

# MARKT *Bilanz*

ÖKO-LANDBAU 2024

Inhaltsverzeichnis

Die Agrarmarkt Informations-Gesellschaft erstellt unabhängig und  
übergreifend aktuelle Fakten und Analysen für das gesamte Agribusiness.



*natürlich informiert.*

# AMI Markt Bilanz Öko-Landbau 2024

Daten | Fakten | Entwicklungen | Deutschland | EU | Welt

## Autorinnen und Autoren

Diana Schaack, Christine Rampold, Tim Boenigk, Laura Riegert  
Telefon (0228) 33805-270/271 | Fax (0228) 33805-2270/2271

## Redaktionsassistentz

Marion Weiß

## Umschlaggestaltung

Titelbild: Fotolia

## Herausgeber

Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH  
Dreizehnmorgenweg 10 | 53175 Bonn

Telefon (0228) 33805-0 | Fax (0228) 33805-590  
E-Mail: [info@AMI-Infoformiert.de](mailto:info@AMI-Infoformiert.de) | Internet: [www.AMI-infoformiert.de](http://www.AMI-infoformiert.de)

## Druck

Plump Druck & Medien GmbH  
Rolandsecker Weg 33 | 53619 Rheinbreitbach  
[www.mhp-print.de](http://www.mhp-print.de)

ISSN 1869-9499

Redaktionsschluss: 29. Februar 2024

© AMI GmbH 02/2024 | Alle Rechte vorbehalten.

Abdruck, Auswertung und Weitergabe nur mit ausdrücklicher Genehmigung

Tabelle	Seite
Zeichenklärungen, Abkürzungen, Inserenten .....	8-9
<b>1. Kommentare</b>	
Öko-Markt in Deutschland 2023 .....	11-24
Strukturdaten und Verkaufserlöse 2022 .....	25-28
Öko-Umsatz und Flächenentwicklung in Europa 2022 .....	29-37
<b>2. Deutschland – Übersicht</b>	
2.1 Ausgewählte gesamt- und ernährungswirtschaftliche Daten.....	39
2.2 Wichtige Preisindizes .....	40
2.3 Produktionswert der Landwirtschaft zu Erzeugerpreisen .....	40
<b>3. Deutschland – Anbau und Tierhaltung</b>	
3.1 Öko-Flächen in Deutschland nach Bundesländern.....	41
3.2 Öko-Betriebe in Deutschland nach Bundesländern .....	41
3.3 Öko-Flächen und Öko-Betriebe in Deutschland nach Bundesländern und Betriebsformen .....	42-43
3.4 Entwicklung der Öko-Betriebe und Öko-Flächen in Deutschland.....	44
3.5 Öko-Betriebe in Deutschland nach Anbauverbänden .....	45
3.6 Öko-Flächen in Deutschland nach Anbauverbänden.....	45
3.7 Bodennutzung und Tierhaltung im deutschen Öko-Landbau .....	46-48
3.8 Struktur der ökologischen Tierhaltung in den Bundesländern.....	49-50
<b>4. Deutschland – Produktion</b>	
4.1 Verkaufserlöse der deutschen Landwirtschaft .....	51
4.2 Ernten von Öko-Getreide und Öko-Proteinpflanzen in Deutschland nach Arten .....	52
4.3 Verbrauch von Öko-Getreide in Deutschland .....	52
4.4 Öko-Gemüseflächen und Öko-Gemüseernten in Deutschland .....	53
4.5 Öko-Kuhmilchanlieferungen an deutsche milchwirtschaftliche Unternehmen .....	54
4.6 Herstellung von ökologisch erzeugten Milchprodukten.....	54
4.7 Deutsche Produktion und Importe von Öko-Produkten nach Deutschland .....	55
<b>5. Deutschland – Erzeuger- und Großhandelspreise</b>	
5.1 Preise für Öko-Getreide und Öko-Futtermittel .....	57
5.2 Preise für Öko-Frühhkartoffeln .....	58
5.3 Preise für Öko-Lagerkartoffeln .....	59-60
5.4 Preise für Öko-Blattgemüse .....	61-62

