

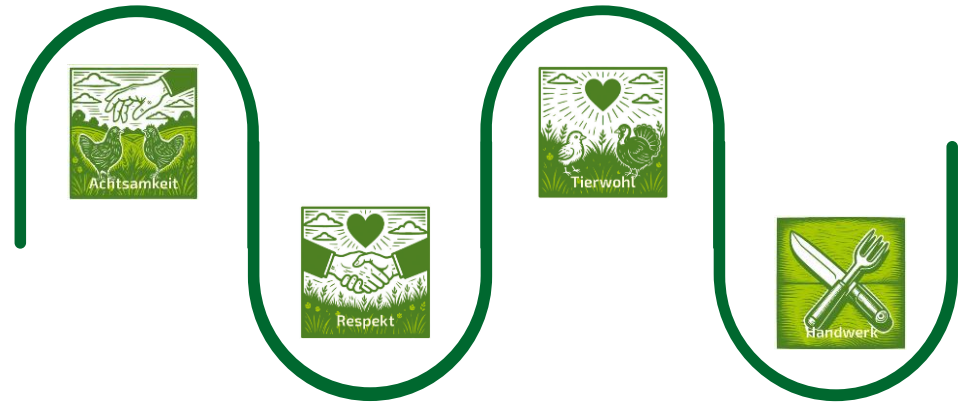


Marktanalyse Bio-Geflügelfleisch aus Sicht der Bio-Vermarkter

Stefan Mutter, Freiländer Bio Geflügel GmbH

Das Prinzip: Wertschöpfungskette

- Werte
- schöpfen
- Kette





**Unsere Wertschöpfungskette:
es geht um die Balance!**



Interessen der Beteiligten an der Wertschöpfungskette:

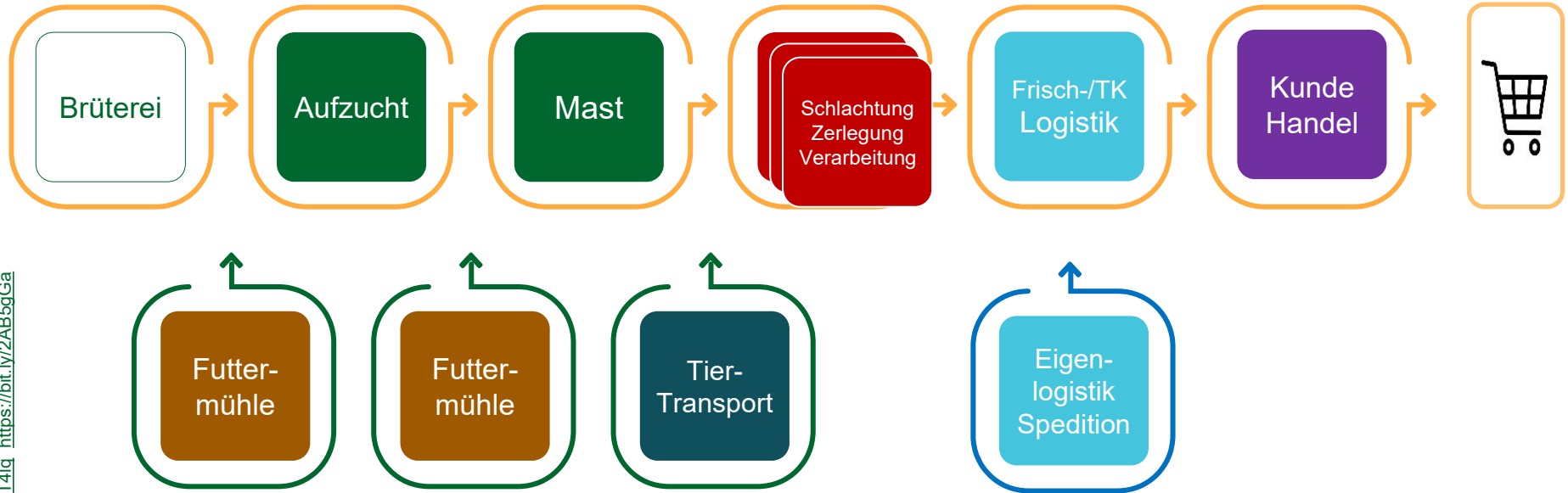
- Strukturelle Interessen
- Personelle Interessen
- Finanzielle Interessen

