ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Balz, Matthias

Article

Branchen im Blickpunkt: Der deutsche Markt für ökologische Lebensmittel

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:
Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

Suggested Citation: Balz, Matthias (2011) : Branchen im Blickpunkt: Der deutsche Markt für ökologische Lebensmittel, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 64, Iss. 07, pp. 37-41

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/164942

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Branchen im Blickpunkt: Der deutsche Markt für ökologische Lebensmittel

Matthias Balz

Die Nachfrage nach Lebensmitteln, die gemäß ökologischen Richtlinien erzeugt werden, wächst kontinuierlich. Der Dioxin-Skandal in der konventionellen Landwirtschaft Anfang des Jahres 2011 hat insbesondere bei Eiern und Geflügelfleisch zusätzliche Impulse bewirkt und der Branche zwischenzeitlich erneut zweistellige Wachstumsraten beschert. Die Verbraucher haben allerdings eindeutig eine Vorliebe für regional erzeugte Produkte. Die heimische Erzeugung hält dabei seit Jahren nicht Schritt mit der Entwicklung der inländischen Nachfrage. Dafür stellen zu wenige Bauern auf eine ökologische Landwirtschaft um. Für die Marktversorgung in Deutschland waren deshalb 2010 zu ca. 50% Importe notwendig. Die deutschen Einfuhren von Bio-Waren haben sich innerhalb der letzten drei Jahre nahezu verdoppelt. Der Deutsche Bauernverband hat demgegenüber als klares Ziel erklärt, den Wachstumsmarkt Bio-Nahrungsmittel nicht den Importeuren überlassen zu wollen; er fordert hierfür Verlässlichkeit bei agrarpolitischen Rahmenbedingungen sowie regionalen Bezugspartnerschaften.

Der Umsatz mit nach ökologischen Richtlinien erzeugten Lebensmitteln, landläufig kurz: Bio-Produkten, ist von 2,1 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf 5,9 Mrd. Euro im Jahr 2010 angestiegen, d.h. er hat sich in den letzten zehn Jahren nahezu verdreifacht. Das Kürzel »Bio« steht in der Wahrnehmung der Konsumenten synonym für gesunde und schadstofffreie, unbelastete Ernährung. Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz stellen inzwischen in so gut wie allen Konsumbranchen das zentrale Kriterium dar, an dem keine Marketingstrategie mehr vorbeikommt. Am gesamten deutschen Lebensmittelmarkt halten Bio-Produkte immer noch einen vergleichsweise niedrigen Marktanteil von knapp 4%. Hier besteht für die Zukunft also noch Luft nach oben.

Auch 2010 Produktionswachstum

Im Jahr 2010 wurde erstmals die Millionengrenze bei der landwirtschaftlich genutzten Gesamtfläche (LF) von landwirtschaftlichen Betrieben, die nach ökologischen Kriterien wirtschaften, überschritten (vgl. Tab. 1). Die Anzahl der Öko-Betriebe insgesamt nahm gegenüber dem Vorjahr um 1 144 auf nunmehr 22 200 zu. Von den Neuen waren 444 Mitglieder in einem von insgesamt neun Anbauverbänden organisiert (»Bioland«, »Demeter«, »Naturland«, »Gäa/Ökohöfe«, »Ecoland«, »Biopark«, »Biokreis«, »ECOVIN«), und 700 beschränkten sich auf die Einhaltung der weniger strengen EU-Richtlinien zum ökologischen Landbau (seit 1. Januar 2009 neue EU-Öko-Verordnung (EG) Nr. 834/2007 des Rates vom 28. Juni 2007). Die verbandsgebundenen Betriebe sind als deutlich flächen- und damit wirtschaftsstärker als die übrigen zu kennzeichnen. So stehen insgesamt 68,3% der ökologisch bewirtschafteten LF unter der Verantwortung der 52% Betriebe, die Mitglied in einem Anbauverband sind.