Tabelle	Seite
5.5 Preise für Öko-Stängelgemüse .....	63
5.6 Preise für Öko-Fruchtgemüse .....	64-65
5.7 Preise für Öko-Hülsengemüse .....	66
5.8 Preise für Öko-Zwiebelgemüse .....	66-67
5.9 Preise für Öko-Kohlgemüse .....	68
5.10 Preise für Öko-Wurzelgemüse und Öko-Knollengemüse.....	69-70
5.11 Preise für Öko-Pilze.....	70
5.12 Preise für Öko-Kräuter.....	71-72
5.13 Preise für Öko-Beerenobst .....	73
5.14 Preise für Öko-Kernobst .....	73-75
5.15 Preise für Öko-Steinobst .....	76
5.16 Preise für Öko-Südfrüchte .....	77
5.17 Preise für Öko-Nüsse .....	77
5.18 Preise für Öko-Zitrusfrüchte .....	78
5.19 Preise für Öko-Melonen.....	78
5.20 Preise für Öko-Tafeltrauben .....	79
5.21 Preise für Öko-Schlachttiere.....	80
5.22 Preise für Öko-Hühnereier .....	81
5.23 Preise für Öko-Kuhmilch.....	81
<b>6. Deutschland – Nachfrage</b>	
6.1 Umsatz und Umsatzanteile für Öko-Lebensmittel in Deutschland nach Absatzebenen.....	83
6.2 Öko-Anteile am Lebensmittelmarkt und Pro-Kopf-Ausgaben für Öko-Produkte in Deutschland .....	83
6.3 Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Brot in Deutschland.....	84
6.4 Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Mehl in Deutschland .....	85
6.5 Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Kartoffeln in Deutschland.....	86
6.6 Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Frischgemüse in Deutschland.....	87-88
6.7 Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Frischobst in Deutschland.....	89
6.8 Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Speiseöl in Deutschland .....	90
6.9 Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Fleisch in Deutschland.....	91
6.10 Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Fleischwaren und Öko-Wurst in Deutschland.....	92

Tabelle	Seite
6.11	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Geflügel in Deutschland ..... 93
6.12	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Eiern in Deutschland ..... 94
6.13	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Konsummilch in Deutschland ..... 95
6.14	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Milchgetränken in Deutschland ..... 96
6.15	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Butter in Deutschland ..... 97
6.16	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Joghurt in Deutschland ..... 98
6.17	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Quark in Deutschland ..... 99
6.18	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Milchrahmerzeugnissen in Deutschland ..... 100
6.19	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Käse in Deutschland ..... 101
6.20	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Milchersatz in Deutschland ..... 102
6.21	Einkaufsmenge und Umsatz von Öko-Fleischersatz in Deutschland ..... 103
<b>7.</b>	<b>Deutschland – Verbraucherpreise</b>
7.1	Verbraucherpreise für öko- und konventionelle Gemüsearten, Kartoffeln ..... 105
7.2	Verbraucherpreise für öko- und konventionelle Obstarten ..... 106
7.3	Verbraucherpreise für öko- und konventionelle Tierprodukte ..... 107
7.4	Verbraucherpreise für öko- und konventionelle Milchprodukte ..... 108
7.5	Verbraucherpreise für öko- und konventionelle Getreideprodukte, Zucker, Öle ..... 109
7.6	Verbraucherpreise für öko- und konventionelle vegetarische und vegane Produkte ..... 110
7.7	Werbeanstöße von Öko-Gemüse im deutschen Einzelhandel ..... 111
7.8	Werbeanstöße von Öko-Obst im deutschen Einzelhandel ..... 112
<b>8.</b>	<b>Europa und EU</b>
	<b>Öko-Umsatz in Europa</b>
8.1	Gesamt- und ernährungswirtschaftliche Daten in der EU ..... 113
8.2	Umsatz mit Öko-Lebensmitteln auf Einzelhandelsebene in Europa ..... 114
8.3	Pro-Kopf-Ausgaben für Öko-Lebensmittel in Europa ..... 115
8.4	Öko-Anteile am Lebensmittelmarkt in Europa ..... 116
8.5	Öko-Flächen nach Ländern in Europa ..... 117
8.6	Öko-Betriebe nach Ländern in Europa ..... 118

