



BIOFINO

# Marktanalyse für Bio-Geflügelfleisch - ein Ausblick-

Piding 20. November 2025



# Fakten über Biofino

Seit fast 25 Jahren der Spezialist für Erzeugung, Veredlung und Vermarktung im Bio-Geflügelmarkt

Sortiment:	Bio-Hähnchen, Bio-Putenfleisch, Bio-Convenienceprodukte und Bio-Tiefkühl-Geflügelfleisch
Vermarktung:	hauptsächlich im Lebensmitteleinzelhandel
Mitarbeiter:	220
Umsatz:	ca. 81 Millionen Euro (2024)

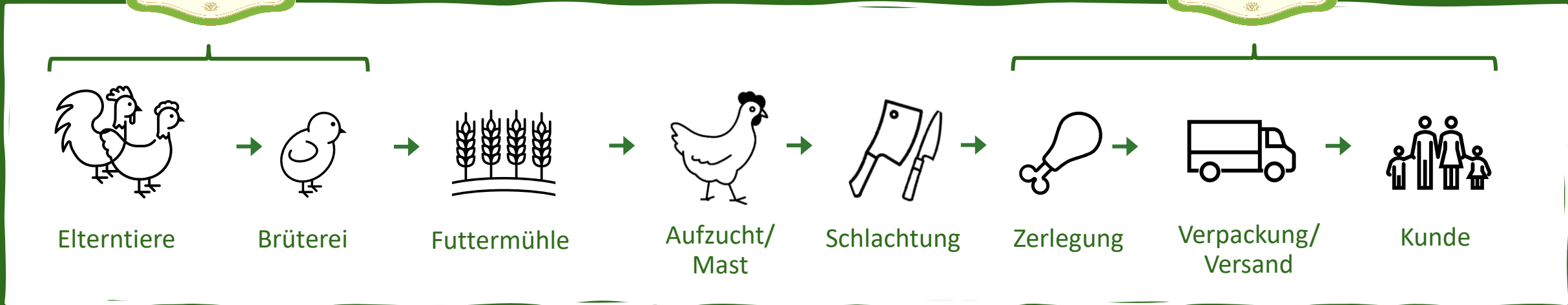
100%  
BIO

7.500 m<sup>2</sup> Produktionsfläche an zwei Standorten für Frische und Verarbeitung, sowie 5 Elterntierfarmen und eine Brüterei für Bio-Hähnchenküken





# Unsere Prozesskette



Glaubwürdigkeit und Abgrenzung durch verlässliches Bio-Konzept entlang der ganzen Wertschöpfungskette vom Elterntier bis zum Endverbraucher:  
Artgerechte Haltung, Regionalität, 100% Bio

# Was uns ausmacht...

- **Bio-Frischespezialist:** Umfangreiches Bio-Geflügel –Teilstück-Sortiment in SB – frisch) inklusive saisonaler Themensortimente
- Ein umfangreiches eigenes **Bio Convenience-Sortiment** z.B. Pulled Chicken, Cordon bleu, Chicken Nuggets
- Glaubwürdigkeit und Abgrenzung durch verlässliches Bio-Konzept entlang der ganzen Wertschöpfungskette vom Elterntier bis zum Endverbraucher:
  - Artgerechte Haltung, Regionalität, 100% Bio
- Langjährige partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren **Vertrags-Landwirten**
- Differenzierung am Markt, durch die Richtlinien des **Naturland-Verbandes**



# Entwicklung der Absatzwege in Deutschland



## UMSÄTZE FÜR BIO-LEBENSMITTEL IN DEUTSCHLAND 2019–2024

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

### sonstige Einkaufsstätten

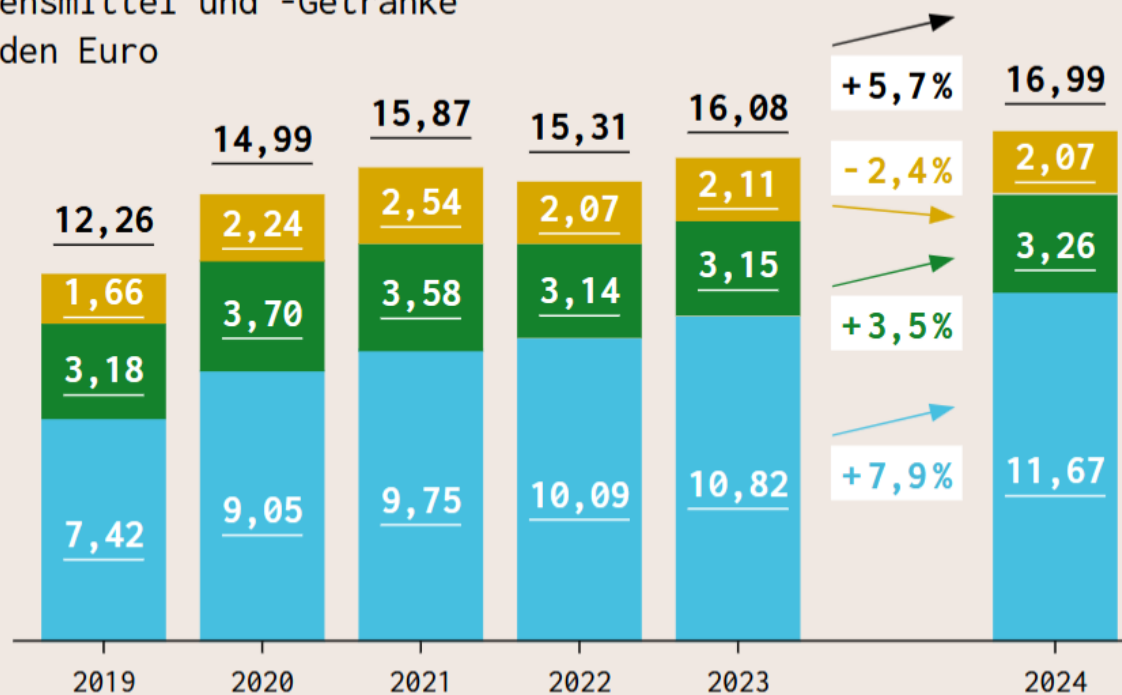
Bäckereien, Metzgereien, Obst-/Gemüse-Fachgeschäfte, Wochenmärkte, Ab-Hof-Verkauf, Versandhandel, Tankstellen, Reformhäuser

### Naturkosthandel

inkl. Hofläden, die Waren im Wert von mind. 51.500 € zukaufen

### Lebensmitteleinzelhandel

+ Discounter, Drogeriemärkte



© BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | ARBEITSKREIS BIOMARKT, STATISTISCHES BUNDESAMT, AMI

# Käuferreichweite für Bio-Produkte



## Käuferpotenzial ist noch nicht ausgeschöpft

Haben Sie 2024, zumindest in bestimmten Warenkategorien, beim Kauf von Lebensmitteln bewusst Bioprodukte gekauft und haben Sie dies 2025 vor?

Ja, habe ich und ich werde es auch 2025 tun



Ja, habe ich, aber ich werde es im Jahr 2025 nicht mehr tun



Nein, habe ich nicht und ich habe es im Jahr 2025 auch nicht vor



Nein, habe ich nicht, aber ich habe es im Jahr 2025 vor



Weiß nicht/keine Angabe



Angaben in Prozent; in Klammern: Anzahl der Antworten

Quelle: YouGov ONLINE-UMFRAGE; n =2.030; 23.-25.01.2025

# Wachstums Potential der Bio-Nachfrage



## Überzeugte Käufer wollen mehr Bio kaufen

Haben Sie vor, 2025 mehr oder weniger Bio zu kaufen als im vergangenen Jahr?

Mehr



In etwa gleich viel



Weniger



Weiß nicht/keine Angaben



Angaben in Prozent; in Klammern: Anzahl der Antworten

Quelle: YOUNGOV ONLINE-UMFRAGE; n =1.034; 23.-25.01.2025

Lebensmittel  
Zeitung

Lebensmittel  
Zeitung

Umsatzrekord

### Bio-Lebensmittel sind so gefragt wie nie

Dienstag, 11. November 2025



Die Umsätze mit Bio-Lebensmittel steigen 2025 voraussichtlich um etwa 10 Prozent auf rund 18,7 Mrd. Euro.

# Trends im Bio-Geflügelfleischmarkt



## Treiber der Bio-Geflügelfleisch Nachfrage

Nachhaltige Lebensweise

Artgerechte Haltung und Tierwohl

Regionalität der Erzeugung

=> Trends wie Gesunde Ernährung, Bewusstes Konsumverhalten und Flexitarismus fördern die Nachfrage

## Wer kauft was, wo und wieviel davon ein? Marktaussichten für den Bio-Geflügelfleischmarkt

=> Frischware überwiegt am Bio-Geflügelmarkt

=> 75% des frischen Bio-Geflügelfleischs wird über den LEH vermarktet

=> Bio-Geflügelfleisch hat einen Anteil von ca. 2,5% am gesamten Geflügelmarkt

=> Marktwachstum von 7% bis 10% in den nächsten Jahre zu erwarten



# Aktuelle Entwicklungen im Bio-Geflügelfleischmarkt



## Frischgeflügel im Lebensmitteleinzelhandel

- Weiter steigende Nachfrage nach Bio-Geflügelfleisch braucht Distribution
- Marktausweitung vor allem durch Bio-Engagement des LEH´s
- Schwerpunkt Bio-Verbandsware und Ware deutscher Herkunft

## Großverbraucher

- Gutes Wachstum auf niedrigem Niveau; Schulkantinen, Mensen, hochwertige Betriebskantinen, Nachhaltig orientierte Gastronomie

## Veredelte Produkte: Bio-Geflügel-Convenience und -wurst

- Gutes Wachstum im Frische- und TK-Markt.
- Einfache und schnelle Zubereitung für Zuhause und Unterwegs



# Was können wir in Zukunft erwarten...

1. Verbandsware und deutsche Herkunft sind die favorisierte Qualität im Bio-Segment
2. Der Handel wird an seinem Ziel die Haltungsformen HF3 und HF 4/5 weiter auszubauen festhalten
3. Bio Geflügelhaltung als höchster Tierwohlstandard wird sich in der Verbraucherwahrnehmung weiter durchsetzen
4. Leistungsfähige Wertschöpfungsketten in der Erzeugung, Verarbeitung und Logistik sind die Voraussetzung für eine erfolgreiche Bio-Vermarktung
5. Verlässliche politische Rahmenbedingungen sind Voraussetzung für die Entwicklung der Tierhaltung in der Bio-Landwirtschaft und sichern die Marktversorgung mit Bio-Geflügel



# Perspektiven der Öko-Geflügelmast



- **„Bio liegt im Trend!“**  
Die Nachfrage nach Bio-Geflügelfleisch wird weiter steigen und bietet gute Marktchancen für die Landwirtschaft.
- Die Bio-Hähnchenhaltung und Bio-  
Putenhaltung ist ein sehr **interessanter Betriebszweig** zur Entwicklung Ihres Bio-Betriebes.
- **Biofino** versteht sich als ein verlässlicher Vermarktungspartner und bietet umfassende Unterstützung auf allen Stufen der Erzeugung.





Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit!