Flächen- und einkaufsstättendeckende Marktdurchdringung

In den letzten Jahren erkannte der Handel »Bio« als wichtiges Wachstumsfeld (sein Motto: »Grün denken lohnt sich«.). Lebensmittel-Discounter und -Supermärkte haben verstärkt Bio-Produkte in ihre Sortimente aufgenommen (vgl. auch Runge 2011). Das Angebot umfasst sowohl den Frischwarenbereich als auch verarbeitete Erzeugnisse. Innerhalb Europas ist Deutschland mit einem Marktvolumen von knapp 6 Mrd. Euro der größte Markt für Bio-Lebensmittel, es rangiert deutlich vor Frankreich, dem Vereinigten Königreich und Italien. Weltweit hat es – nach den USA – den zweitgrößten Bio-Inlandsmarkt. Mittlerweile verfügt der engere Naturkostfachhandel zusammen mit der Erzeuger-Direktvermarktung »nur« noch über einen Marktanteil in Deutschland von knapp 30% (vgl. Abb. 1). Die Zeiten, in denen eine Kundenmehrheit als Müsli- und Körnersonderlinge bezeichnet wurden, gehö-

Tab. 1
Kenndaten zum ökologischen Landbau in Deutschland 2010

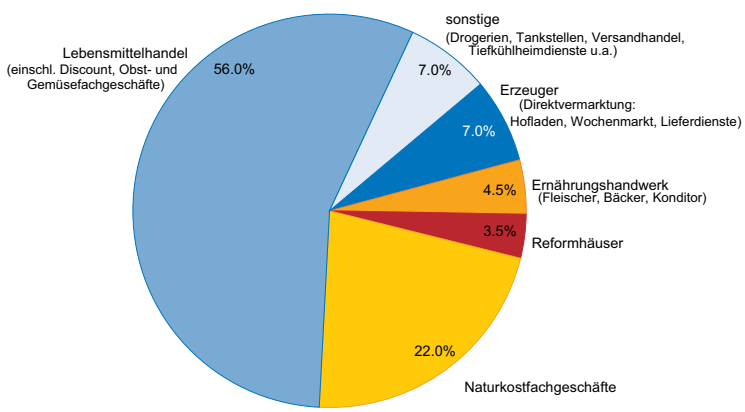
Kennzahl		Veränderung gegenüber 2009 in %	Anteil an der Landwirtschaft insgesamt in %
Ökolandbaufläche	1,001 Mill. ha.	+ 5,7	5,9
Anzahl Bio-Betriebe	22 200	+ 5,4	5,9
darunter verbandsgebunden[a)]	11 474		
Durchschnittliche Betriebsgröße insgesamt	45,15 ha	+ 0,3	62,7 ha[b)]
Verbandsgebunden	59,61 ha	+ 0,6	

[a)] Insgesamt neun Anbauverbände: »Bioland«,»Demeter«, »Naturland«, »Gäa/Ökohöfe«, »Ecoland«, »Biopark«, »Biokreis«, »ECOVIN«. – [b)] Durchschnitt aller landwirtschaftlichen Haupterwerbsbetriebe.

Quelle: Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft (BÖLW); Bundesministerium für Ernährung, Ladwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV).