Tabelle	Seite
<b>Öko-Pflanzenanbau und -Produktion in der EU, EFTA und EU-Kandidatenländern</b>	
8.7	Öko-Bodennutzung in der EU-27 ..... 119
8.8	Öko-Ackerland nach Ländern in Europa ..... 120
8.9	Öko-Getreideanbau nach Ländern in Europa ..... 121
8.10	Öko-Weichweizenanbau nach Ländern in Europa ..... 122
8.11	Öko-Gerstenanbau nach Ländern in Europa ..... 123
8.12	Öko-Roggenanbau nach Ländern in Europa ..... 124
8.13	Öko-Haferanbau nach Ländern in Europa ..... 125
8.14	Öko-Körnermaisbau nach Ländern in Europa ..... 126
8.15	Öko-Ölsaatenanbau nach Ländern in Europa ..... 127
8.16	Öko-Sonnenblumenanbau nach Ländern in Europa ..... 128
8.17	Öko-Rapsanbau nach Ländern in Europa ..... 129
8.18	Öko-Sojabohnenanbau nach Ländern in Europa ..... 130
8.19	Öko-Hülsenfrüchteanbau nach Ländern in Europa ..... 131
8.20	Öko-Futterpflanzenanbau nach Ländern in Europa ..... 132
8.21	Öko-Kartoffelanbau nach Ländern in Europa ..... 133
8.22	Öko-Gemüseanbau nach Ländern in Europa ..... 134
8.23	Öko-Blattgemüseanbau nach Ländern in Europa ..... 135
8.24	Öko-Fruchtgemüseanbau nach Ländern in Europa ..... 136
8.25	Öko-Wurzel- und Knollengemüseanbau nach Ländern in Europa ..... 137
8.26	Öko-Erdbeerenanbau nach Ländern in Europa ..... 138
8.27	Öko-Grünlandanbau nach Ländern in Europa ..... 139
8.28	Öko-Dauerkulturanbau nach Ländern in Europa ..... 140
8.29	Öko-Kernobstanbau nach Ländern in Europa ..... 141
8.30	Öko-Steinobstanbau nach Ländern in Europa ..... 142
8.31	Öko-Schalenobstanbau nach Ländern in Europa ..... 143
8.32	Öko-Zitrusfrüchteanbau nach Ländern in Europa ..... 144
8.33	Öko-Olivenbaumanbau nach Ländern Europa ..... 144
8.34	Öko-Weinrebenanbau nach Ländern in Europa ..... 145

Tabelle	Seite
8.35	Öko-Getreideproduktion nach Ländern in Europa.....146
8.36	Öko-Kartoffelproduktion nach Ländern in Europa .....147
<b>Öko-Tierhaltung und -Produktion in der EU, EFTA und EU-Kandidatenländern</b>	
8.37	Öko-Rinderbestand nach Ländern in Europa .....148
8.38	Öko-Rindfleischproduktion nach Ländern in Europa .....149
8.39	Öko-Schafbestand nach Ländern in Europa .....150
8.40	Öko-Schweinebestand nach Ländern in Europa .....151
8.41	Öko-Schweinefleischproduktion nach Ländern in Europa.....152
8.42	Öko-Geflügelfleischproduktion nach Ländern in Europa .....153
8.43	Öko-Legehennenbestand nach Ländern in Europa.....154
8.44	Öko-Eierproduktion nach Ländern in Europa .....155
8.45	Öko-Milchkuhbestand nach Ländern in Europa .....156
8.46	Öko-Rohmilchproduktion nach Ländern in Europa.....157
8.47	Öko-Trinkmilchproduktion nach Ländern in Europa .....158
8.48	Öko-Rahmproduktion nach Ländern in Europa .....159
8.49	Öko-Butterproduktion nach Ländern in Europa .....160
8.50	Öko-Käseproduktion nach Ländern in Europa .....161



