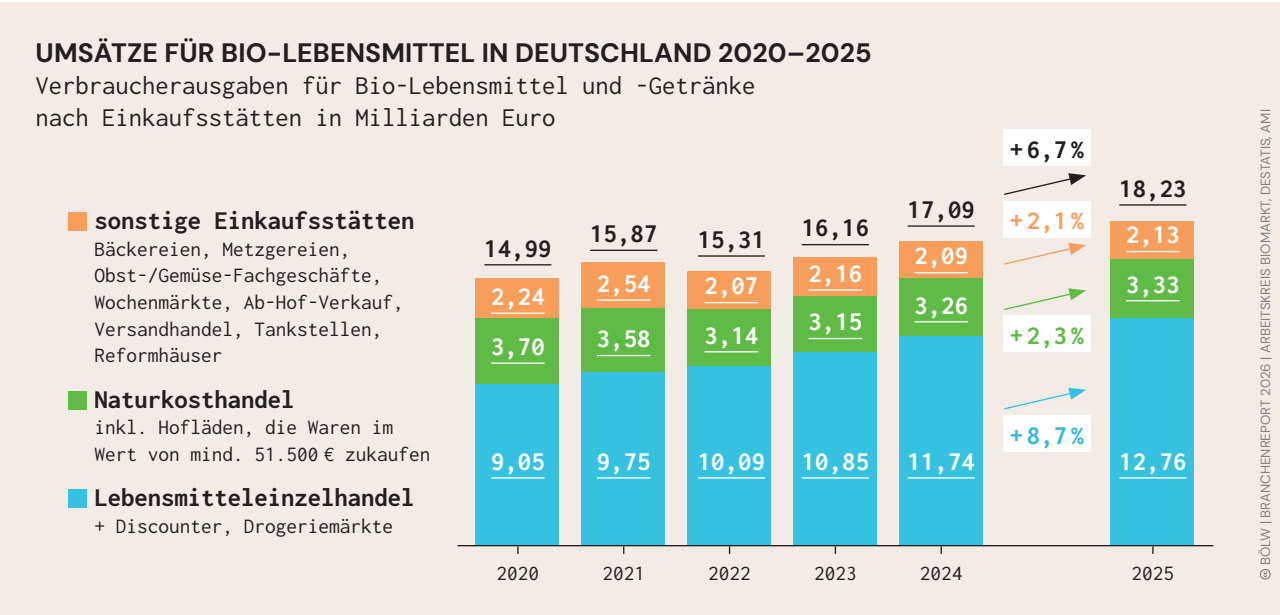


2025 BÖLW © BRANCHENREPORT 2026 | BÖLW

Steigende Nachfrage, knappes Angebot

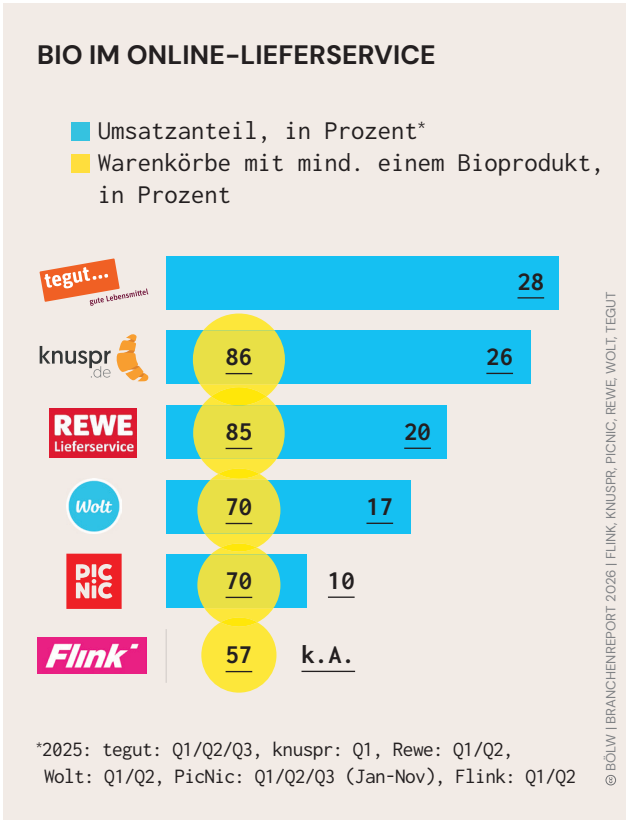
Der Bio-Markt in Deutschland verzeichnet das zweite Jahr in Folge deutliches Wachstum. Für 2025 ermittelte der Arbeitskreis Biomarkt einen Anstieg der Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel und -Getränke von 6,7 Prozent. Auch der Fachhandel behauptet sich erfolgreich. Für das Plus sorgte mehr Absatz – die Preise blieben fast stabil.

Der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln und -Getränken in Deutschland hat 2025 das Rekordniveau von 18,23 Milliarden Euro erreicht. Damit wuchs der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 6,7 Prozent – ausgehend von einem nach oben korrigierten Jahresumsatz 2024, von 16,99 auf 17,09 Milliarden Euro. Grund der rückwirkenden Korrektur war, dass die Marktabdeckung sich insbesondere dank Scannerkassendaten von Aldi und Lidl verbessert hat. Im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) legte das Bio-Segment mit einem Plus von 8,7 Prozent auf 12,76 Milliarden Euro überdurchschnittlich zu. Der LEH, also Vollsortimenter, Discounter und Drogeriemärkte, erreicht damit einen Anteil am Bio-Markt von 70 Prozent. Die Verbraucherpreise blieben für das Trockensortiment stabil; die Preise für frische Bio-Lebensmittel stiegen um gut zwei Prozent. Die leichten Preisstei-



gerungen fallen damit deutlich kleiner aus als in den Inflationsjahren 2022 und 2023; die Verbraucherpreise halten sich im Schnitt auf dem damals erreichten Niveau. Das Umsatz-Plus basiert daher wie in 2024 in erster Linie auf einem Absatz-Plus. Schon das dritte Jahr in Folge performte Bio in den Drogeriemärkten mit einem Plus von 14,4 Prozent am erfolgreichsten und erreichte dort einen Marktanteil von 11 Prozent am gesamten Bio-Markt – bei verpackten Bio-Produkten sogar von gut 20 Prozent. In den Vollsortimentern wuchs der Bio-Umsatz 2025 um 8,6 Prozent, stärker als in den Discountern mit 6,7 Prozent. Im Discount-Bereich machte sich die große Konkurrenz im Trockensortiment durch die Drogeriemärkte bemerkbar, die deutlich mehr Produktauswahl haben. Der Naturkosthandel behauptete sich mit robustem Wachstum. Die Umsätze mit Bio-Lebensmitteln in Bio-Läden und Bio-Supermärkten lagen 2025 bei 3,3 Milliarden Euro und damit 2,3 Prozent über dem Vorjahresniveau (2024: 3,26 Milliarden Euro). Das heißt: Nahezu ein Fünftel aller Bio-Lebensmittel in Deutsch-

land werden in Bio-Läden und Bio-Supermärkten verkauft. Angesichts der Rahmenbedingungen hat sich der Bio-Fachhandel 2025 damit erfolgreich behauptet: Das Konsumklima ist nach wie vor gedämpft und die Preissensibilität der Verbraucherinnen und Verbraucher bleibt hoch. Unter diesen Bedingungen und im Wettbewerb mit dem LEH ist das Wachstum des Bio-Fachhandels ein Beleg für Stabilität und Resilienz. Das zeigt auch die Auswertung der Bons: Bei gleichbleibender Anzahl der Bons und damit der Kaufvorgänge stieg der Bon-Wert im Schnitt um 40 Cent auf 21,56 Euro. Eine weitere Kennzahl unterstreicht die besondere Rolle des Fachhandels innerhalb der Bio-Wirtschaft: Der Bio-Eigenmarkenanteil lag 2025 im Bio-Fachhandel bei lediglich rund 12 Prozent, während er im LEH mit 67 Prozent bei verpackten Bio-Produkten einen neuen Höchststand erreichte. Während das Wachstum insgesamt also zunehmend von den Eigenmarken des Handels getragen wird, bleibt der Bio-Fachhandel ein zentraler Absatz- und Profilierungsraum für Bio-Marken und breit gefächerte Sortimente – ins-



besondere im Frische-Bereich. So entfielen 62,5 Prozent der Umsätze des Fachhandels 2025 auf frische Bio-Lebensmittel wie Obst und Gemüse sowie Milch- und Fleischprodukte. Trockenprodukte wie Mehl, Müsli oder Nudeln standen 2025 für 26,9 Prozent der Umsätze im Bio-Fachhandel.

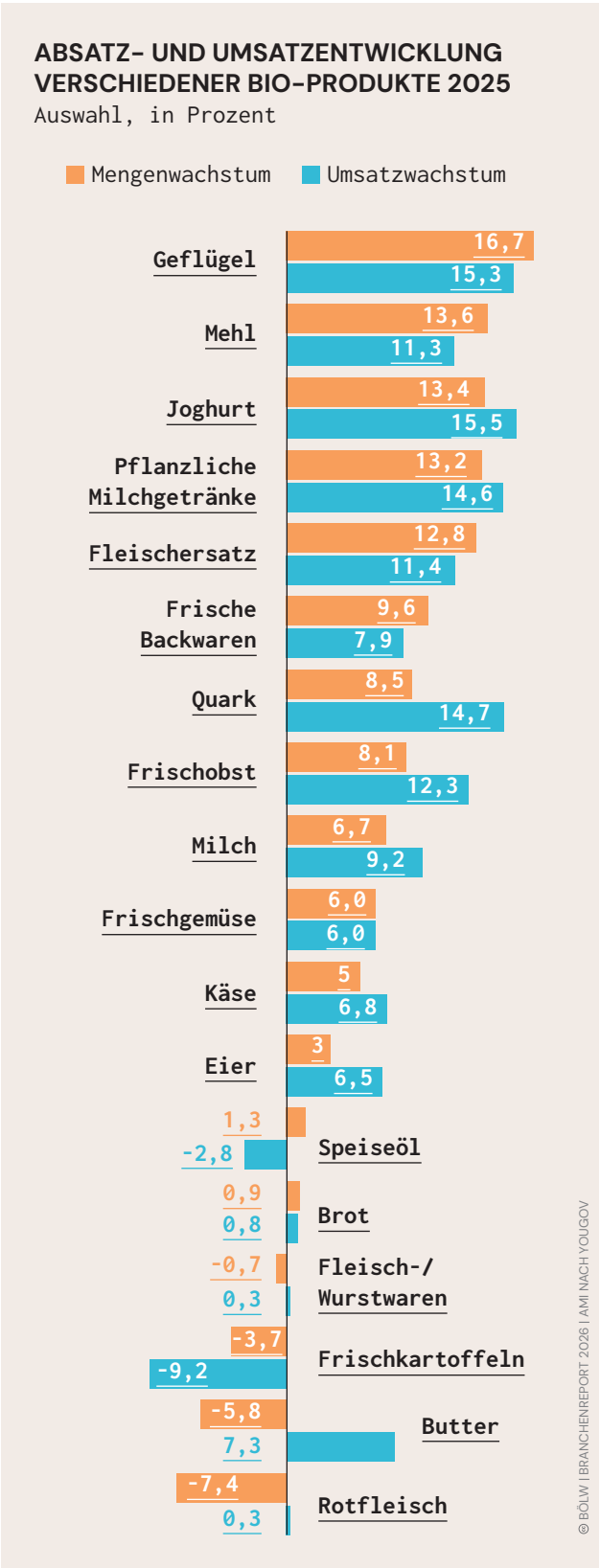
Sonstige Einkaufsstätten – Direktvermarkter, Hofläden, Märkte – holen auf mit einem Plus von 2,1 Prozent. Das Plus generieren vor allem die Online-Verkäufe der Direktvermarkter, aber auch Wochenmärkte. Das Lebensmittelhandwerk, darunter Bio-Bäckereien und -Fleischereien, schreibt stabile Zahlen.

Bio-Anteil im E-Commerce bei 20 Prozent aufwärts

Der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft hat erstmals die Bio-Anteile im wachsenden Lebensmittel-E-Commerce bei den Anbietern abgefragt. Demnach erreichte Bio im Lieferservice Umsatz-Anteile von in der Spitze 28 Prozent (Tegut), gefolgt von 26 Prozent (Knuspr) und 20 Prozent (Rewe). Das ist mehr als dreimal so viele wie im gesamten Lebensmittelmarkt. Bio-Qualität ist online fast immer gefragt: 86 Prozent der Bestellungen bei Knuspr enthielten mindestens ein Bio-Produkt, 85 Prozent beim Rewe Lieferservice, 70 Prozent sowohl bei Wolt als auch Picnic.

Die Abverkäufe im stationären Einzelhandel unterscheiden sich je nach Produktgruppe. Zweistellige Wachstumsraten in der Menge erreichten Geflügel, Mehl, Joghurt sowie Milch- und Fleischalternativen. Auch echte Milch- und Molkereiprodukte entwickelten sich sehr dynamisch – Quark, Konsummilch, Käse. Bio-Mehl wird nur 10 Cent teurer als konventionelles verkauft und erreicht einen Anteil am Mehl-Gesamtmarkt von 22 Prozent. Bei Joghurt punkten die Molkereien mit Volumen: Die Ein-Kilogramm-Eimer führen zu größeren Verkaufsmengen. Bei Obst und Gemüse war die Versorgung sowohl mit heimischem als auch importiertem Gemüse besser als 2024.

Bei einigen Produkten sanken die Mengen, weil die Erzeugung nachgab oder die Preise wegen der Knappheit so stiegen, dass sie der abnehmenden Hand zu teuer waren – so bei Schweine- oder Rindfleisch. Auch der hohe Bio-Butter-Preis führte zu Kaufzurückhal-



tung. Geflügel ist gefragter denn je, die Bio-Produzenten haben nachgerüstet – nicht nur in Deutschland, sondern vor allem auch in Österreich.

Knappheiten lassen sich zwar nicht beziffern, da der Handel international einkauft – und bei Import-Entscheidungen auch günstigere Preise im Ausland ausschlaggebend sein können. Höhere Preise für deutsches Bio wiederum können ein Hinweis sein auf Knappheit. Dass in Deutschland Bio-Ware eingekauft wird, die durchaus hier produziert werden könnte, zeigt jedoch die Importstatistik, die die Agrarmarkt Informations-Gesellschaft für 2024 und Vorjahre erhoben hat. Importiert werden demnach seit Jahren Produkte, die hierzulande ganzjährig verfügbar sein könnten: etwa Getreide, Milch, Schweinefleisch, Möhren, Zwiebeln, Kartoffeln. Nach der großen Umstellungswelle 2017 bis 2019 gingen die Importraten vielfach zwar zunächst zurück, steigen aber seit 2023 wieder deutlich.

Was die Importstatistik über Knappheit verrät

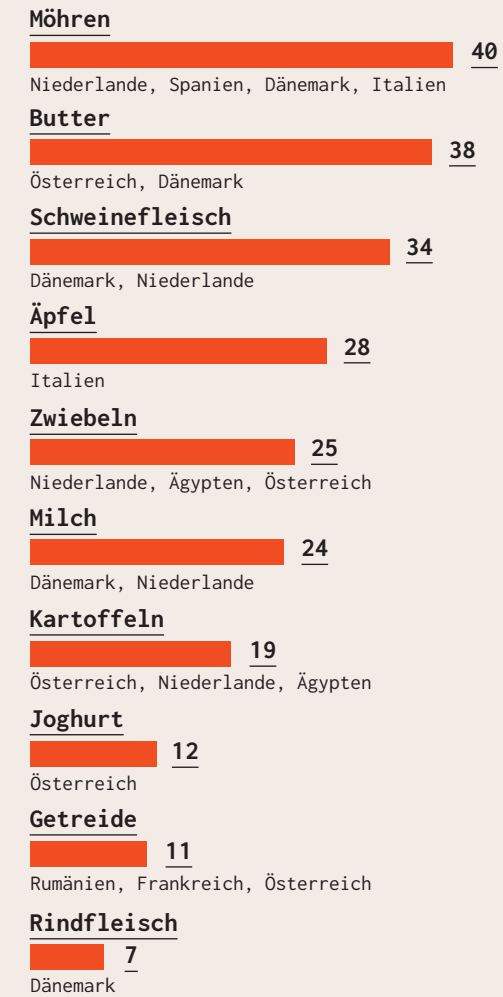
Milch, Joghurt und Butter kommen aus Nachbarländern wie Dänemark und Österreich. 2017 wurde noch ein Drittel der Bio-Milch – umgerechnet in Milch-äquivalente, um alle Milchprodukte zu berücksichtigen – importiert. Durch gestiegene Inlandsproduktion war 2022 dieser Wert auf 22 Prozent gesunken, um seitdem wieder anzusteigen auf 24 Prozent in 2024. Aktuell werden deutlich mehr Bio-Milchprodukte nachgefragt, als das Produktionswachstum von einem Prozent liefern kann.

Auch bei Schweine- und Rindfleisch steigen die Importe. Gut ein Drittel des Bio-Schweinefleischs stammte 2024 aus Nachbarländern. Die leichte Produktionssteigerung in 2025 deckte bei Weitem nicht die Nachfrage. Stattdessen gibt es neue Lieferländer für Bio-Schwein: Spanien und Belgien. Der Stopp des Bundesprogramms zum Umbau der Nutztierhaltung verschärft die Lage bei der Versorgung: Die gerade im Tier-Bereich nötigen Investitionen bei der Umstellung fehlen.

Bei Obst- und Gemüse sind die Importraten abhängig von den Erntemengen hier und in den Lieferländern.

IMPORTANTEIL BEI BIO-PRODUKTEN IN DEUTSCHLAND 2023/24

Angaben in Prozent, Hauptlieferländer



Doch selbst die Produktion der gängigsten Feldgemüsearten reicht nicht für die Inlandsversorgung: Rund 40 Prozent der Bio-Möhren und 25 Prozent der -Zwiebeln stammten in der Saison 2024/25 aus Nachbarländern.

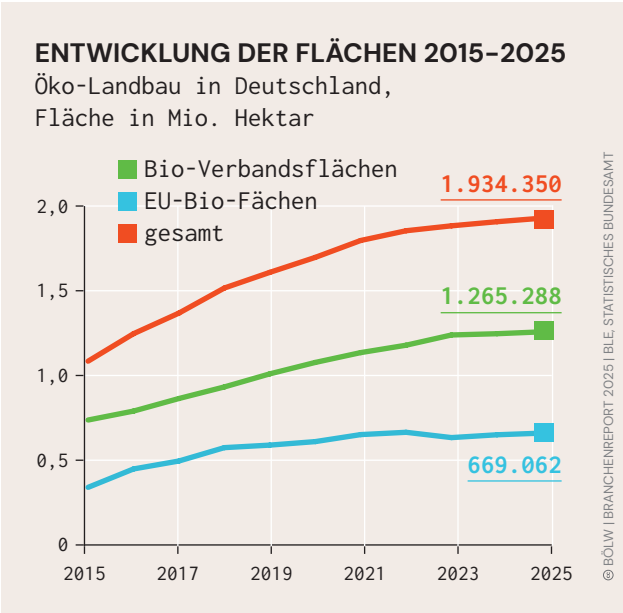
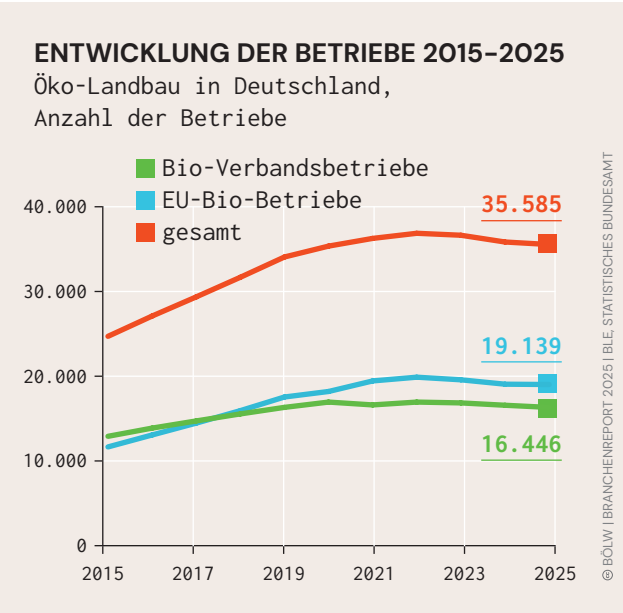
Es gibt allerdings auch Gegenbewegungen. Erklärtes Ziel des Branchenzusammenschlusses für Bio-Kartoffeln ist es, ganzjährig Kartoffeln aus Deutschland anzubieten. Mit Erfolg: Die Importraten bei Bio-Kartoffeln sind 2025 auf 15 bis 19 Prozent gesunken – und dürften nach der guten Ernte 2025 weiter abnehmen.

Verhaltenes Wachstum

Trotz der erneut hohen Nachfrage nach Bio-Produkten wuchs der Ökolandbau im Jahr 2025 nur verhalten. Die Bio-Fläche legte um gut ein Prozent zu, die Zahl der Bio-Höfe ging leicht zurück. Jeder siebte landwirtschaftliche Betrieb wirtschaftet demnach ökologisch.










Die ökologisch bewirtschaftete Fläche wuchs 2025 leicht auf 1,93 Millionen Hektar an. 11,7 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche in Deutschland wurde ökologisch bewirtschaftet. Gegenüber dem Vorjahr ist dies ein Plus von 1,1 Prozent. Der Flächenzuwachs von 21.139 Hektar bedeutet, das 2025 im Schnitt täglich 80 fußballfeldgroße Flächen auf Bio umgestellt wurden. Rund zwei Drittel der Bio-Fläche in Deutschland wurden nach den stren-

gen Standards der deutschen Bio-Verbände bewirtschaftet. 14 Prozent aller landwirtschaftlicher Betriebe in Deutschland wirtschafteten 2025 ökologisch: insgesamt 35.470 Höfe. Knapp die Hälfte der Bio-Betriebe (46 Prozent) gehört einem Anbauverband an. Die Verbände beraten ihre Mitglieder in Sachen Ökolandbau, Vermarktung ihrer Produkte und stärken deren politische Vertretung. Der strukturelle Wandel in der Landwirtschaft macht auch vor dem Bio-Sektor nicht halt. Es kamen weniger neue Höfe dazu, als Höfe etwa mangels Nachfolge ausschieden, während bestehende Höfe ihre Flächen erweiterten. Während die Öko-Fläche der deutschen Bio-Verbände 2025 um 0,9 Prozent wuchs, sank die Zahl der Mitgliedsbetriebe um 1,6 Prozent. Konkret gehörten 259 Betriebe weniger den Bio-Verbänden an und 153 Höfe weniger wirtschafteten lediglich nach EU-Ökoverordnung. Der zögerliche Flächenanstieg bei einem wachsen-



ÖKOLOGISCHE LANDWIRTSCHAFT NACH VERBÄNDEN

Betriebszahlen und Flächen der Verbände des verbandsgebundenen ökologischen Landbaus

	BETRIEBE				FLÄCHEN			
	Anzahl		Veränderung		in Hektar		Veränderung	
	31.12. 2024*	31.12. 2025	absolut	in Prozent	31.12. 2024*	31.12. 2025	absolut	in Prozent
	1.158	1.063	-95	-8	90.724	94.000	3.276	4
	7.843	7.648	-195	-2	520.543	522.804	2.261	0
	466	441	-25	-5	109.495	101.662	-7.833	-7
	1.636	1.599	-37	-2	108.236	113.411	5.175	5
	90	91	1	1	5.857	7.054	1.197	20
	227	220	-7	-3	2.842	2.683	-159	-6
	402	389	-13	-3	48.734	48.164	-570	-1
	4.807	4.913	106	2	354.907	364.656	9.749	3
	75	82	7	9	12.700	10.854	-1.846	-15
GESAMT	16.704	16.446	-258	-1,5	1.254.038	1.265.288	11.250	0,90

* Daten von Naturland und Verbund Ökohöfe vom 01.01.2024

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2026

den Markt lässt Chancen für die heimische Landwirtschaft ungenutzt. So importierte der Handel erhebliche Mengen an Bio-Produkten, die in Deutschland produziert werden könnten, aus dem Ausland – darunter Milch-Produkte, Bio-Fleisch oder Kartoffeln.

Mehr Bio in Wasserschutzgebieten könnte die Öko-Fläche verdoppeln.

Neben den Signalen des Marktes braucht es Signale der Politik, um für mehr heimisches Bio zu sorgen: ein Update der Bio-Strategie der Bundesregierung etwa, die Hemmnisse aus dem Weg räumt. Ein Eintreten für

eine GAP nach 2027, die klar auf die Honorierung von Umweltleistungen setzt. Vor allem aber: ein deutliches Bekenntnis zu Deutschlands 30-Prozent-Ökolandbau-Ziel bis 2030. Eine Ausweitung der Bio-Fläche wäre auch im Sinne der Trinkwassergewinnung. Schätzungsweise 1,84 Millionen Hektar Agrarfläche werden in Deutschlands Wasserschutzgebieten noch konventionell bewirtschaftet laut dem Forschungsunternehmen Ecozept. Würden diese Flächen auf Bio umgestellt, wäre das einerseits von Vorteil für die Sicherung der Wasserqualität vor Nitrat-Einträgen oder vor chemisch-synthetischen Pestiziden, wie der Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft bekräftigt. Zugleich würde Deutschlands Öko-Flächenanteil substantiell wachsen: auf mehr als 22 Prozent.

Der Jobmotor Bio schnurrt – und hat noch Potenzial

Mehr Umsatz, mehr Arbeitsplätze, und das in einem insgesamt krisenhaften Umfeld: Die Bio-Branche zeigt, wie Nachhaltigkeit und Wirtschaftswachstum zusammengehen. 2024 arbeiteten 388.000 Menschen in der Bio-Lebensmittelwirtschaft – 2,1 Prozent mehr als im Vorjahr.

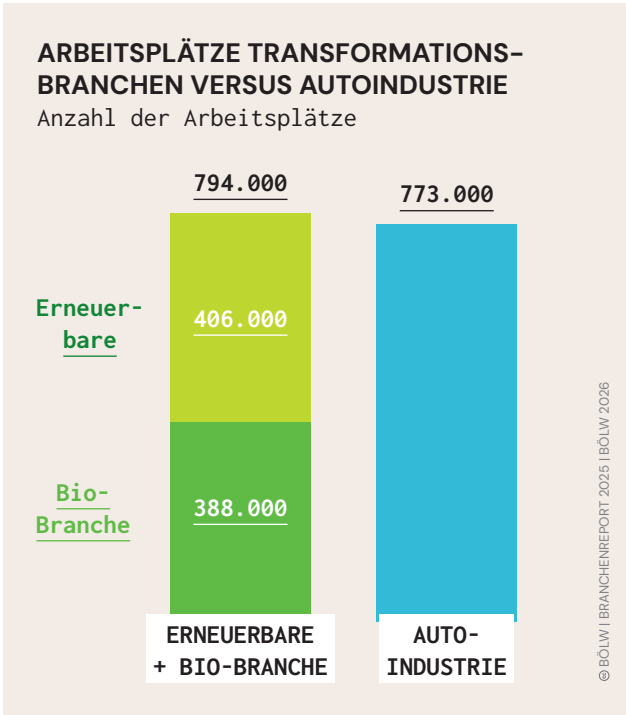
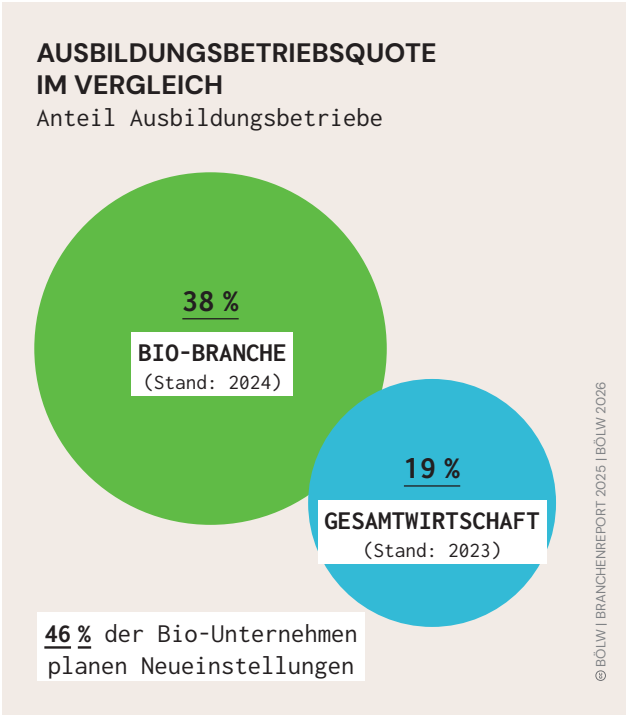
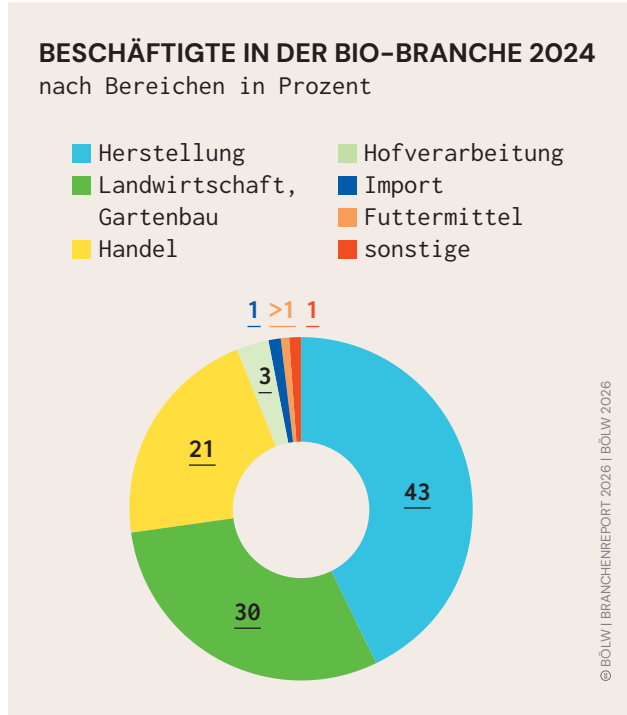
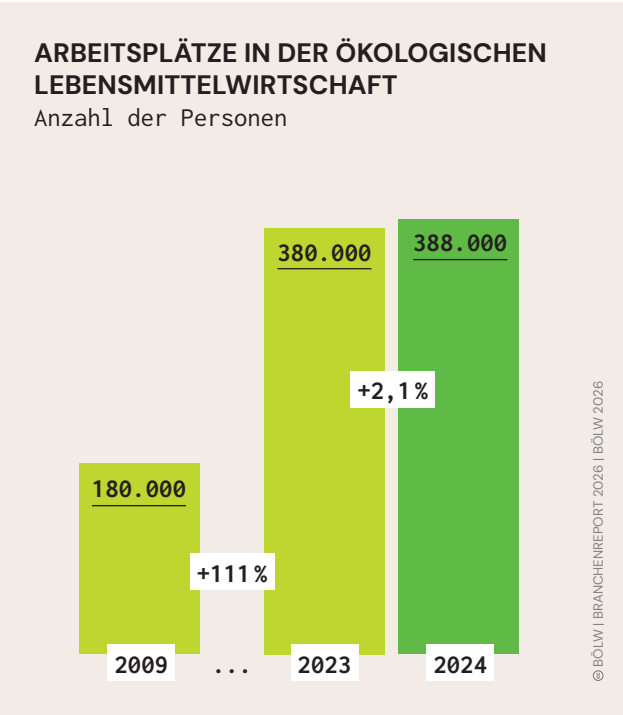
Die deutsche Bio-Branche bietet deutlich mehr Arbeitsplätze als die hiesige Chemieindustrie, die laut eigenen Angaben rund 330.000 Menschen aktuell beschäftigt. Auf rund 388.000 Bio-Beschäftigte im Jahr 2024 kommt eine Erhebung im Auftrag des BÖLW. Das sind 8.000 mehr Jobs und damit ein Plus von 2,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Vergleich zu 2009 mit damals 180.000 Arbeitsplätzen hat sich der Bio-Arbeitsmarkt mehr als verdoppelt. Der Löwenanteil der Arbeitsplätze, 43 Prozent, fallen bei der Herstellung und Verarbeitung von Bio-Rohware an. An zweiter Stelle kommt die Öko-Landwirtschaft mit 30 Prozent; im Bio-Handel arbeiten etwas mehr als ein Fünftel (21 Prozent) al-

ler Beschäftigten. Gemeinsam mit den 406.000 Beschäftigten in der Erneuerbare-Energien-Branche schaffen die Transformationsbranchen Bio, Solar, Wind- und Wasserkraft gemeinsam mehr Jobs als die Autoindustrie – 794.000 versus 773.000 Jobs.

Mehr als ein Drittel der Betriebe beschäftigen Menschen mit Handicap oder Fluchthintergrund.

Fast die Hälfte der befragten Hersteller- und Handelsunternehmen – 46 Prozent – planen Neueinstellungen. Zwei Drittel gab an, nicht die gewünschten Mitarbeitenden finden zu können: Der Fachkräftemangel macht vor der Bio-Branche nicht halt. Vorsichtig geschätzt gibt es 10.000 bis 15.000 potenzielle weitere Bio-Arbeitsplätze, die derzeit unbesetzt sind. Für die Erhebung wurde neben Zahlen aus landwirtschaftlichen Statistiken die Antworten aus einer repräsentativen Umfrage hochgerechnet, an der sich 362 Betriebe aus Bio-Herstellung und -Handel mit mehr als 4 Milliarden Euro Gesamtumsatz beteiligten.

Ihren Nachwuchs zieht sich die Bio-Branche zu großen Teilen selbst heran: 38 Prozent der befragten Verarbeiter- und Handelsbetriebe bilden aus. Damit liegt die Ausbildungsquote bei Bio gut doppelt so hoch wie in der Gesamtwirtschaft mit einer Quote von 18,8 Prozent. Die Bio-Branche beschäftigt Menschen in einem sehr weiten beruflichen Spektrum Arbeit – neben Bäuerinnen, Kaufleuten, Köchinnen oder Bäckern arbeiten für Bio Maschinen- und Anlagenfahrer, Logistik-Fachkräfte, IT-Technikerinnen, Juristen, Vertrieblerinnen und Marketingspezialisten. Inklusion und Integration drückt sich bei Bio in Zahlen aus: 37 Prozent der Hersteller und Händler beschäftigen Menschen mit Handicap; in 35 Prozent der Betriebe arbeiten Geflüchtete. Die Branche ist weiblich: 57 Prozent aller Beschäftigten in Bio-Handel und -Verarbeitung sind Frauen. 42 Prozent sind männlich, 1 Prozent bezeichnet sich als divers. Wenn man nur auf die Herstellung schaut, ist das Geschlechterverhältnis ausgeglichen mit 49,6 Prozent Frauen und 50,4 Prozent Männern. Damit steht es bei Bio mit der Chancengleichheit besser als in der gesamten Ernährungsindustrie, die 2023 nur 38 Prozent weibliche Mitarbeitende hatte.

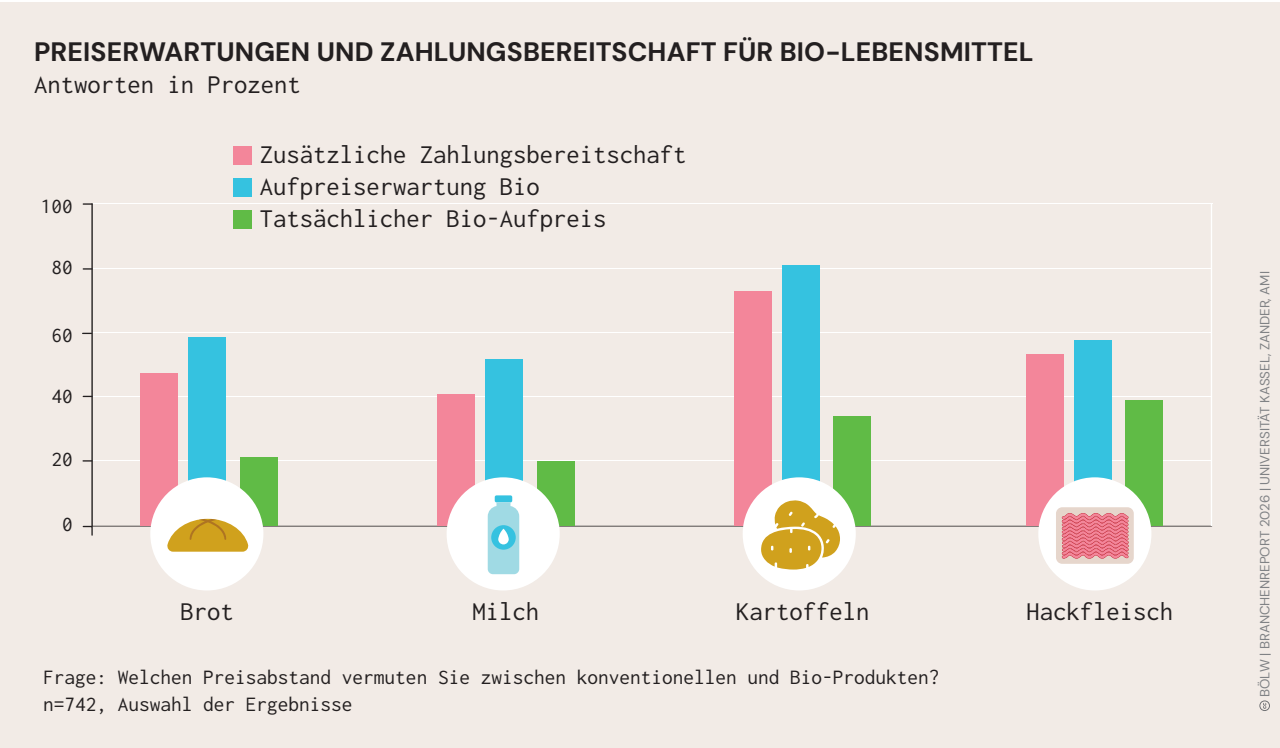


Hohe Zahlungsbereitschaft?

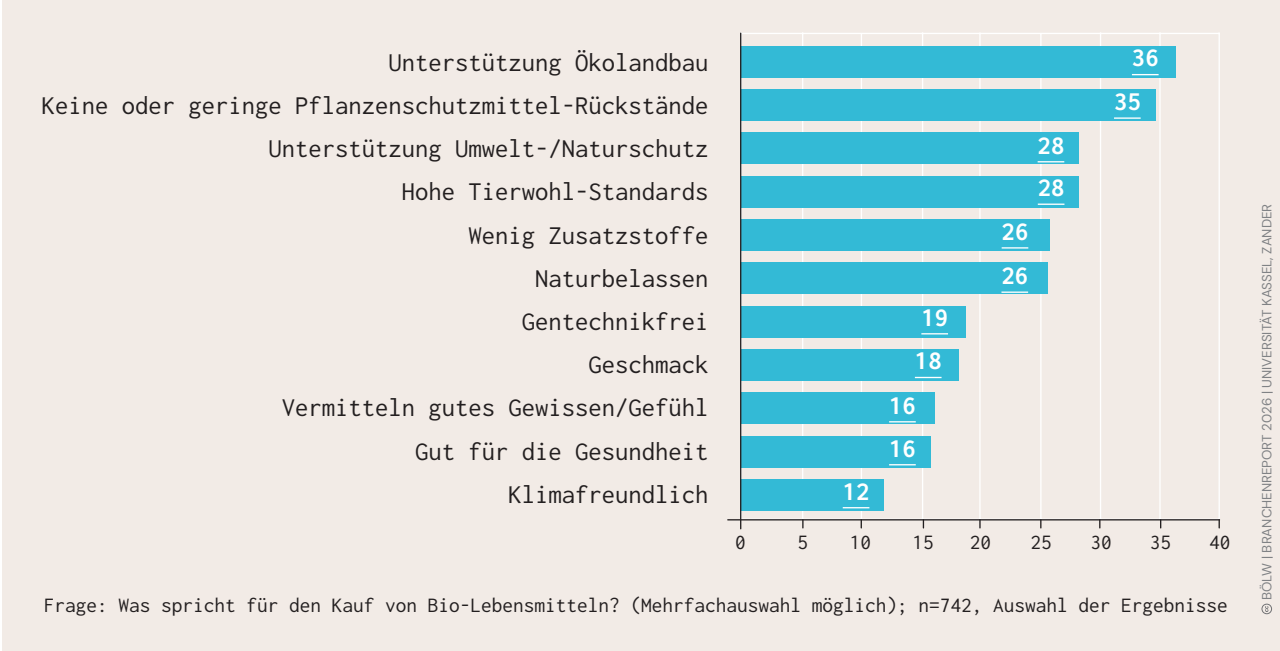
Ein Forscherteam der Uni Kassel hat Preiserwartungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern für Bio-Produkte abgefragt und sie mit deren Zahlungsbereitschaft sowie den realen Preisen verglichen. Ergebnis: Viele wären eigentlich bereit, genug auszugeben – halten Bio aber für teurer als es ist.

Zu hohe Preise gelten als größtes Hemmnis für den Kauf von Bio-Produkten. Dass die gefühlten Preise dabei aber die tatsächlichen übersteigen, wissen dabei viele nicht, wie eine Studie zeigt. Dazu wurden mehr als 700 zufällig ausgewählte Konsumentinnen und Konsumenten im Mai 2023 online nach den von ihnen vermuteten Aufpreisen für fünf Bio-Produkte gefragt: Brot, Milch, Kartoffeln, Hackfleisch und Spaghetti. Die Befragten schätzten die Aufpreise auf zwischen rund 60 und über 80 Prozent. In allen Fällen überstiegen diese Erwartungen die tatsächlich beobachteten Bio-Aufpreise. Diese waren real nämlich höchstens halb so hoch: etwa 20 bis 40 Prozent.

Verbraucherinnen und Verbraucher überschätzen demnach die Preise für Bio-Lebensmittel deutlich. Mögliche Gründe für diese Verzerrung sind eine gene-



GRÜNDE FÜR DEN KAUF VON BIO-LEBENSMITTELN
Antworten in Prozent



rell geringe Preiskennntnis bei Lebensmitteln sowie der gewohnheitsmäßig unter Zeitdruck erledigte Einkauf, der direkte Preisvergleiche selten zulässt. Hinzu kommt, dass Bio ein ausgeprägtes Hochpreisimage hat. In der medial vermittelten Diskussion werden häufig die hohen Bio-Preise betont – hier mögen auch die noch vor zehn Jahren deutlich höheren Preisunterschiede nachwirken.