ren längst der Vergangenheit an. »Bio« bzw. »Öko« sind als Marken etabliert. Ihnen werden positiv besetzte Begriffe wie Gesundheit, Wellness, Fitness sowie Umweltverträglichkeit, Klimaschutz (Treibhausgase/CO_2 einsparen), allgemein Nachhaltigkeit zugeordnet. Hinzu kommen Forderungen nach sozialer Verantwortung in der Produktion und fairem Handel (»Fairtrade«). Breite Konsumentenzielgruppen orientieren sich umfassend und weltweit an diesem zentralen, ethischen Wertekanon sowie der Hochwertigkeit von Nahrungsmitteln. Öko- und Sozial-Zertifikate, wie Fairtrade/Transfair oder Rainforest-Alliance Certified, haben zunehmend größere Schnittmengen bzw. sprechen die gleichen wachsenden Zielgruppen an. Genussorientiertes, nachhaltiges Konsumieren hat sich weit verbreitet durchgesetzt. EU-weit wurde zum 1. Juli 2010 für alle vorverpackten ökologischen Lebensmittel, die in einem EU-Mitgliedsland hergestellt werden und die notwendigen Normen erfüllen, die Kennzeichnungspflicht mit dem neuen EU-Bio-Logo (Verordnung EU Nr. 271/2010 2010) als einheitliches Bio-Label in Gestalt eines »Euro-Blattes«[1] eingeführt, um so zwei klare Botschaften zu vermitteln: »Natur und Europa«. In Deutschland war neben den einschlägigen Verbandszeichen mit dem Öko-Kennzeichengesetz bereits vor zehn Jahren im September 2001 ein staatliches »Bio-Siegel« geschaffen worden, ein sechseckiges Kennzeichen, das auf Antrag verliehen wird, wenn die Lebensmittel den Bestimmungen der EU-Öko-Verordnung entsprechen. Dieses äußerst erfolgreiche Markenzeichen gilt auch weiterhin und ist als Verkaufsargument auf dem deutschen Markt bestens eingeführt. Zum Stichtag 28. Februar 2010 wurde es von insgesamt 3 836 Herstellern genutzt, die mit dem Bio-Siegel insgesamt 62 021 Produkte kennzeichnen.[2]

Abb. 1
Verteilung der Bio-Umsätze nach Einkaufsstätten in Deutschland 2009



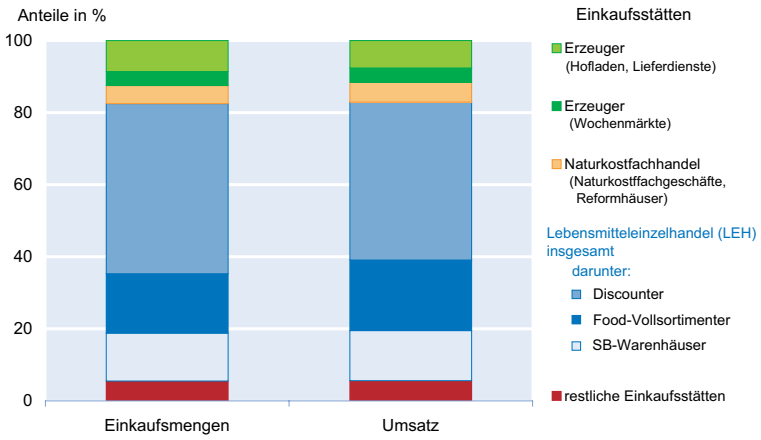
Quelle: AMI, Marktbilanz Öko-Landbau (2011).

Dioxin-Skandal Anfang 2011 befeuert die Bio-Nachfrage neu

Der Start in das Jahr 2011 verlief für die Bio-Branche nach überwiegender Einschätzung fantastisch, mit unerwarteten Schubkräften: Der Dioxin-Skandal in der konventionellen Landwirtschaft bescherte der ökologischen Lebensmittelwirtschaft zusätzlich Schwung, quasi eine Sonderkonjunktur zu Jahresanfang. Vieles erinnerte an den BSE-Skandal vor zehn Jahren. Am deutlichsten war die Wahrnehmung der Verbraucher bezüglich der Dioxinbelastungen der Eier.[3] Bereits vor dem Dioxin-Skandal war der Erlös durch den Verkauf von Eiern – nach Milch- und Rindfleischprodukten und vor Schweinefleisch, Geflügel- und Schaf-/Ziegenfleisch – der dritthöchste, der durch die Veräußerung von tierischen Erzeugungen aus der Öko-Landwirtschaft erzielt wurde. Seit Januar 2011 ist die Nachfrage nach Bio-Eiern spürbar weiter angestiegen (vgl auch tegut 2011), denn wie Konsumentenbefragungen belegen, wollten die Verbraucher sicher sein, dass sie keine verseuchten Frühstückseier essen. Ähnliches gilt auch für Geflügelfleisch. Klei-

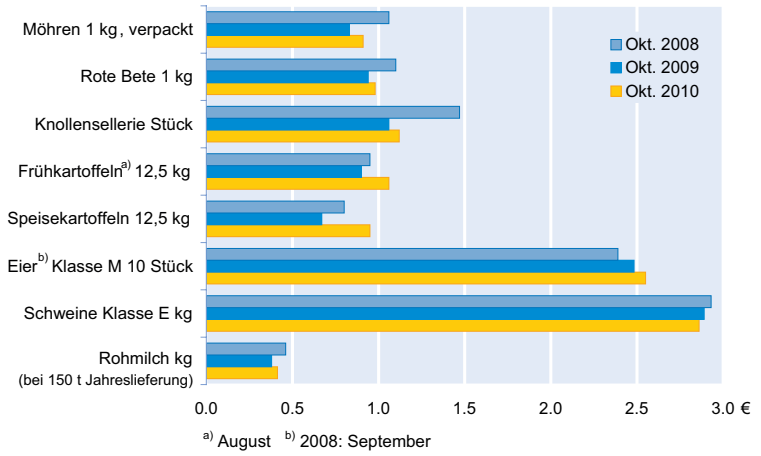
[1] Zwölf EU-Sterne in Form eines Blattes vor grünen Hintergrund angeordnet.
[2] Vgl. www.biosiegel.de.
[3] Zum deutschen Eiermarkt generell vgl. auch Balz (2008).

Abb. 2
Verteilung der Einkaufsmengen und Umsätze mit Bio-Eiern in Deutschland 2010



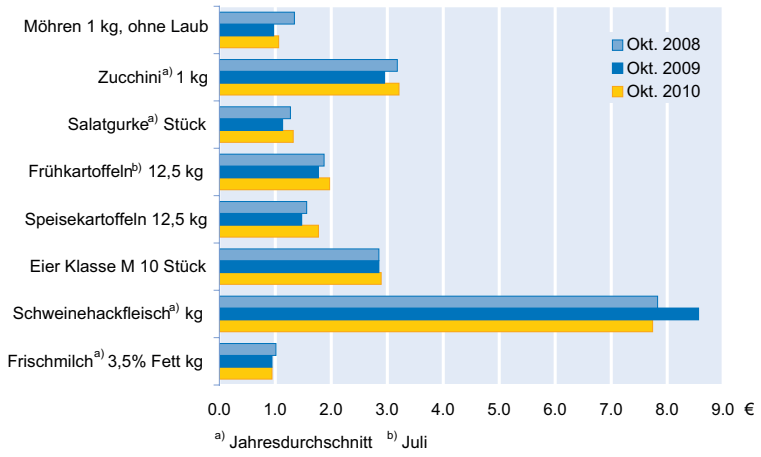
Quelle: AMI, Marktbilanz Öko-Landbau (2011).

Abb. 3
Entwicklung der Erzeugerpreise von ausgewählten Bio-Produkten



Quelle: AMI. Marktbilanz Öko-Landbau (2011).

Abb. 4
Entwicklung der Verbraucherpreise von ausgewählten Bio-Produkten



Quelle: AMI, Marktbilanz Öko-Landbau (2011).

ne, direkt vermarktende Bauern spürten die gestiegene Nachfrage. Der Lebensmitteleinzelhandel setzt inzwischen beim Warenbezug ebenfalls auf regionale Strukturen, gerade im Eiersegment. Der Vorrang für ein bis zwei Lieferanten, die möglichst den Absatz für das gesamte Bundesgebiet garantieren können, ist Vergangenheit. So sind erste Ansätze für einen Aufbruch hin zu neuen Strukturen von Bauerngemeinschaften, die durch ihren Zusammenschluss große Lebensmittelketten zuverlässig beliefern können, statt wenigen Massenbetrieben zu erkennen. Den Vorreiter hierbei bildet wiederum die Bio-Eierproduktion (z.B. Biohennen AG). Eier zählen zu den vergleichsweise preiswerten, aber äußerst wertvollen Nahrungsmitteln. Die Absatzstrukturen nach Einkaufsstätten zeigen deutlich, dass es hohe Präferenzen gibt, beim bekannten Erzeuger des persönlichen Vertrauens Bio-Eier zu beziehen. Und dies muss nicht mit höheren Einkaufspreisen bezahlt werden (vgl. Abb. 2). Der überwiegende Teil von Konsum-Bio-Eiern wird allerdings im Lebensmitteleinzelhandel eingekauft, wobei die Lebensmittel-Discounter auch im ökologischen Segment spürbare Preisvorteile bieten.

Erzeuger- und Verbraucherpreise entwickelten sich im Durchschnitt leicht rückläufig

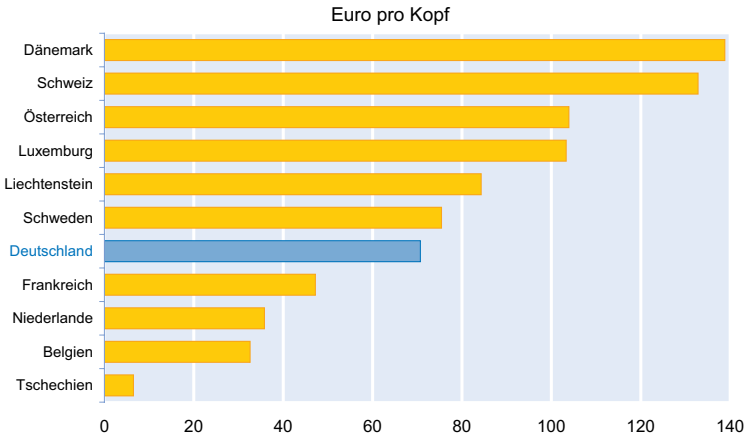
Für die Erzeuger haben sich ihre Verkaufspreise in den vergangenen drei Jahren tendenziell leicht zurückentwickelt (vgl. Abb. 3). Die gleichzeitig verhältnismäßig moderat ansteigende Entwicklung der Jahresumsätze in der ökologischen Landwirtschaft insgesamt bedeutet daher ein relativ größeres Mengenwachstum als das des Umsatzproduktes (= Menge mal Preis). Auch für die Verbraucher war an der Preisfront eher eine Entspannung zu beobachten. In den letzten Monaten hat sich allerdings im gesamten Lebensmittelsektor der Wind wieder gedreht, die agrarischen Rohstoffpreise haben weltweit angezogen (vgl. Statistisches Bundesamt 2011; Frankfurter Allgemeine Zeitung 2011; Deutsche Bank 2011). Infolgedessen müssen die Konsumenten überwiegend über alle Produktbereiche Preissteigerungen verkraften.

Die inländische Nachfrage übersteigt das Angebot aus heimischer Erzeugung

Die inländische Nachfrage nach ökologisch erzeugten Lebensmitteln übersteigt das Angebot aus heimischer Erzeugung deutlich, und die Schere wird mit zunehmender Tendenz größer. Insgesamt bestand 2010 die Versorgung Deutschlands mit Bio-Produkten zu ca. 50% aus Einfuhren.[4] Selbstverständlich müssen exotische Erzeugnisse, wie Kaffee, Kakao, Bananen etc., für die deutsche Versorgung grundsätzlich stets importiert werden. In einer Studie der Universität Bonn wird jedoch aufgezeigt, dass deutsche Bio-Produkte immer mehr an Marktanteilen verlieren (vgl. Röpke, Neuhoff und Küpper 2011). Länder wie Spanien, Schweden oder Tschechien fördern gezielt ihre Öko-Landwirtschaft, um nach Deutschland zu exportieren. Die Importe von Bio-Produkten nach Deutschland sind nach Angaben des Bunds Ökologischer Lebensmittelwirtschaft e.V. (BÖLW) im Wirtschaftsjahr 2009/10 gegenüber 2007/08 am stärksten bei Zwiebeln (+ 240%), Ölsaaten (+ 200%), Frischgemüse (knapp 100%), Getreide (+ 65%), Möhren (+ 50%) sowie Kartoffeln (+ 30%) angestiegen (vgl. Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft 2011). Die deutsche Landwirtschaft will diesen Wachstumsmarkt allerdings nicht den Importeuren überlassen. Bauernpräsident Gerd Sonnleitner macht sich für eine stärkere Zunahme von umstellungswilligen Betrieben stark, denn dem Bio-Boom in Deutschland darf nicht seine regionale Basis und somit seine Glaubwürdigkeit abhanden kommen (vgl. Dienel 2011). Hierfür werden adäquate Rahmenbedingungen, d.h. hinrechende Förderungen aufgrund der in Kuppelproduktion erbrachten Umweltleistungen, einfache, also wenig bürokratische Regelungen sowie Planungssicherheit, eingefordert. Von den Verbrauchern erwartet der Berufsstand, dass sie Bereitschaft zeigen, kostenorientierte Preise zu bezahlen. Im Vergleich zu seinen unmittelbaren Nachbarstaaten nimmt Deutschland in den Pro-Kopf-Umsätzen für Bio-Lebensmittel eine mittlere Position ein, vergleichbar mit Schweden (vgl. Abb. 5). Die Zahlen, gerade bei den unmittelbaren Nachbarn in Luxemburg, Österreich und der Schweiz sowie Liechtenstein, lassen jedoch gute Perspektiven für weitere Wachstumspotenziale auf dem deutschen Markt erkennen. Notwendige Voraussetzung hierfür ist allerdings nach Einschätzung aller Experten eine Zunahme der heimischen Produktion.

[4] Genaue Daten liegen hierzu nicht vor, da die deutsche Einfuhrstatistik nicht nach Bio- und konventionellen Lebensmitteln trennt. So bleibt es bei Informationen auf Grundlage von Befragungen von Importunternehmen.

Abb. 5
Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland und seinen Nachbarländern, 2009



Quelle: Bund ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) auf Grundlage von Daten der FIBL, AMI, Organic Research Centre.

Außer-Haus-Verpflegung und Bio-Tourismus mit ebenfalls großen Wachstumspotenzialen

Dem Außer-Haus-Markt kommt eine große Bedeutung zu, er macht mit mehr als 70 Mrd. Euro Umsatz ca. ein Drittel des gesamten deutschen Lebensmittelumsatzes aus. Die Nachfrager zeigen dabei, dass sie immer stärkeren Wert auf Gesundheit, sichere Produkte (Herkunft und Regionalität) sowie Frische legen. Alle drei Kriterien führen zu einer Stärkung von Bio-Angeboten in Großküchen (Kantinen in Betrieben und Behörden, Mensen, Schüler- und Kindergarten-/Tagesstättenverpflegung), Gastronomie sowie Imbisseinrichtungen. Die Anzahl der gewerblichen Küchen in Deutschland mit Bio-Zertifikat hat sich zwischen 2004 und 2009 in fünf Jahren nahezu vervierfacht. Der Bereich von Kindergarten-/-tagesstätten- und Schulverpflegung entwickelt sich zusehends als Domäne für spezialisierte Bio-Catering-Unternehmen. Viele Experten erwarten auf längerfristige Sicht gerade in der Gastronomie noch deutlich weiter ansteigende Potenziale. Insbesondere auch im Getränkesektor zeigen Bio-Angebote eine vielversprechende Entwicklung. Aktuell werden im Sektor Außer-Haus-Verzehr die größten Mengen von Bio-Angeboten in Studentenwerken (Universitäts-Mensen) umgesetzt. Hier bilden sich damit nicht nur einflussreiche Trends heraus, sondern mittel- und längerfristig werden diese Nachfragepräferenzen damit in den darauf folgenden älteren Generationen verstärkt anzutreffen sein. Schließlich suchen immer mehr Menschen nach Bio-Urlaub. Die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) hat daher ein neues Gütezeichen für den Bio-Tourismus im Bereich von »Urlaub auf dem Bauernhof« entwickelt. Das DLG-Gütezeichen garantiert besonderen Urlaubskomfort, dazu wurde ein Katalog »Urlaub und Genießen beim Biobauern« aufgelegt. Bio-Ferienhöfe stehen nach eigenem Selbstverständnis für Genuss, Authentizität und ökologische Landwirtschaft und damit für das