Diana Schaack  
Öko-Landbau



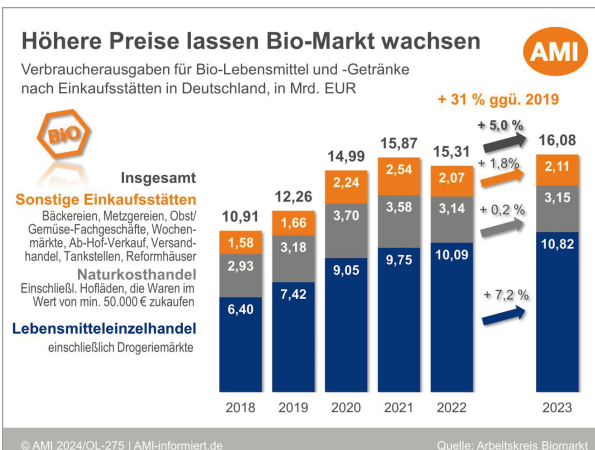
Christine Rampold  
Öko-Landbau

## Höhere Preise lassen Bio-Markt wachsen

2023 gaben die Verbraucher in Deutschland wieder 5 % mehr Geld und damit insgesamt 16,08 Mrd. EUR für Bio-Lebensmittel und -Getränke aus. Nach der Ausgabendelle 2022 nimmt der Bio-Markt damit wieder an Fahrt auf, allerdings vor allem über höhere Preise. Discounter und Handelsmarken waren die Haupttreiber des Marktes.

Ein Großteil der Bio-Umsatzsteigerungen 2023 wurde von den allgemeinen Preissteigerungen verursacht, die wiederum durch die hohe Inflation ausgelöst worden waren. 2022 hatte die seit dem Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine hohe Inflation zum ersten Mal in der Geschichte zu einer Umsatzdelle des Bio-Markts geführt. Von der Sparsamkeit bzw. den eingeschränkten finanziellen Möglichkeiten der Haushalte haben dann die günstigeren Einkaufsstätten des Lebensmittelein-

zelhandels (LEH) profitiert. Im Jahr 2023 wuchsen die Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel und -Getränke um 5 %, so der von der AMI koordinierte Arbeitskreis Biomarkt. Die Datenbasis beruht auf Daten der Marktforschungsinstitute GfK, Nielsen, bioVista, BNN und Klaus Braun Kommunikationsberatung. Mit dem Wachstum 2023 wurde der Rückgang aus dem Jahr 2022 wieder wettgemacht. Allerdings lag die Inflationsrate für Nahrungsmittel 2023 bei durchschnittlich 12 %, wie



Im Jahr 2023 gaben die Verbraucher in Deutschland wieder 5,0 % mehr Geld und damit insgesamt 16,08 Mrd. EUR für Bio-Lebensmittel und -Getränke aus. Nach der Ausgabendelle 2022 nimmt der Bio-Markt damit wieder an Fahrt auf, allerdings vor allem über höhere Preise. Das vergangene Jahr war auch weiterhin durch die angespannte wirtschaftliche Lage vieler Verbraucher geprägt. Dies erklärt auch den ungebremsten Zulauf auf die Discounter und den Siegeszug günstiger Bio-Eigenmarken.



## AMI Markt Bilanz Öko-Landbau 2024

Das Jahrbuch bietet Analysen aktueller Trends am deutschen und europäischen Markt für Öko-Rohware und Bio-Lebensmittel. Zusätzlich veranschaulichen AMI Markt Charts die Zusammenhänge. