

Aktuelle Zahlen zum Markt von Ökoprodukten

Rudolf Wiedmann, LSZ Boxberg

Aufgrund der Biosortimente der Discounter boomt der Biomarkt. Nach einem Zuwachs im Umsatzvolumen um 15% von 2005 auf 2006 erreichen Biolebensmittel einen Umsatz von 4,5 Mrd. € in der BRD. Für das Jahr 2007 wird ein Umsatz von ca. 5 Mrd. € erwartet. Dieses starke Wachstum wird auf folgende Punkte zurückgeführt:

- Das Biowarenangebot ist vielfältiger geworden (35.000 Produkte tragen das Biosiegel)
- Durch den Eintritt der Discounter und den Siegeszug der Biomärkte sind die Produkte in räumlicher Sicht viel erreichbarer. Viele Läden bieten gleichzeitig Bioware und konventionelle Ware an
- Nach wie vor ist das Image der Bioprodukte sehr hoch
- Der ökologischen Landwirtschaft wird eine positive Rolle im Hinblick auf den Umweltschutz zugeschrieben
- Schließlich ist die artgerechte Tierhaltung für viele Verbraucher ein Thema von großer Bedeutung
- Trends wie Lohas (= Lifestyle of Health an Sustainability) spielen eine zunehmende Rolle

Der Öko-Boom wird vor allem durch die Bedürfnisse der Verbraucher begünstigt, die unter dem Begriff Lohas zusammengefasst werden. Dies drückt sich in einer Bevorzugung von Produkten aus, die folgenden Wünschen nahe kommen:

- Gesundheit (Lebensmittelsicherheit, Freiheit von chemischen Zusätzen, Eigenverantwortlichkeit)
- Vertrauen (Glaubwürdigkeit, Garantie durch unabhängige Organisationen)
- Stärkere Berücksichtigung von Emotionen
- Umweltschutz (Fair, ethisch)
- Markenbewusstsein
- Zeiteinsparung (Convenience-Produkte, Catering)

Nach IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) ist im Ökolandbau weltweit Schweden mit einem Anteil von 19% Spitzenreiter, danach folgen Österreich mit 11%, die Schweiz mit 10%, Italien mit 8% und Deutschland mit 4%. Mit 12,2 Mrd. ha sind in Australien die meisten Ökoflächen zertifiziert.

Es folgen Europa mit 6,5 Mrd. ha und Südamerika mit 6,4 Mrd. ha.

Mit 2,5 Mrd. € wird in den USA ein relativ hoher Umsatz mit Ökoprodukten erzielt, obwohl dort der eigene Anbau einen relativ geringen Anteil ausmacht. Nach den US-amerikanischen NOP-Richtlinien (National Organic Program) ist z.B. jegliche antibiotische Tierbehandlung untersagt. 56% der US-Amerikaner glauben, dass Ökoprodukte besser sind. 60% der Dänen kaufen bereits Milchprodukte aus ökologischer Erzeugung und 30% des täglich in München verkauften Brotes ist ökologisch zertifiziert. Bei der Babynahrung beträgt der Anteil bereits 80-90%.

Tabelle1: Vermarktungswege in Deutschland von Ökoprodukten

Vermarktungswege (2005)	Marktanteil	Umsatz (Mio €)	Wachstum
Konventioneller LEH	41%	1600	25%
Öko-Supermärkte	25%	990	10%
Ökoläden (traditionell)	6%	240	-11%
Handwerk	6%	240	0%
Direktvermarktung	14%	540	-3%
Andere (z.B. Drogerien)	8%	290	16%
Gesamt	100%	3900	11%

aus Hamm 1998-2006; Organic Services 2006

Das größte Umsatzwachstum von Ökoprodukten in Deutschland weist der Lebensmitteleinzelhandel mit 25% auf, danach folgen Ökosupermärkte mit 11%. Dagegen stagnieren die traditionellen Ökoläden und die Direktvermarktung.

Der Anteil an ökologisch erzeugtem Schweinefleisch ist mit nur 0,5% vom gesamten deutschen Schweinemarkt gering. Doch seitdem starken Umsatzwachstum von Ökoprodukten beim Lebensmitteleinzelhandel und bei Ökosupermärkten, ist auch mit einer steigenden Nachfrage nach ökologisch erzeugtem Schweinefleisch zu rechnen.