wachsende Bedürfnis nach ökologisch intakter Lebens- und Freizeitwelt.

Literatur

AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (2011), *Marktbilanz Öko-Landbau*, Bonn.

Balz, M. (2008), »Entwicklungstendenzen auf dem deutschen Eiermarkt«, *Agra-Europe (AgE): Unabhängiger Europäischer Presse- und Informationsdienst für Agrarpolitik und Agrarwirtschaft* 49(42), 1–8.

BIOwelt Jahrbuch 2011/2012, Osnabrück 2011.

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), http://www.bmelv.de/DE/Landwirtschaft/Oekolandbau/ und insbesondere Bundesprogramm ökologischer Landbau (BÖL), http://www.bundesprogramm-oekolandbau.de/.

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), »Die wirtschaftliche Lage der landwirtschaftlichen Betriebe – Buchführungsergebnisse der Testbetriebe«, http://www.bmelv-statistik.de/de/testbetriebsnetz/buchfuehrungsergebnisse-landwirtschaft/#c1088.

Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft e.V. (BÖLW) (2011), »Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2011«, http://www.oekolandbau.de/.

Deutsche Bank (2011), »Steigende Lebensmittelpreise – strukturell oder temporär?«, 28. März, http://www.dbresearch.de/PROD/DBR_INTERNET_DEPROD/PROD0000000000271533.pdf.

Deutscher Bauernverband (DBV) (2010), »Situationsbericht 2011«, http://www.situationsbericht.de/ und http://onlineproof.chcb.de/sb2011/index.html.

Deutscher Bauernverband (DBV), *Deutsche Bauernkorrespondenz,* Monatsschrift des Deutschen Bauernverbandes, http://www.bauernverband.de/index.php?redid=153546.

Dienel, W. (2011), »Ökolandbau braucht langfristig sichere Agrarpolitik – DBV-Perspektivforum bei der BioFach«, *Deutsche Bauern Korrespondenz, Monatsschrift des deutschen Bauernverbandes* (3), 30–31.

Frankfurter Allgemeine Zeitung (2011), »Rekordpreise für Rohstoffe« und »Nahrungsmittel werden teurer«, 12. März, 14.

Röpke, U., D. Neuhoff und P.M. Küpper (2011), *Förderung des ökologischen Landbaus – Deutschland im europäischen Vergleich,* Institut für organischen Landbau IOL, Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, 17. Januar, http://www.iol.uni-bonn.de/indexneu.htm.

Runge, K. (2011), »Die Bilanz der Boomjahre«, *BIOwelt, das Wirtschaftsmagazin für den gesamten Biomarkt* 7(3), 24–26.

Statistisches Bundesamt (2011), Pressemitteilung Nr.079, 28. Februar.

Stiftung Ökologie und Landbau (SÖL), http://www.soel.de/.

tegut (2011), Monatsjournal »Marktplatz«, April, 2–7, http://www.tegut.com/archiv/startseite_marktplatz_April_2011.php.