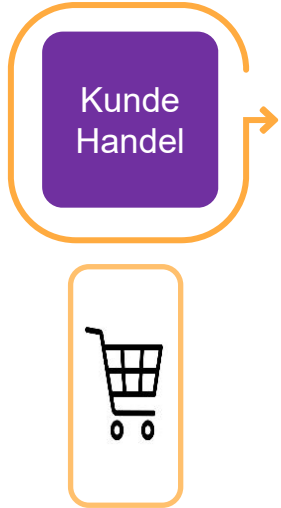
„Stakeholder-Interest“:

- Ethisch-moralische Interessen
- Interessen hinsichtlich Tierwohl
- Umweltinteressen



Unsere Freiländer- Wertschöpfungskette





Verarbeitende
Betriebe



Naturkost-
fachhandel



Discount



Gastro,
AHV



Online-
Shop

Online-
Handel

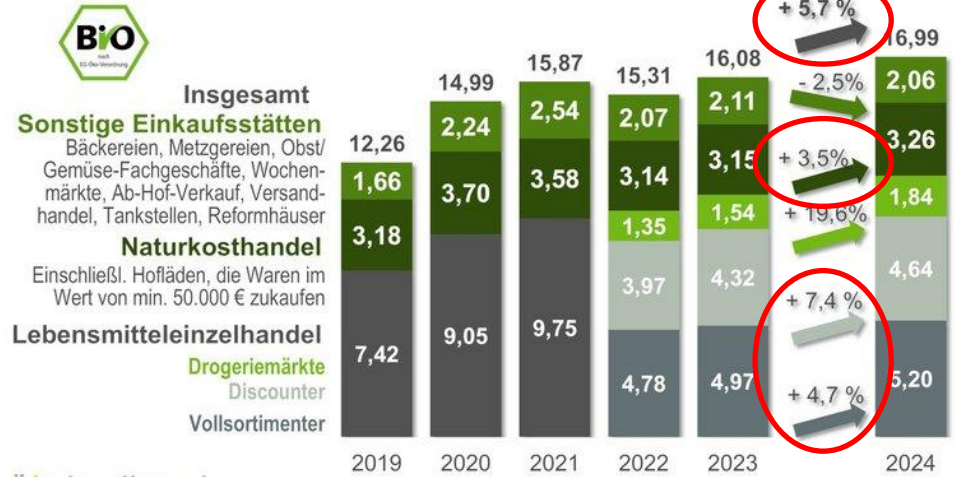




Bio-Markt wächst wieder über die Menge



Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel und -Getränke nach Einkaufsstätten in Deutschland, in Milliarden Euro*



ökolandbau.de
Das Informationsportal

*ab 2022 mit Unterteilung LEH nach YouGov



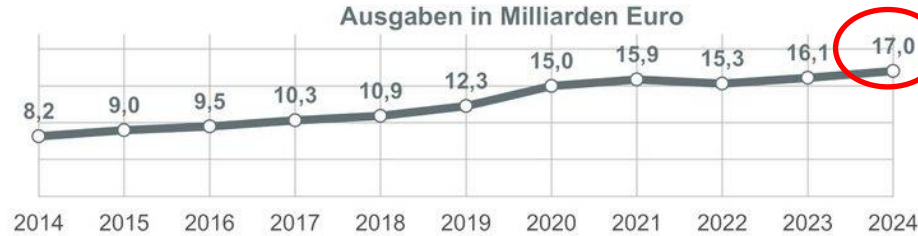
Kunde
Handel



Bio-Markt gewinnt wieder Marktanteile



Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel und -Getränke in Deutschland in Milliarden Euro sowie Bio-Anteil am Gesamtmarkt in Prozent



ökolandbau.de
Das Informationsportal

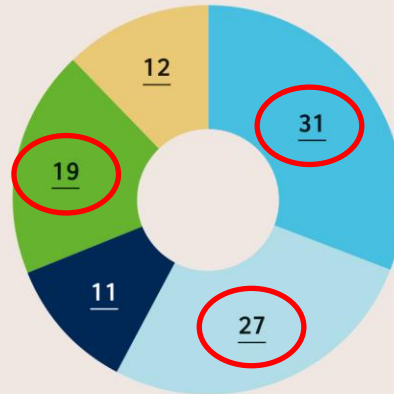


HANDELSANTEILE AM BIO-UMSATZ 2024 in Prozent

BÖLW



- Vollsortimenter
- Discounter
- Drogeriemärkte
- Naturkostfachgeschäfte*
- Sonstige**

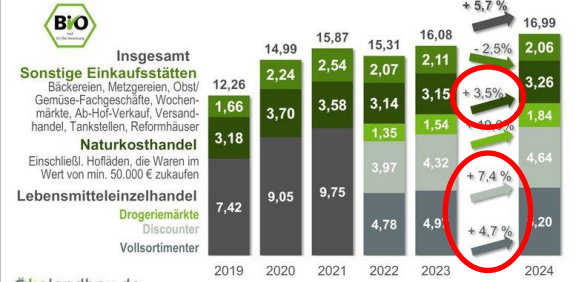


T 2025 | AMI NACH YOU.GOV, NIQ, BIOVISTA, BRAUN

Bio-Markt wächst wieder über die Menge

AMI

Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel und -Getränke nach Einkaufsstätten in Deutschland, in Milliarden Euro*



ökolandbau.de

*ab 2022 mit Unterteilung LEH nach YouGov

© AMI 2025/OL-275 | AMI-informiert.de

Quelle: Arbeitskreis Biomarkt

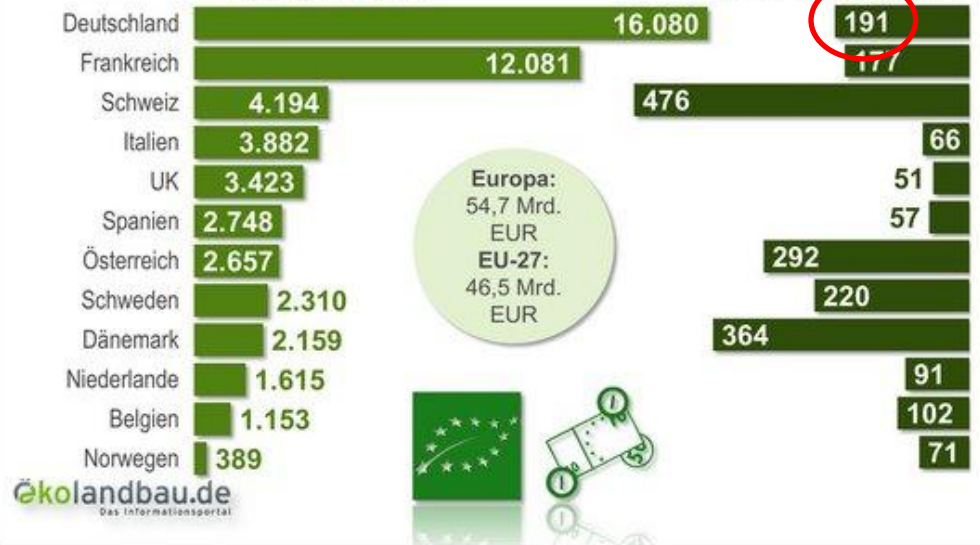
Umsatz mit Öko-Lebensmitteln in Europa



in ausgewählten Ländern, ohne Außer-Haus-Käufe, 2023

in Millionen Euro

in Euro je Einwohner



ökolandbau.de
Das Informationsportal

© AMI 2025/OL-119 | AMI-informiert.de

Quellen: AMI; FiBL



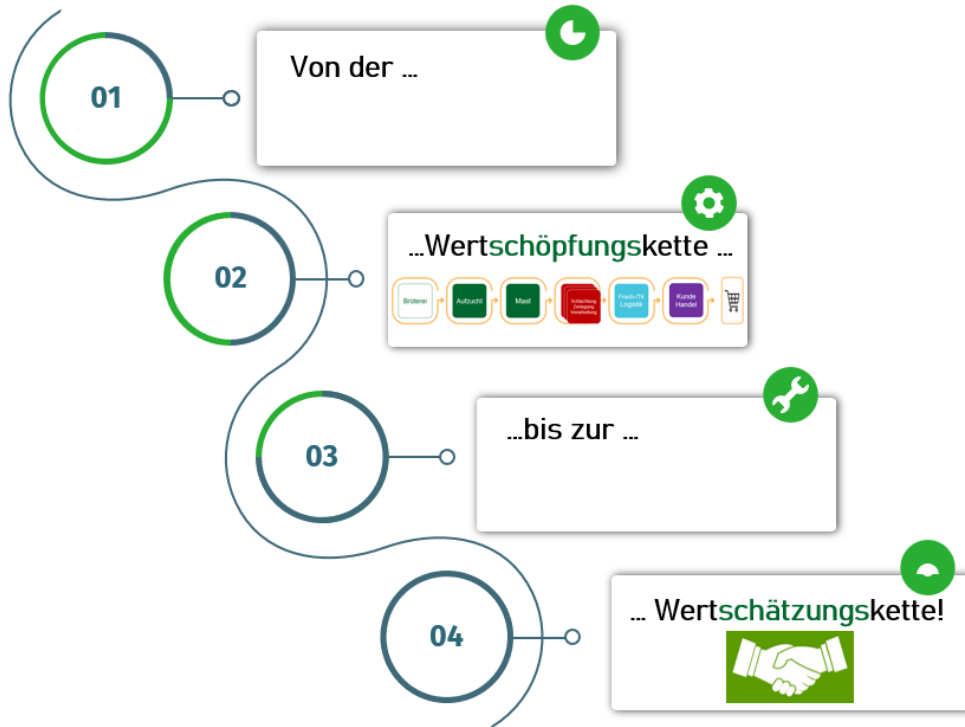
Kunde
Handel



Markt bleibt für den Fachhandel herausfordernd

Ob sich dies so schnell ändert, ist fraglich. Denn noch immer halten sich viele Menschen beim Konsum zurück. Laut des Vermögensbarometers 2025 des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands (DSGV) schränken in diesem Jahr 50 Prozent der Befragten ihren Konsum ein. Und auch das GfK-Konsumklima zeigt, dass sich die Verbraucherstimmung seit dem Tiefpunkt im Herbst 2022 zwar sukzessive verbessert, im November 2025 aber immer noch deutlich im negativen Bereich liegt.

Das Fazit der Wissenschaftler: Der Bio-Umsatz könnte 2025 signifikant wachsen und **in Deutschland erstmals über 18 Milliarden Euro liegen**. Damit würde das Umsatzwachstum über dem des LEH insgesamt liegen und somit zu einem **historischen Marktanteil von 6,9 Prozent führen** können. Bio ist also wieder auf Wachstumskurs und somit „Back on Track“. Doch der Markt bleibt besonders für den Fachhandel und Bio-Markenartikel herausfordernd.



Wert-Schöpfungs-Kette

Wert-Schätzungs-Kette

Danke schön!