Neben den Preiserwartungen wurde auch die Zahlungsbereitschaft für Bio-Lebensmittel abgefragt. Diese lag im Schnitt unter den erwarteten Aufpreisen, aber für die Beispielprodukte oberhalb der realen Bio-Aufpreise. So ist eine Wertschätzung für Bio-Produkte offenbar weit verbreitet, falsche Annahmen über deren Hochpreisigkeit stehen einem Kauf aber oftmals im Wege. Denn: Im Mittel waren viele Befragte bereit, mehr zu zahlen, als aktuell an Aufpreis anfällt.

Das Argument, zu hohe Bio-Preise verhinderten weiteres Marktwachstum, wird durch die Kasseler Studie relativiert. Statt primär über weitere Preissenkungen nachzudenken, sollten die realen Preisniveaus besser und häufiger kommuniziert werden.

Eine aktive Preispolitik kann helfen, die Preiswahrnehmung der Verbraucherinnen und Verbraucher stärker an die Realität anzunähern. Mögliche Maßnahmen sind:

- Produktpreise offensiv kommunizieren, insbesondere bei häufig gekauften Artikeln.
 - Neben höherpreisigen Produkten auch das Preiseinstiegssegment bedienen.
 - Gelegentlich Sonderangebote für häufig gekaufte Bio-Produkte anbieten, um den Zugang zu erleichtern, ohne das Vertrauen in die mit höheren Produktionskosten verbundene Bio-Qualität zu gefährden.
 - Niedrigschwellige und transparente Informationen zu Qualität und Wert von Bio bereitstellen, um das Image als hochwertiges, vertrauenswürdige Produkt zu stärken.
- Das Forscherteam hat in dem Zusammenhang auch gefragt, welche Motive ausschlaggebend für den Kauf von Bio-Produkten sind; mehrere Gründe konnten genannt werden. An erster Stelle liegt mit 36 Prozent der Wunsch, den Ökolandbau zu unterstützen, gefolgt von Sicherheit vor Rückständen von Pflanzenschutzmitteln (35 Prozent), dem Beitrag zum Umwelt- und Naturschutz (28 Prozent) und hohe Tierwohl-Standards (28 Prozent). „Sie schmecken gut“ landete mit 18 Prozent auf einem der hinteren Plätze.

Bio-Strategie der Drogisten

Drogeriemärkte sind mit 19,6 Prozent Spitzenreiter bei der Bio-Umsatzsteigerung in 2025 gegenüber dem Vorjahr. Was macht die Märkte so erfolgreich? Und wie holen sie die junge Generation Z ab, deren Lust auf Bio anderswo nachlässt?

Die Drogeriemärkte profilieren sich über ihr Kernthema Gesundheit. Dies schlägt sich in einer konsequenten Sortimentsstrategie nieder. Bei beliebten Kategorien bauen sie darüber hinaus die Sortimentsvielfalt aus, etwa bei Säften. Drogeriemärkte bieten pro Geschäft im Schnitt 24 verschiedene Bio-Fruchtsäfte an und haben damit 2025 das Sortiment um zwei Säfte ausgebaut laut Zahlen von NielsenIQ. Zum Vergleich: In Vollsortimentern sind durchschnittlich 18 Bio-Fruchtsäfte im Sortiment, das Angebot wurde im selben Zeitraum um einen Artikel erweitert.

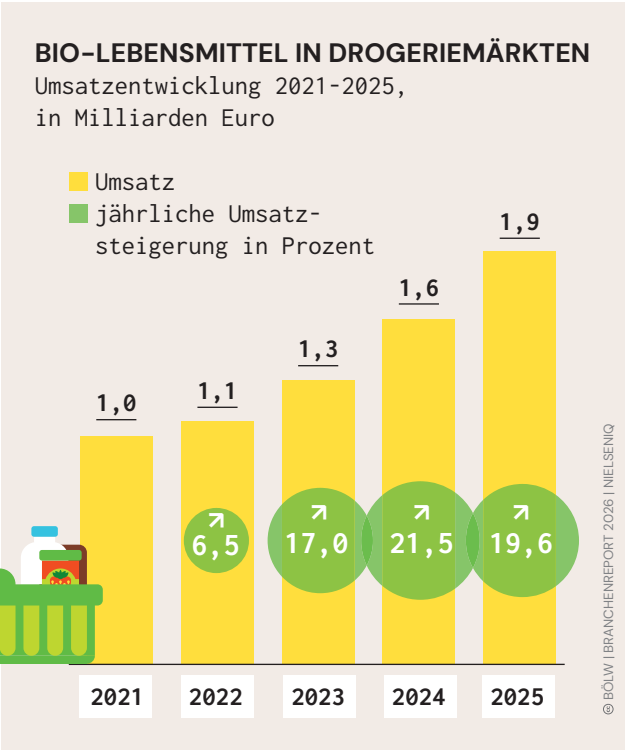
Aber auch in einer weniger gesunden Kategorie wird die Diskrepanz beim Bio-Sortiment zu Gunsten der Drogeriemärkte deutlich: bei Schokolade. Trotz gestiegener Preise hat sich die Anzahl der Käuferinnen und Käufer erhöht und treibt damit das Mengenwachstum. In Drogeriemärkten haben Schleckermäuler eine Auswahl von im Schnitt 44 Bio Schoko-Riegeln, -Tafeln oder -Eiern, bei den Vollsortimentern sind es nur 14.

In anderen Kategorien punkten die Vollsortimenter: Bei Bio-Kaffee bieten die Vollsortimenter fünf Artikel mehr an als die Drogeriemärkte. Doch das Potenzial wird auch in Vollsortimentern noch nicht ausgeschöpft: Obwohl die Nachfrage nach Bio-Kaffee zugelegt hat, blieb in beiden Vertriebs-schienen die Sortimentsauswahl konstant.

Die Einstellungen zu Bio formen die Rahmenbedingungen, unter denen eine Generation heranwächst.

Die GenZ – heute 13 bis 28 Jahre alt – ist die Generation, die 2023 den höchsten Ausgabenanteil unter den Generationen für Bio-Produkte aufwies: 6,6 Prozent. Damals war die Fridays-for-Future-Bewegung jung und deutlich lauter und aktiver als heute. Seitdem verliert Bio bei dieser Generation – die GenZ gab in 2024 6,2 Prozent und 2025 nur noch 5,5 Prozent ihrer (Taschen-)Gelder für Bio aus. Bei den nächst jüngeren Generationen, den Millenials (bis 44 Jahre) und der sogenannten GenX (bis 60 Jahre) sind die Anteile dagegen gewachsen, auf bis zu 6,2 Prozent.

Die Käuferreichweite innerhalb der GenZ für Bio-Lebensmittel ist mit dem Ausgabenanteil gesunken, von 93 Prozent auf 90 Prozent. Dabei kommen insbesondere den Discontnern und den Vollsortimentern die GenZ abhanden. Kaufen im Jahr



2024 noch etwa 75 Prozent aller GenZ im Discount Bio-Produkte, waren es 2025 nur 68 Prozent.

Discounter verlieren bei allen Generationen an Käufern; die Vollsortimenter können ihre Käuferschaft dagegen in allen Generationen bis auf der GenZ konstant halten. Die Drogeriemärkte dagegen überzeugen jede Generation mit ihrem Bio-Sortiment und ziehen dazu neue Käuferinnen und Käufer in ihre Geschäfte.

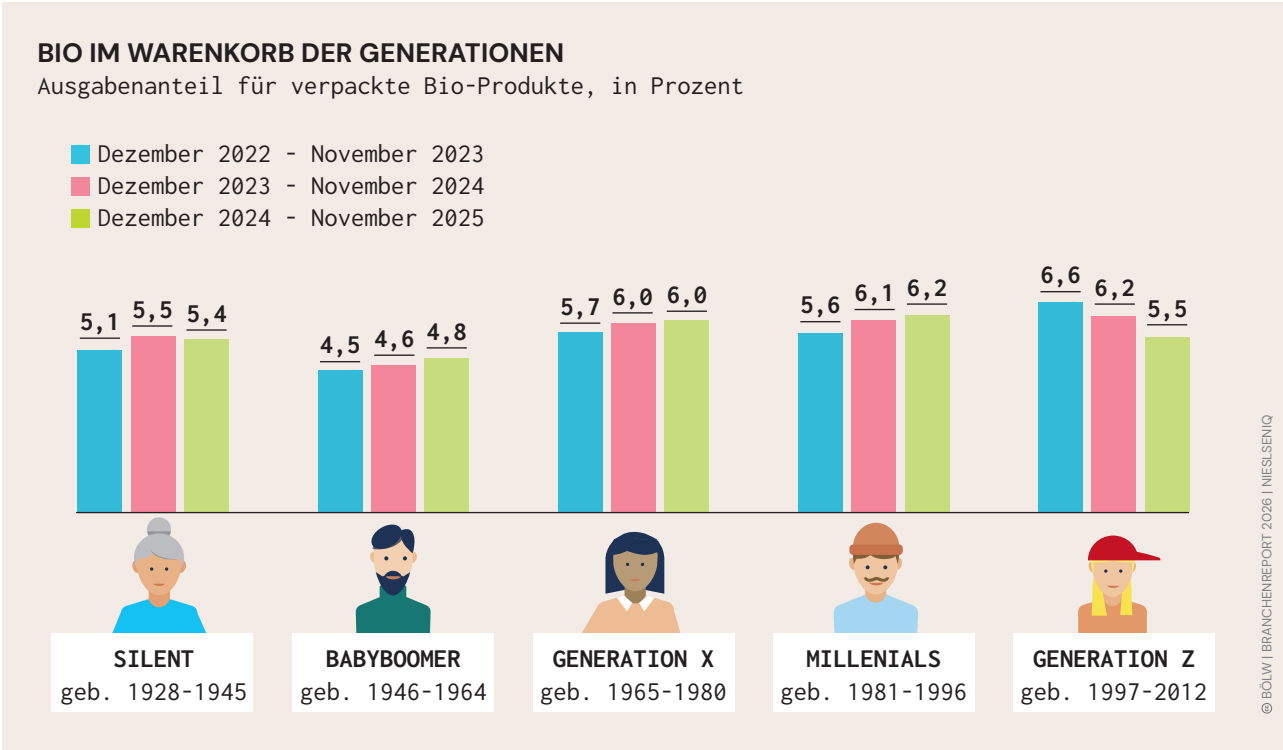
Drogeriemärkte erwirtschaften mehr als zehn Prozent des gesamten Bio-Umsatzes.

Aktuell erwirtschaften die Drogeriemärkte 20,4 Prozent des verpackten Bio-Food-Umsatzes im erweiterten LEH – für den Food-Umsatz insgesamt spielen sie mit einem Anteil von 2 Prozent dagegen fast keine Rolle, zumal sie meist keine Kühlmöglichkeiten haben. Die Vollsortimenter verlieren Marktanteile und liegen im LEH mit verpackten Bio-Produkten bei 48,2 Prozent, bleiben aber Verkaufskanal Nummer Eins für Bio.

Wenn man aber den Umsatz pro Geschäft betrachtet, können die Drogeriemärkte pro Filiale mehr Umsatz mit Bio generieren als ein Vollsortimenter: Drogerien sind beim Umsatz pro Geschäft die Spitzenreiter, gefolgt von den Vollsortimentern und den Discountern. In allen drei Vertriebs-schienen wächst der Umsatz pro Geschäft mit verpackten Bio-Food-Artikeln Jahr um Jahr stetig um rund 10 Prozent.

Eine Vorliebe für proteinreiche Produkte und Snacks einerseits sowie das Interesse an Tierwohl andererseits prägen die Generationen GenZ und Millennials. Die Top-Drei-Bio-Kategorien der Jüngeren sind nach den generationsübergreifend an Stelle Eins rangierenden Teigwaren an Nummer Zwei Milchmischgetränke, insbesondere auf Pflanzenbasis, gefolgt von Reisgebäck. Bio-Reisgebäck konnte in 2025 1,9 Millionen neue Haushalte erobern! Wie unterschiedlich die Generationen ticken, zeigt ein Vergleich mit den Top-Drei-Bio-Artikeln der Baby-Boomer: Teigwaren, Speiseöl, Trinkmilch.

Damit Bio für die Jugend wieder relevanter wird, ist es wichtig, ihre Bedürfnisse zu erkennen und diese in der Vermarktung von Bio herauszuarbeiten – insbesondere via Social Media.



Regional oder Bio oder beides?

Als ‚regional‘ ausgezeichnete Produkte sind beliebt, gelten sie doch als umweltfreundlich und heimatsnah. Womöglich ist das Marketing mit dem Label oft nur eine Spielart des Greenwashing – und das nicht nur, weil der Transport kaum ins Gewicht fällt in der Öko-Bilanz.

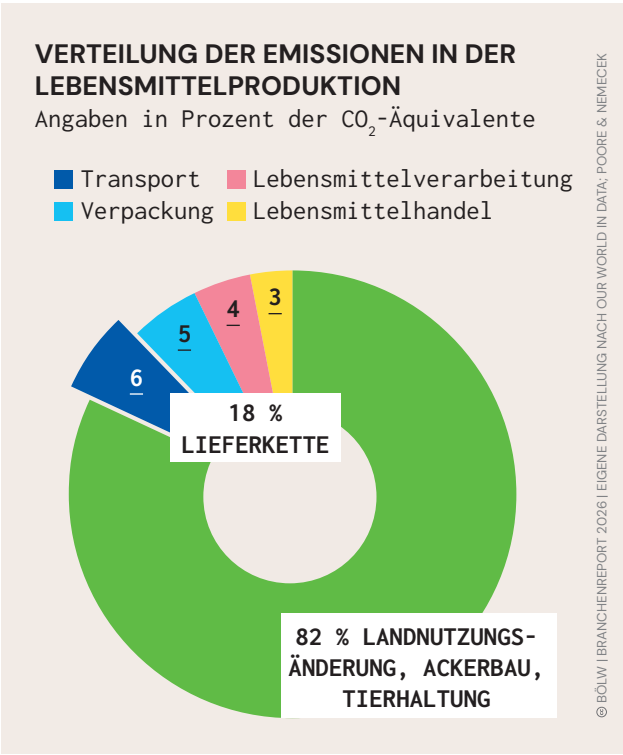
Was Nachhaltigkeit angeht, kommen regional ausgelobte Produkte nicht mit Bio-zertifizierten mit – auch wenn das viele meinen. Das Problem fängt bei der Definition an. Der Begriff ‚regional‘ ist nicht geschützt und wird nach Belieben ausgelegt. Die strengste ist „erzeugt in maximal 50 Kilometer Entfernung“, weniger streng „im selben Bundesland“ oder „aus diesem oder angrenzenden Bundesländern“ oder eben nur „in Deutschland“ oder sogar „in Europa“.

Das Bundesumweltministerium hat mögliche Nachhaltigkeitseffekte einer Regionalisierung von Lebensmittelketten erforschen lassen. Ergebnis: Es gibt keine eindeutigen Vorteile regionaler Systeme unter Nachhaltigkeitsaspekten. Sogar vermeintlich positive Klima-Effekte durch kurze Transportwege fallen weg aufgrund der regional oft kleineren Chargen und dadurch bedingten Effizienznachteilen gegenüber großvolumigen Ferntransporten. Empfehlung der Forschenden: Regionalität immer zusätzlich mit definierten Standards wie Bio oder Fairtrade ausloben, deren Nachhaltigkeit belegt ist.

Die Umweltwirkung eines Lebensmittels wird nämlich maßgeblich durch dessen Erzeugung bestimmt: also etwa durch den Einsatz von mit fossiler Energie hergestelltem Dünger oder durch die Verwendung von Pflanzenschutzmitteln, die Gewässer und Insekten schädigen können. Der Anteil der klimaschädlichen Emissionen von Transport und Logistik schlägt laut einer Science-Studie im Lebensmittel-Sektor mit nur

sechs Prozent zu Buche. Die regionale Herkunft eines Produkts verbessert den Fußabdruck also bestenfalls geringfügig.

Das Futter für ein regionales Produkt tierischer Herkunft kann sogar aus Südamerika kommen, dort oft angebaut auf abgeholzten Waldflächen. Auch können die Nutztiere regional unter aus tierethischer Sicht kritischen Bedingungen gehalten werden. Und zwar derartig konzentriert, dass die anfallende Gülle das Grundwasser schädigen kann. Die hohen Nitrat-Konzentrationen in tierhaltungsintensiven Regionen zeigen, dass eine regionale Produktion hier nicht zwingend nachhaltig ist. Ob ein regionales Produkt handwerklich oder industriell hergestellt wurde, wird von einer Regional-Auslobung nicht erfasst. Angesichts der hohen Verluste an handwerklich-mittelständischen Verar-



VERGLEICH BIO, REGIONAL UND BIO-REGIONAL

✓ abgesichert durch wissenschaftliche Studien bzw. durch Gesetze und Verordnungen
(✓) erwartbar

	BIO	REGIONAL	BIO-REGIONAL
klare Definition & klares Regelwerk	✓	-	-
sanktionsbewehrte Kontrolle	✓	-	✓
mehr Biodiversität	✓	-	✓
mehr Bodenfruchtbarkeit	✓	-	✓
mehr Gewässerschutz	✓	-	✓
hohe Tierwohlstandards	✓	-	✓
flächengebundene Tierhaltung	✓	-	✓
keine synthetischen Düngemittel	✓	-	✓
keine chemisch-synthetischen Pestizide	✓	-	✓
keine Gentechnik	✓	-	✓
kurze Verkehrswege	-	(✓)	(✓)
regionale Wertschöpfung	-	(✓)	(✓)
klare Kennzeichnung	✓	✓*	-

* nur beim Regionalfenster

beitungsunternehmen wie etwa Bäckern in den letzten Jahrzehnten ist sogar zunehmend wahrscheinlich, dass ‚regional‘ verarbeitete Produkte aus industrieller Produktion stammen. Hier kann eine Fokussierung auf

Zur Art der Tierhaltung gibt „Regional“ keine Auskunft.

‚regional‘ sogar schädlich wirken, weil damit Angebote des Lebensmittelhandwerks aus etwas größerer Distanz in den Hintergrund gedrängt werden.

Auf der Habenseite von ‚regional‘ können kürzere Transportwege sowie Beiträge zur Wertschöpfung und Beschäftigung in der wie auch immer dimensionierten ‚Region‘ stehen. Nachhaltigkeit in der Erzeugung oder

in der Verarbeitung wird damit freilich nicht adressiert. Das freiwillig nutzbare Label „Regionalfenster“ etwa weist – ebenso wie einige kleinere Regionallabel – nur aus, wo etwas erzeugt bzw. verarbeitet wurde. Über das für die Nachhaltigkeit eines Produkts entscheidende „Wie“ sagt es nichts aus. Die Art der Erzeugung und Verarbeitung und damit der Einfluss auf Mensch, Tier und Umwelt wird mit ‚regional‘ nicht adressiert.

Fazit: Nur in Kombination mit der Biozertifizierung sind regionale Produkte zuverlässig ökologisch wertvoll. Denn im Gegensatz zu ‚regional‘ gibt es für ‚Bio‘ ein Regelwerk, das festlegt, wie Bio-Lebensmittel erzeugt und verarbeitet werden müssen, damit sie die Label der EU und der Bio-Anbauverbände tragen dürfen. Bundesländer wie Baden-Württemberg, Bayern und Hessen kombinieren zertifizierte Bioqualität mit einem eigenen Regionallabel. So wird ‚regional‘ zum Tüpfelchen auf dem i in ‚Bio‘.

Preisschwankungen sorgen für Licht und Schatten

Stabile Nachfrage allein schützt nicht vor starken Preisschwankungen: Angebotsausweitungen, Marktsättigung und Entwicklungen im konventionellen Bereich sowie im Ausland beeinflussten die Bio-Erzeugerpreise im Jahr 2025 stärker denn je.

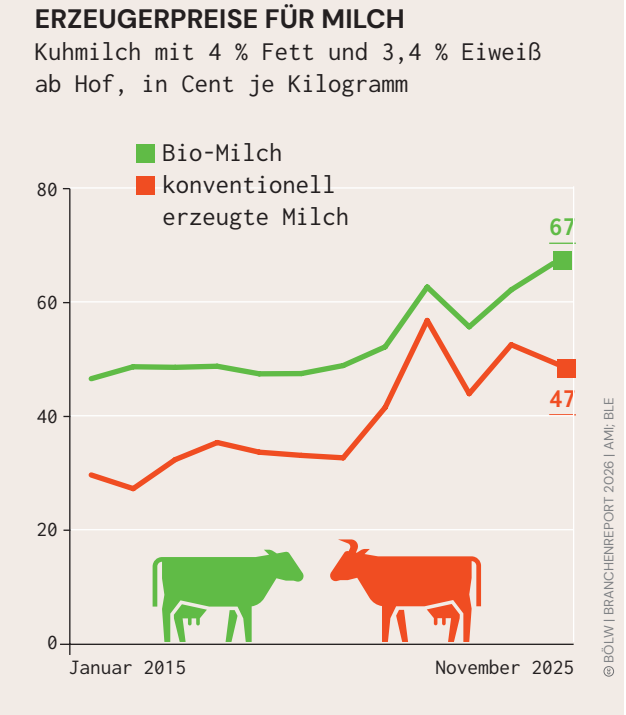
Die Erzeugerpreise für Bio-Produkte in Deutschland entwickelten sich 2025 uneinheitlich. Während Bio-Milch nach dem Rekordjahr 2024 auch 2025 auf hohem Niveau verharrte und sich der Preisabstand zur konventionellen Ware weiter vergrößerte, gerieten andere Bio-Märkte deutlich unter Druck. Besonders Bio-Kartoffeln verzeichneten nach hohen Preisen aus der Vorsaison einen Preisverfall. Auch für einige Bio-Gemüsekulturen und für Bio-Äpfel prägen niedrigere Preise das Marktgeschehen. Angebotsausweitungen, Marktsättigung und Entwicklungen im konventionellen Bereich sowie im Ausland beeinflussen die Bio-Erzeugerpreise 2025 stärker denn je.

Bio-Milchpreise erreichen einen neuen Höchststand.

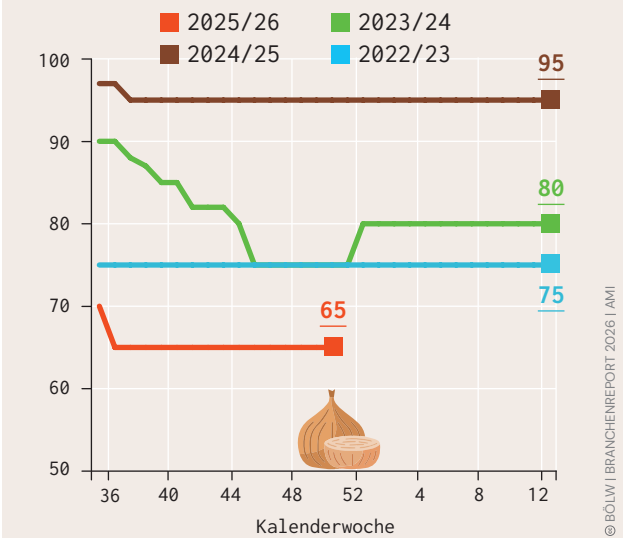
Nach dem Rekordjahr 2024 haben die Bio-Milcherzeugerpreise auch 2025 erneut ein sehr hohes Niveau erreicht. Im Jahresverlauf legten die Preise zunächst deutlich zu, ehe sich die Aufwärtsdynamik im Herbst spürbar abschwächte. Zum Jahres-

ende zeichnet sich eine Stabilisierung auf erhöhtem Niveau ab. Deutlich ausgeweitet hat sich dabei der Preisabstand zu konventionell erzeugter Milch. Die konventionellen Erzeugerpreise gerieten im Spätsommer und Herbst zunehmend unter Druck, wodurch sich der Preisabstand zwischen Bio- und konventioneller Milch auf 15 Cent/Kilogramm vergrößerte. Bei unveränderten Bio-Milchpreisen in den Monaten November und Dezember dürfte 2025 ein Jahresdurchschnittspreis von mehr als 65 Cent/Kilogramm erreicht werden.

Die Erzeugerpreise für Bio-Kartoffeln und Bio-Zwiebeln präsentierten sich im Jahr 2025 zwei-



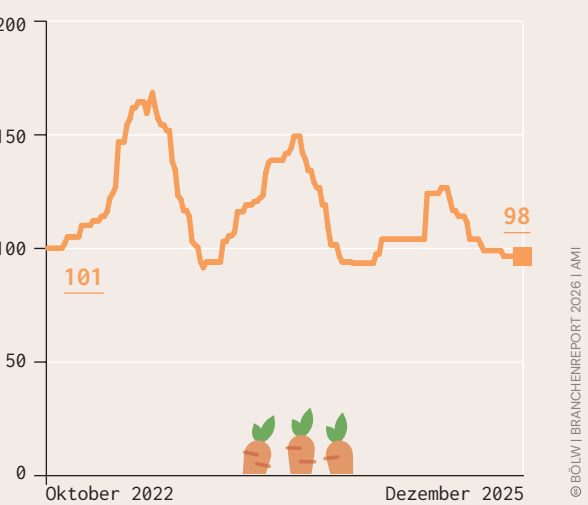
ERZEUGERPREISE FÜR BIO-ZWIEBELN
bei Abgabe frei Packbetrieb in Euro je 100 Kilogramm



geteilt. In der ersten Jahreshälfte wirkten noch die vergleichsweise hohen Preise aus der zweiten Saisonhälfte 2024/2025 nach, die maßgeblich auf die knappe heimische Ernte im Vorjahr zurückzuführen waren. Mit der neuen Saison 2025/2026 hat sich die Marktversorgung jedoch grundlegend verbessert. Flächenausdehnungen sowie insgesamt günstige Witterungsbedingungen führten zu höheren Angebotsmengen, wodurch die Erzeugerpreise stark unter Druck gerieten und insbesondere für Bio-Kartoffeln auf ein vielfach nicht kostendeckendes Niveau fielen. Grund war, dass die abnehmende Hand den gesamten Kartoffelmarkt stark nach unten zog, nachdem der Preis für konventionelle Kartoffeln aufgrund des Überangebots gesunken war. Bei Bio-Zwiebeln belebte sich der Markt mit den niedrigeren Preisen zum Saisonstart deutlich.

Bei Bio-Möhren spiegeln die Erzeugerpreise 2025 das Marktgeschehen kaum wider. Weniger Bio-Möhren treffen auf eine ausgesprochen lebhaft Nachfrage. Und dennoch steigen die Preise kaum – vielmehr verharrten sie auf dem dauerhaft niedrige Preisniveau 2024/2025. Damals übertraf das Angebot allerdings die Nachfrage; und die abnehmende Hand ließ kaum

ERZEUGERPREISE FÜR BIO-MÖHREN
Lieferpreise frei Packbetrieb an den Lebensmitteleinzelhandel in Euro je 100 Kilogramm



betriebswirtschaftlich notwendige Preissteigerungen zu. In der aktuellen Saison 2025/2026 deckeln vor allem preisgünstige Importe aus den Niederlanden und Dänemark sowie preisgünstige Aktionen im LEH die Erzeugerpreise.

Deutsche Bio-Äpfel: Größere Ernte verlängert Saison – aber drückt die Preise.

Die Bio-Äpfelernte fiel 2025 größer aus als noch im Sommer prognostiziert. Damit erreichte die Produktion nach den beiden schwachen Vorjahren wieder das Niveau des Jahres 2022. Entsprechend haben in den zurückliegenden Monaten Mitbewerber aus dem europäischen Ausland ihre Lieferungen durch die bessere Versorgungslage in Deutschland gedrosselt. Obwohl der Absatz etwas über dem Durchschnitt der zurückliegenden Jahre liegt, blieb der Markt angespannt: Die abnehmende Hand konnte aufgrund des größeren Angebots die Preise drücken.

Mehr Gemüse, weniger Getreide

Der ökologische Landbau in Deutschland wuchs 2024 um moderate 0,4 Prozent – mit fünf Prozent dabei deutlich bei Gemüse. Grund waren strukturelle Herausforderungen: sinkende Betriebszahlen, schwache Zuwachsraten bei Ackerbaukulturen und in der Bio-Tierhaltung.

Ökologisch wertvolles Dauergrünland machte im deutschen Bio-Anbau 2024 mit rund 965.000 Hektar gut die Hälfte der gesamten Fläche aus. Zum Vergleich: In der gesamtdeutschen Landwirtschaft beträgt der Dauergrünland-Anteil 29 Prozent. Es ist für die Futterversorgung von Wieder-

käuern von zentraler Bedeutung. Ackerflächen hatten einen Anteil von 46 Prozent an der Ökofläche. Die restlichen vier Prozent entfallen auf Dauerkulturen wie zum Beispiel Obstplantagen oder Streuobst. Deutliches Wachstum kam 2024 aus dem Bio-Gemüsebau. Die Freiland-Gemüsefläche wuchs um gut fünf Prozent auf 19.018 Hektar. Damit hat sich die Bio-Gemüsefläche seit der ersten amtlichen Erhebung im Jahr 2012 nahezu verdoppelt. Mit den gestiegenen Flächen holten die Gemüsebauern 498.393 Tonnen Bio-Gemüse vom Feld. Das entspricht einem Anstieg von 9,7 Prozent gegenüber 2023 und ist das bis dato höchste Ernteergebnis. Die Anbaufläche von Bio-Gemüse stellte im Jahr 2024 etwa 15,2 Prozent an der gesamten Gemüsefläche, während sich der Bio-Anteil an der gesamten Erntemenge auf 12,6 Prozent belief.

Die Bio-Getreidefläche schrumpfte 2024 zum zweiten Mal in Folge: um 13.000 Hektar auf 397.000 Hektar. Ursache waren ungünstige Witterungsbedingungen im Herbst 2023, die vielerorts die Aussaat von Wintergetreide verhinderten. Entsprechend sank auch die Bio-Getreideernte in der Saison 2024/25 auf 1,3 Millionen Tonnen inklusive Mais. Rückläufig war auch der Anbau von Bio-Körnerleguminosen – dabei baut der Rückgang auf den Defiziten der Vorjahre auf. Aufgrund der Witterung und eines verstärkten Anbaus von Feinleguminosen, wie zum Beispiel Luzerne oder Klee, schrumpfte die Fläche 2024 um 11.000 Hektar auf insgesamt 55.000 Hektar. Da die Hülsenfrüchte als Eiweißlieferanten für die Fütterung benötigt werden, steigt somit der Anteil an Importware am Markt.

Mehr als 15 Prozent der deutschen Gemüsefläche ist Bio.

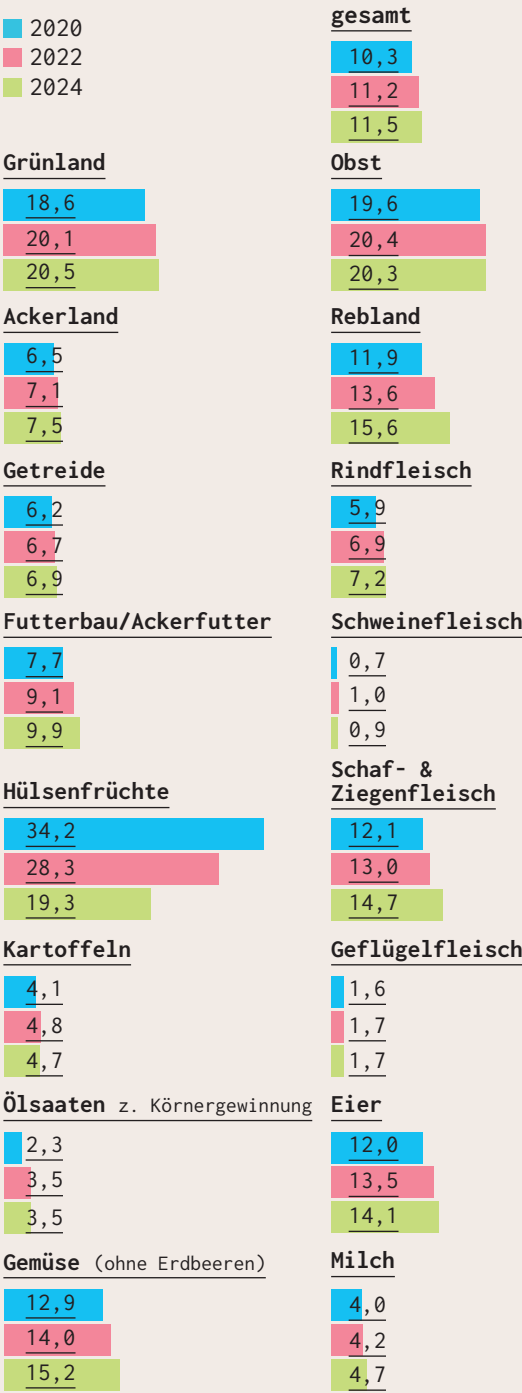
Die Anbaufläche von Bio-Ölsaaten belief sich 2024 auf 42.100 Hektar – 3,5 Prozent des gesamtdeutschen Anbaus. Vor allem Sonnenblumen sind im Ökolandbau wichtig, haben jedoch nach der Rekordfläche von 19.000 Hektar im Jahr 2023 ein Jahr später etwa 4.000 Hektar eingebüßt. Ursache dafür waren ein hohes Angebot gegenüber einer schwächeren Nachfrage und somit niedrige Preise.

In der Tierhaltung verlief die Entwicklung verhalten. Die Bio-Milchanlieferung stieg 2024 um 1,9 Prozent auf einen neuen Höchststand von 1.409 Millionen Kilo, blieb aber deutlich hinter dem Vorjahreswachstum zurück. Der Bio-Anteil erhöhte sich leicht auf 4,7 Prozent, während die konventionelle Milchmenge infolge sinkender Kuhbestände und der Blauzungenkrankheit sank.

Auch bei Bio-Rindfleisch war das Bild gemischt. Die Produktion stieg 2024 um zwei Prozent auf 72.100 Tonnen Schlachtgewicht, doch seit Frühjahr 2025 ist das Angebot knapp. Die Bio-Schweinehaltung ist weiter zurückgegangen: 2024 wurden im Schnitt 161.000 Schweine gehalten, der Produktionsanteil sank auf 0,9 Prozent. Trotz gestiegener Preise bleibt Bio-Schweinefleisch knapp; 2025 setzten Umstellungen nur verhalten wieder ein, wodurch die Importe – vor allem aus den Niederlanden und Dänemark – weiter zunehmen.

ENTWICKLUNG DER BIO-ANTEILE IN DER LANDWIRTSCHAFTLICHEN PRODUKTION

Anteile an der Gesamtanbaufläche (pflanzliche Produkte) oder Gesamtmenge (tierische Produkte) in Prozent



PRODUKTIONSSTRUKTUR DES DEUTSCHEN ÖKOLANDBAUS

Kulturen/Tierarten (Einheit)	2021	2022	2023	2024	Wachstum 2024
Grünland (ha)	910.000	950.000	955.000	965.000	1,0 %
Ackerland (ha)	810.000	834.000	868.000	878.000	1,2 %
Getreide (ha)	384.000	412.000	410.000	397.000	-3,2 %
Futterbau/Ackerfutter (ha)	254.000	252.000	274.000	288.000	5,1 %
Hülsenfrüchte (ha)	71.000	67.000	66.000	55.000	-16,7 %
Kartoffeln (ha)	12.000	12.800	12.400	13.200	6,5 %
Ölsaaten zur Körnergewinnung (ha)	33.200	43.300	42.900	42.100	-1,9 %
Gemüse ohne Erdbeeren (ha)	18.221	17.563	18.095	19.018	5,1 %
Obst (ha)	12.219	12.931	13.393	12.273	-8,4 %
Rebland (ha)	12.500	13.800	15.300	15.800	3,3 %
Rindfleisch (t)	66.900	68.800	70.700	72.100	2,0 %
Schweinefleisch (t)	33.500	40.600	39.500	36.000	-8,9 %
Schaf- und Ziegenfleisch (t)	4.230	4.130	4.350	4.250	-2,3 %
Geflügelfleisch (t)	29.450	27.810	28.070	29.570	5,3 %
Eier (Mio. Stk.)	1.933	1.989	1.960	2.132	8,7 %
Milch (t)	1.266.200	1.317.700	1.382.200	1.409.161	2,0 %

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2026 | AMI

© BÖLW | BRANCHENREPORT 2026 | AMI

Höhere Preise, mehr Einnahmen

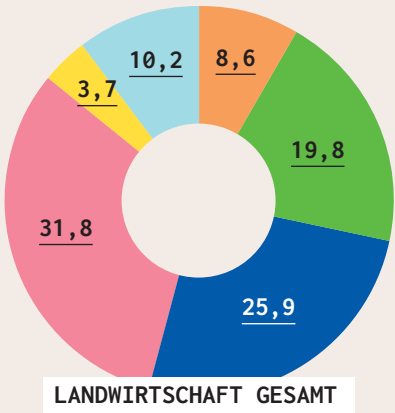
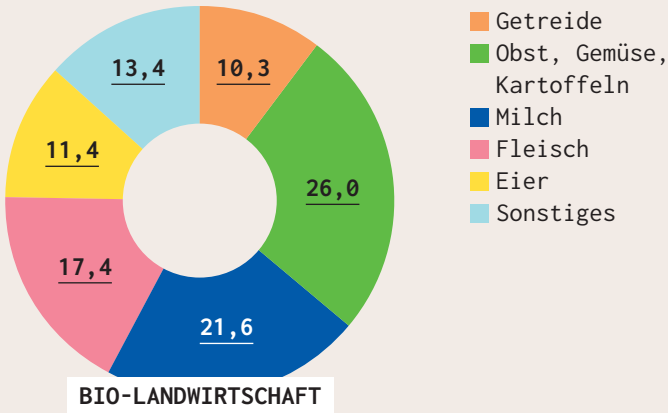
Die Verkaufserlöse der Bio-Landwirte in Deutschland sind nach einem Rückgang 2023 im Jahr 2024 wieder gestiegen. Die Einnahmen erhöhten sich um 6,3 Prozent auf insgesamt 3,84 Milliarden Euro. Die Steigerung lag vor allem an höheren Preisen für Gemüse und Fleisch.

Die Verkaufserlöse aus Rindfleisch stiegen 2024 um 17 Prozent auf 322 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr. Besonders Kälber brachten mit 67 Millionen Euro gut ein Fünftel (21 Prozent) höhere Verkaufserlöse. Die Schlachtungen von Ochsen und Kühen nahmen zu, während die von Jungbull

leicht zurückgingen. Auch die Verkaufserlöse aus Geflügel stiegen um 4 Prozent. Beim Schweinefleisch sanken die Verkaufserlöse um 1 Prozent auf 157 Millionen Euro. Grund dafür war, dass 9 Prozent weniger Schweine geschlachtet wurden als noch 2023. Milch blieb mit 829 Millionen Euro das mit Abstand wichtigste Produkt, bezogen auf die Verkaufserlöse für Bio-Produkte. Die Menge an Milch stieg 2024 leicht um 1,7 Prozent, und die Preise legten ebenfalls kontinuierlich zu. Insgesamt stiegen die Verkaufserlöse aus Milch um 2 Prozent.

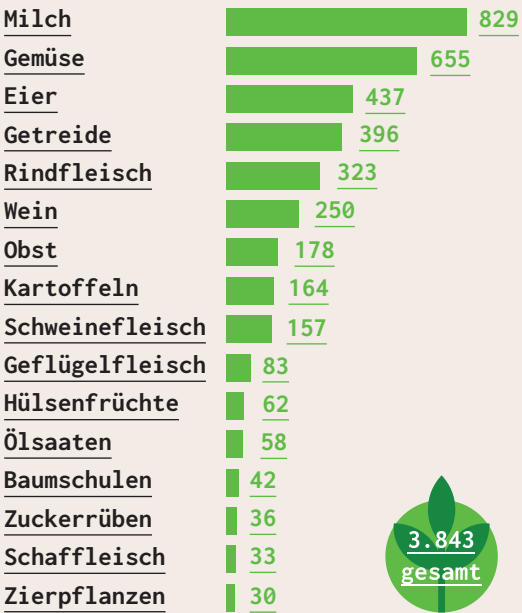
Die Verkaufserlöse aus Gemüse stiegen erneut um 10 Prozent auf 656 Millionen Euro. Da die Anbaufläche für Bio-Gemüse im Jahr 2024 erweitert wurde, fiel auch die Ernte größer aus. An dritter Stelle der Verkaufserlöse für Bio-Lebensmittel stehen Eier mit 437 Millionen Euro. Die Erlöse stiegen um 13 Prozent. Es wurden mehr Eier produziert und die Preise fielen höher aus. Im Jahr 2024 machten Bio-Eier ein Fünftel – 20 Prozent – der

ANTEILE AN DEN VERKAUFSERLÖSEN NACH PRODUKTGRUPPEN 2024
Angaben in Prozent

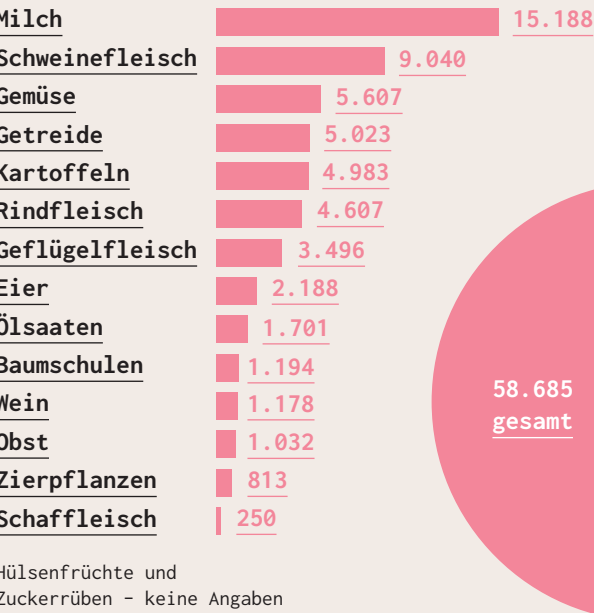


VERKAUFSERLÖSE DER DEUTSCHEN LANDWIRTSCHAFT 2024
in Millionen Euro

BIO-LANDWIRTSCHAFT



KONVENTIONELLE LANDWIRTSCHAFT



gesamten Verkaufserlöse für Eier auf der landwirtschaftlichen Produktionsstufe aus.

Nach einem Rückgang 2023 stiegen die Verkaufserlöse aus Getreide um 11 Prozent auf 396 Millionen Euro. Auch hier waren höhere Preise bei knapper Versorgung der Grund, denn die Erntemenge sank durch kleinere Anbauflächen und regnerisches Wetter um 9 Prozent. Besonders Hafer, Mais, Weichweizen und Roggen brachten höhere Verkaufserlöse. Die Qualitäten fielen 2024 witterungsbedingt besser aus als im Vorjahr, so dass mehr Getreide als Speisegetreide vermarktet werden konnte. Rückgänge der Verkaufserlöse gab es bei Braugerste, Dinkel und Triticale, vor allem, weil diese auf kleineren Flächen angebaut wurden – und die Erntemenge dementsprechend sank.

Trotz einer Rekordanbaufläche von 13.200 Hektar gab es bei Kartoffeln Ertragseinbußen. Höhere Preise aufgrund der knappen Versorgung konnten die geringere Ernte nicht vollumfänglich ausgleichen. So gaben die Verkaufserlöse leicht um 1,6 Prozent nach auf 164 Millionen Euro.

Die Verkaufserlöse aus Wein gingen im Jahr 2024 um 4 Prozent auf 250 Millionen Euro zurück. Zwar stiegen die Preise, doch die Ernte war deutlich kleiner. Erfreulich: Der Anteil von Bio-Wein an den gesamten Verkaufserlösen für Wein stieg auf mehr als 20 Prozent an – während die Verkaufserlöse von konventionellem Wein sanken.

Der Anteil von Bio-Wein an allen Wein-Verkaufserlösen lag bei mehr als 20 Prozent.

Fast auf dem Niveau von 2023 blieben die Verkaufserlöse aus Bio-Obst, sanken nur geringfügig um 2 Prozent. Insbesondere die Apfelernte war durch schlechtes Wetter geringer. Höhere Preise für Bio-Obst konnten die Verluste allerdings teilweise abmildern.

Europas Bio-Markt im Aufschwung

Die Europäer gaben 58,7 Milliarden Euro im Jahr 2024 für Bio-Produkte aus – fünf Prozent mehr als im Vorjahr. In Belgien, Norwegen und Luxemburg wuchsen die Bio-Umsätze sogar zweistellig. Bürgerinnen und Bürger der EU gaben 2024 im Schnitt 110 Euro für ihre Bio-Käufe aus.

Europas Bio-Markt hat sich 2024 weitgehend vom Einbruch nach Russlands Angriff auf die Ukraine erholt und ist in vielen Ländern wieder gewachsen. Das zeigt die gemeinsame Auswertung des Forschungsinstitutes für biologischen Landbau (FiBL) und der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI). Deutschland blieb der mit Abstand größte Bio-Markt in Europa und hat 2024 mit einem Wachstum von 5,7 Prozent erheblich zum europäischen Marktwachstum beigetragen. Das Plus ging vor allem auf gestiegene Einkaufsmengen zurück und nicht auf Preissteigerungen wie noch 2023. Belgierinnen und Belgier gaben 2024 fast zwölf Prozent mehr Geld für Bio aus – insbesondere für Bio-Fleisch. Niederländer, Norwegerinnen, Österreicher, Luxemburger und Britinnen trugen ebenfalls deutlich überdurchschnittlich zum europäischen Marktwachstum bei; Norwegen sogar mit einem Zuwachs von 21 Prozent.

In den Niederlanden wuchs Bio in Fachmärkten und Online stärker als im Lebensmitteleinzelhandel.

Frankreich lag im europäischen Ranking nach Bio-Umsätzen an Stelle zwei mit insgesamt 12,2 Milliarden Euro. Das Plus von 0,9 Prozent von 2023 auf 2024 stammt aus Einkaufskanälen außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels, der weiterhin Rückgänge verzeichnete. Immer noch wurden dort Produkte aufgelistet, so dass Naturkosthandel, Direktvermarktung und Lebensmittelhandwerk mit breiteren Bio-Sortimenten punkteten und somit teils deutliches Wachstum zeigten. Hatte der französische Le-

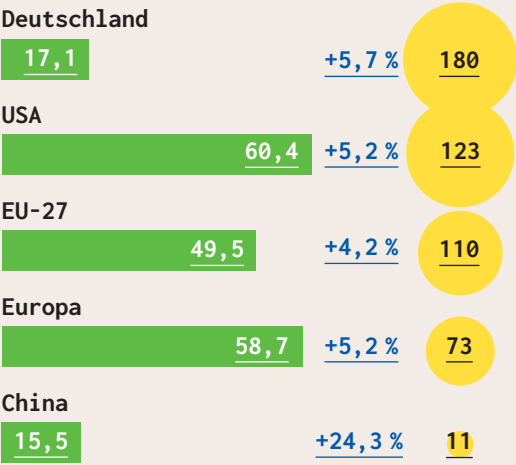
BIO-UMSATZ IN EUROPA NACH LÄNDERN 2024
ohne Außer-Haus-Verpflegung und Export, Auswahl

	Bio-Umsatz- anteil in Prozent	Umsatz je Einwohner in Euro	Umsatz in Millionen EUR	Wachstum in Landeswährung in Prozent
Schweiz	12,3	494	4.354	1,8
Dänemark	11,6	375	2.223	3,1
Österreich	11,4	317	2.888	8,7
Luxemburg	9,0	272	180	20,2
Schweden	6,7	190	2.006	-1,5
Deutschland	6,5	201	16.990	5,7
Frankreich	5,7	178	12.176	0,8
Italien	4,0	88	5.195	5,9
Belgien	3,9	112	1.287	11,6
Niederlande	3,7	106	1.880	9,6
Spanien	3,3	59	2.724	-0,9
Finnland	1,9	60	335	-4,8
Norwegen	1,8	84	463	21,3
Vereinigtes Königreich	1,8	62	4.126	7,4
Tschechien	1,6	27	295	keine Angabe
Polen	0,8	13	465	keine Angabe
Ungarn	0,6	10	98	14,0

* Länder, von denen aktuelle Zahlen vorliegen

BIO-UMSATZ WELTWEIT 2024

- Umsatz in Milliarden Euro
- Wachstum im Vergleich zum Vorjahr in Landeswährung in Prozent
- Umsatz je Einwohner in Euro



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2026 | AMI, FiBL

bensmitteleinzelhandel 2020 noch einen Marktanteil von 54 Prozent am Bio-Markt, sank der Anteil 2024 auf 48 Prozent – eine zu Deutschland konträre Entwicklung. Der Bio-Boom in den Niederlanden hielt auch 2024 an – mit einem Zuwachs von fast zehn Prozent. Insbesondere mit frischen Bio-Lebensmitteln konnte seit 2022 ein beachtliches Wachstum erzielt werden. Wie in Frankreich legten der Naturkost- und der Online-Handel deutlich stärker zu als der Lebensmitteleinzelhandel. Fisch, Fleisch und Brot- bzw. Backwaren waren die stärksten Kategorien. Dynamik zeigte auch das Vereinigte Königreich mit 7,4 Prozent Wachstum auf 3,49 Milliarden Pfund (umgerechnet 4,13 Milliarden Euro). Am Zuwachs sind dort die großen Supermärkte gleichermaßen mit dem Naturkosthandel beteiligt.

Mit 494 Euro pro Kopf und Jahr für Bio-Produkte führt seit Jahren die Schweiz das Ranking der Ausgaben pro Einwohner an. Allerdings ist hier das allgemeine Preisniveau ohnehin hoch. Dänemarks Pro-Kopf-Ausgaben landeten mit 375 Euro auf Platz zwei, Österreich mit durchschnittlich 317 Euro pro Kopf auf Platz drei. Deutschland landete 2024 mit Pro-Kopf-Ausgaben für Bio von im Schnitt 201 Euro auf Platz fünf nach Luxemburg mit 272 Euro. Während die EU-Bürger 110 Euro für Bio ausgaben, waren es im Schnitt aller europäischen Länder ohne Russland – also mit Bosnien & Herzegowina, Norwegen, der Schweiz, Türkei und der Ukraine – 100 Euro. Der weltgrößte Bio-Markt waren 2024 wieder die USA mit umgerechnet 60,4 Milliarden Euro Umsatz mit einem Wachstum von 5,1 Prozent im Vergleich zu 2023.

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft



Der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) ist der Spitzenverband deutscher Erzeugerinnen, Hersteller und Händlerinnen von Bio-Lebensmitteln und vertritt als Dachverband die

Interessen der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft in Deutschland. Mit Bio-Lebensmitteln und -Getränken setzten jährlich rund 56.500 Bio-Betriebe mehr als 18 Milliarden Euro um.



TINA ANDRES

Vorstandsvorsitzende

„Bio schützt die natürlichen Lebensgrundlagen und sichert damit die Ernährung von morgen. Außerdem schafft Bio Heimat – mit Molkereien und Käsereien und vielen anderen mittelständischen Lebensmittelherstellern. Bio gibt nahezu 400.000 Menschen Arbeit.“



PETER RÖHRIG

Geschäftsführender Vorstand

„Mit Bio können wir die Land- und Ernährungswirtschaft so umbauen, dass wir die Herausforderungen unserer Zeit meistern können, indem wir ein widerstandsfähiges und unabhängiges Ernährungssystem schaffen. Bio zeigt den Weg – weltweit.“



THOMAS LANG

Vorstand Landwirtschaft

„Biolandwirtschaft ist die treibende Kraft der Veränderung in der Land- und Lebensmittelwirtschaft. Unsere Biobäuerinnen und Biobauern arbeiten seit jeher regenerativ – denn sie wissen: Nur ein gesunder Boden kann gesunde Lebensmittel hervorbringen. Aus meiner persönlichen und beruflichen Erfahrung, insbesondere in der Außer-Haus-Verpflegung und im Bildungsbereich, ist es mir ein echtes Anliegen, Menschen zu begeistern und gemeinsam Lösungen für eine nachhaltige Zukunft zu entwickeln.“



MATTHIAS SINN

Vorstand Handel

„Wir alle wollen wissen, wo unsere Lebensmittel herkommen, wie sie produziert werden und welchen CO₂-Fußabdruck sie dabei hinterlassen. Ich bin der festen Überzeugung, dass „Bio“ ein wichtiges Puzzleteil für eine nachhaltige Landwirtschaft und damit auch eine nachhaltige Ernährung ist. Es ist unsere unternehmerische und politische Verantwortung, unsere Lebensmittelwirtschaft für die nachfolgenden Generationen zukunftsfähig aufzustellen.“

MITGLIEDER

Der BÖLW vereint als Spitzenverband der Bio-Branche 17 Mitglieder unter einem Dach: die gesamte Wertschöpfungskette der ökologischen Lebensmittelwirtschaft von der Landwirtschaft über die Lebensmittelherstellung bis zum Handel.

Biokreis



Der ökologische Anbauverband Biokreis steht seit 1979 für regionale, vertrauensvolle Netzwerke, für Tierwohl und handwerkliche Lebensmittelverarbeitung im Einklang mit der Natur. Gemeinsam mit seinen Mitgliedern aus Landwirtschaft & Imkerei, Verarbeitung & Handel und aus der Verbraucherschaft gestaltet der Biokreis kreativ und konsequent ökologischen Landbau. | www.biokreis.de

Bioland



Bioland ist der größte deutsche Öko-Anbauverband. Gemeinsame Werte verbinden seit über 50 Jahren die deutschen sowie Südtiroler Erzeugerinnen und Marktpartner aus Herstellung und Handel. Das gemeinsame Ziel: Der Umbau der Land- und Lebensmittelwirtschaft nach streng ökologischen Kriterien, um die Lebensgrundlagen auf unserer Erde zu bewahren. Bioland-Produkte werden breit vermarktet, vom Hofladen bis zum Discounter. | www.bioland.de

Bioland Verarbeitung & Handel e. V.

Bioland Verarbeitung & Handel e.V.



Der Bioland Verarbeitung & Handel e. V. (BVH) ist ein Zusammenschluss der Bioland-Partner aus den Bereichen Verarbeitung, Handel und Gastronomie. Er stellt seit 2020 den organisatorischen Rahmen zur Mitbestimmung der Bioland-Partner im Bioland e.V. Eingebettet in die Wertegemeinschaft des Bioland e.V. setzt sich der BVH für eine zukunftsfähige Land- und Ernährungswirtschaft ein und vertritt dabei die Interessen seiner Mitglieder nach innen und außen. | www.bioland.de/ueber-uns/bioland/bvh

Biopark



Biopark steht mit flächengebundenen Tierhaltung, ohne Anbindehaltung, und dem Einsatz von Rohwaren und Rohstoffen aus Deutschland für Öko-Landbau ohne Kompromisse. So bietet Biopark Fleischereien, Bäckereien, Mühlen, Molkereien, Händlern sowie Gastronomen ausgezeichnete Produktqualitäten. Zudem setzen sich die Der BÖLW vereint als Spitzenverband der Bio-Branche 15 Mitgliedsverbände unter einem Dach: die gesamte Wertschöpfungskette der ökologischen Lebensmittelwirtschaft von der Landwirtschaft über die Lebensmittelherstellung bis zum Handel. Erzeugerbetriebe für den Erhalt der Biodiversität und im Naturschutzprojekt „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ außerdem zusätzlich für die gezielte Förderung der Artenvielfalt ein. | www.biopark.de

Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN)



Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.

Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) ist ein Zusammenschluss von Herstellerinnen sowie Groß- und Einzelhändlern von Öko-Lebensmitteln und -Waren. Der Verband vertritt deren Interessen in Politik, Öffentlichkeit und Branche. Die Einzelhandelsunternehmen im BNN bieten ein reines Bio-Sortiment an. Mit dem BNN-Monitoring für Obst und Gemüse sowie für das Trockensortiment werden die etablierten Prozesskontrollen in der ökologischen Lebensmittelwirtschaft ergänzt. | www.n-bnn.de

Dachverband ökologische Pflanzenzüchtung in Deutschland



Der Dachverband ökologische Pflanzenzüchtung e. V. vereint alle deutschen Öko-Züchtungsinitiativen, die zum Teil seit über 30 Jahren erfolgreich unter den Bedingungen des Ökolandbaus geeignete Sorten entwickeln. Das Engagement der Züchter*innen im 2022 gegründeten Dachverband steht für „Bio von Anfang“ an. Öko-Pflanzenzüchtung ist von herausragender Bedeutung für ein zukunftsfähiges und nachhaltiges Lebensmittelsystem, das die bäuerliche Unabhängigkeit stärkt. | www.dv-oekopz.org

Demeter e. V.



Der Demeter e. V. ist der älteste Bio-Verband Deutschlands und steht für die biodynamische Wirtschaftsweise. Die Demeter-Landwirtinnen arbeiten nach dem Ideal der Kreislaufwirtschaft und die Demeter-Hersteller verarbeiten die landwirtschaftlichen Erzeugnisse schonend und werterhaltend. Demeter wurde von Verbraucherinnen und Verbrauchern zur „nachhaltigsten Marke Deutschlands“ gewählt. | www.demeter.de

Deutscher Tee & Kräutertee Verband



Der Deutsche Tee & Kräutertee Verband ist das Kompetenzzentrum der Teebranche in Deutschland. Zu unseren Zielen zählen Qualitätssicherung, Verbraucherschutz und nachhaltige Standards in den Anbauländern. Dabei haben wir den gesamten Markt von der Produzentin bis zum Verbraucher im Blick und bringen

uns konstruktiv in die Gestaltung ein. Unser Wissen und unsere Begeisterung teilen wir gerne mit allen, die Tees so lieben wie wir. | www.teeverband.de

Ecoland



ECOLAND ist ein Verband, der von Hohenloher Bauern gegründet wurde. Er setzt sich regional als auch weltweit für ökologische, klimaresiliente und faire Land- und Ernährungswirtschaft ein. Die Verbands-Richtlinien reichen weit über die des EU-Bio-Rechts hinaus. Durch angepassten und ökologisch verträglichen Landbau landwirtschaftliche Kulturlandschaft zu fördern, Umwelt zu schützen und die natürlichen Lebensgrundlagen zu erhalten - dafür steht ECOLAND. | www.ecoland.de

Ecovin



Der Verband ECOVIN gründete sich 1985 in Rheinhessen als größter Zusammenschluss ökologischer Weingüter in Deutschland und ist der einzige, ausschließlich auf Öko-Weinbau spezialisierte Anbauverband. ECOVIN setzt sich für gerechte Produktionsbedingungen der Bio-Winzerinnen ein und erfüllt den Wunsch der Kunden nach nachhaltigen, umweltverträglichen und hochwertigen Weinerzeugnissen. | www.ecovin.de

Gäa



1989 in Dresden gegründet, sind im Öko-Anbauverband Gäa heute bundesweit Bäuerinnen und Bauern organisiert. Gäa lebt von der Vielfalt der Betriebe, des Miteinanders von Groß und Klein und dem intensiven Fachaustausch in regionalen und überregionalen Netzwerken. Unternehmen aus Verarbeitung sowie Erzeugergemeinschaften sind als Mitglieder in die fachliche Arbeit des Verbandes fest integriert. Gäa ist durch BioSuisse direkt anerkannt und ist seit 2024 Mitglied im Bioland-Bundesverband. | www.gaea.de

Interessengemeinschaft Biomarkt e.V.



Die Interessengemeinschaft Biomarkt e. V. (IGBM) ist ein gemeinnütziger Verein, in dem sich die Mitglieder des BioMarkt Verbunds engagieren - einem Zusammenschluss von rund 530 selbstständigen Bio-Märkten und Denny's Bio-Märkten aus Deutschland und Österreich. Der Verein vertritt die Interessen des Naturkostfachhandels gegenüber der Politik und ermöglicht ein gemeinsames Engagement für die Weiterentwicklung der Öko-Züchtung und des Öko-Landbaus.

Naturland - Verband für ökologischen Landbau e.V.



Naturland ist der größte internationale Verband für Öko-Landbau aus Deutschland. Er hat Mitglieder in rund 60 Ländern und Richtlinien, die in vielen Bereichen deutlich über die EU-Öko-Verordnung hinausgehen. Öko bedeutet für Naturland immer auch sozial: Die Richtlinien verbinden deshalb konsequent Öko-Landbau mit sozialer Verantwortung und fairem Handel. Hinzu kommen eigene Richtlinien zur ökologischen Waldnutzung, zur Öko-Aquakultur und zum nachhaltigen Fischfang. | www.naturland.de

Naturland Zeichen GmbH



Die Naturland Zeichen GmbH ist mit der Vergabe und Lizenzierung des Naturland Zeichens beauftragt und schafft Verbindungen zwischen der Verarbeitung und Erzeugung von Rohstoffen. Dafür arbeitet sie mit über 1.500 Naturland Partnern aus Bio-Verarbeitung, Handel, Gastronomie und Außer-Hausverpflegung zusammen.

Arbeitsgemeinschaft Ökologisch engagierter Lebensmittelhändler und Drogisten (ÖLD)



Die Arbeitsgemeinschaft Ökologisch engagierter Lebensmittelhändler und Drogisten (ÖLD) ist der Zusammenschluss von Firmen im Lebensmittelhandel und Drogerien, die in ihrem Sortiment ein umfangreiches Angebot an ökologischen Produkten anbieten. Die Mitglieder (dm-drogerie markt, Globus, Kaufland, Rewe Group und tegut) haben das Ziel, dieses Segment weiterzuentwickeln, den biologischen Landbau zu unterstützen und sich auch öffentlich in Fragen der Ernährung mit einzubringen.

Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V.



Die Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V. setzt sich seit 2008 ein für einen behutsamen Umgang mit unserem wichtigsten Lebens-Mittel, dem Wasser. Sie wacht über die Richtlinien für das von ihr vergebene Qualitätssiegel „Bio-Mineralwasser“ und sensibilisiert Branche und Verbraucher für die Problematik der zunehmenden Wasserverschmutzung. Mitglieder der Qualitätsgemeinschaft sind u. a. die Bio-Anbauverbände Bioland, Demeter, Naturland und Biokreis sowie der Bundesverband Naturkost Naturwaren und die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller. | www.bio-mineralwasser.de

Verbund Ökohöfe



Der Verbund Ökohöfe setzt sich für eine umweltbewusste, tiergerechte und produktive Landwirtschaft ein. Die Aktivitäten konzentrieren sich auf den Nordosten und die Mitte Deutschlands. Im Verband sind große und kleine Bio-Betriebe Mitglied. Dazu zählen Acker- und Gemüsebäuerinnen, Streuobstwiesenbewirtschafter und Tierhalterinnen, Saatgut- und Kräuterbetriebe sowie Lebensmittelverarbeiter. | www.verbund-oekohoeffe.de

QUELLENVERZEICHNIS

IM FOKUS

- BÖLW: Sufenmodell zur Neugestaltung der GAP ab 2028. <https://sl1nk.com/Ujlx3>
- Feuerbacher, A., Kempen, M., Steidle, J., Wieck, C. (2025). The economic, agricultural, and food security repercussions of a wild pollinator collapse in Europe. <https://doi.org/10.1038/s41467-025-65414-7>

ÖKO-KENNZAHLEN

- Siehe Umsatz, Absatz, Importe; Flächen und Betriebe; Arbeitsmarkt; GenZ und Drogeriemärkte; Internationale Märkte.

UMSATZ, ABSATZ, IMPORTE

- Arbeitskreis Biomarkt auf Basis von YouGov CP Germany, NIQ, BioVista und Simon Döring Services (2026): Umsatz-schätzung für den deutschen Bio-Markt 2025. Arbeitskreis aus AMI, BioVista, BÖLW, YouGov CP Germany, Hochschule Weihenstephan-Triesdorf, NIQ, Universität Kassel. Online unter: <https://sl1nk.com/eRupk>
- AMI (2026c): AMI-Analyse nach YouGov CP Germany 2026.
- AMI (2026d) AMI-Verbraucherpreisindex 2025. <https://www.ami-informiert.de>
- BÖLW (2026): Bio im Online-Handel
- BioVista Handelspanel für den Bio-Fachhandel, Auswertungs-zeitraum Jan – Dez 2025
- Stephan Rüschen, Andrea Nitsche: Biomarkt 2025 – Back on Track?, Whitepaper Nr. 58, Seite 17 (Schriftenreihe der DHBW Heilbronn)

FLÄCHEN UND BETRIEBE

- BLE (2025): Strukturdaten im Ökolandbau 2024. <https://l1nq.com/F0vkM>
- BÖLW (2026b): Flächen und Betriebe im Ökolandbau 2025
- Statista (2025): Landwirtschaftliche Nutzfläche in Deutschland

ARBEITSMARKT

- BÖLW (2026a): Jobmotor Bio. <https://sl1nk.com/1wmNo>

VERBRAUCHERPREISE

- Zander, K. (2025): Bio-Lebensmittel mit Hochpreis-Image – eine Studie zu Verbraucherwahrnehmungen. Arbeitspapier. Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing der Universität Kassel, Witzenhausen. <https://orgprints.org/id/eprint/56027>.

GENZ & DROGERIEMÄRKTE

- NielsenIQ (2025): Retail Panel
- NielsenIQ (2025): Consumer Panel

PRODUKTION

- AMI (2025): Strukturdaten im ökologischen Landbau in Deutschland 2024 – Bodennutzung, Tierhaltung, Verkaufserlöse, AMI, Bonn.
- AMI (2026b): Markt aktuell Öko-Landbau (Online-Dienst), diverse Artikel, AMI, Bonn.
- AMI (2026a): AMI Markt Bilanz Öko-Landbau 2026, AMI, Bonn.

VERKAUFSERLÖSE

- AMI (2025): Strukturdaten im ökologischen Landbau in Deutschland 2024 – Bodennutzung, Tierhaltung, Verkaufserlöse, AMI, Bonn.

- AMI (2026a): AMI Markt Bilanz Öko-Landbau 2025, AMI, Bonn.
- Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH, 2025): Verkaufserlöse der Landwirtschaft nach Erzeugnissen. Bonn. <https://sl1nk.com/TJ0Gm>

ERZEUGERPREISE

- AMI (2026b): Markt aktuell Öko-Landbau (Online-Dienst), diverse Artikel, AMI, Bonn.
- AMI (2026a): AMI Markt Bilanz Öko-Landbau 2025, AMI, Bonn.
- BLE (2026): 2025: Milchpreise pro Monat. <https://l1nq.com/PjS3D>

INTERNATIONALE MÄRKTE

- Willer, H., Schlatter, B., Trávníček, J. and Schaack, D. (2026): Organic Farming and Market Development in Europe. In: Willer, Helga (Ed.) (2026): The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2024. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn.

UMWELTBILANZ

- Der Text basiert auf einer aktuellen Stellungnahme des zehnköpfigen Experten-Ausschusses, der das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat bei der Umsetzung der Bio-Strategie berät.
- Cunha Coelho, F., Coelho, E. M., Egerer, M. (2017). Local food: benefits and failings due to modern agriculture. Scientia Agricola. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1678-992X-2015-0439>
 - 40 Prozent Betriebe-Rückgang im Lebensmittelhandwerk seit 2000 in Deutschland. <https://sl1nk.com/rFepY>
 - Europäische Kommission (2018). Verordnung (EU) 2018/848. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0848>
 - Europäische Kommission (2021). Durchführungsverordnung (EU) 2021/1165 über die Zulassung bestimmter Erzeugnisse und Stoffe zur Verwendung in der ökologischen/biologischen Produktion. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0848>
 - Poore, J. & Nemecek, T. (2018). Reducing food’s environmental impacts through producers and consumers. Science. <https://l1nq.com/wbQ1v>
 - Regionalfenster e. V. nd Regionalfenster Handbuch. <https://l1nq.com/D9kbs>
 - Richtlinien der Ökoanbauverbände, z. B. Bioland e. V. (2025). Bioland-Richtlinien. <https://l1nq.com/QYuhh>
 - Sanders, J. & Heß, J. (2019). Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft. Johann Heinrich von Thünen-Institut, 398 S. Thünen Rep 65. DOI: 10.3220/REP1576488624000
 - Umweltbundesamt. Regionalisierung von Ernährungssystemen: Einschätzung von Nachhaltigkeitspotenzialen und Darstellung politischer Handlungsansätze. <https://sl1nk.com/RW9Xs>
 - Verbraucherzentrale Baden-Württemberg (2023). Regionale Lebensmittel? Ein Marktcheck <https://sl1nk.com/SL48N>
 - Verbraucherzentrale Hamburg (2023). Marktcheck Fleisch und Wurst. <https://l1nq.com/zsDQf>

IMPRESSUM

Herausgegeben durch:

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e.V. (BÖLW)
Marienstraße 19-20 | 10117 Berlin
Telefon: +49 30 284 82-300
presse@boelw.de | www.boelw.de

Berlin im Februar 2026

Autorinnen und Autoren nach Kapiteln:

Editorial: Tina Andres (BÖLW)
Im Fokus, Ökokennzahlen: Peter Röhrig (BÖLW)
Flächen und Betriebe: Annette Bruhns (BÖLW), Peter Röhrig
Umsatz, Absatz, Importe: Diana Schaack (AMI), Christine Rampold (AMI), Kathrin Jäckel (BNN), Artin Kesisoglugil (BÖLW)
Arbeitsmarkt: Annette Bruhns
Zahlungsbereitschaft: Prof. Dr. Katrin Zander (Universität Kassel)
GenZ und Drogeriemärkte: Ok-Zin Kim (NielsenIQ)
Umweltbilanz: Annette Bruhns (nach einer Stellungnahme)
Erzeugerpreise: Tim Brauweiler und Christine Rampold (AMI)
Produktion: Christine Rampold (AMI)
Verkaufserlöse: Madita Finke (AMI)
Internationale Märkte: Diana Schaack (AMI), Helga Willer (FiBL)

Projektleitung: Anna Schmidt (BÖLW)

Redaktion: Annette Bruhns, Peter Röhrig

Korrektorat: Stephanie Engler

Illustrationen, Layout: Stefanie Weber

Fotos: BÖLW/Maurice Weiss

Druck: D.O.G. Lokay GmbH & Co. KG

Papier, Farbe: Jupp Ech Öko 100 %, Farben auf Basis nachwachsender Rohstoffe, kobalt- und mineralölfrei

Mit freundlicher Unterstützung von



rentenbank



WK9
Dieses Druckerzeugnis wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet

www.blauer-engel.de/uz195

BIO IST DER HÖCHSTE
GESETZLICHE STANDARD



Dafür sorgen viele engagierte Herstellerinnen, Landwirte, Händlerinnen und Menschen, die wissen wollen, was auf ihrem Teller landet. Bio unterliegt klaren Regeln, die in der Europäischen Union gelten – und auch in allen Ländern, die in die EU importieren wollen.

www.allesueberbio.de



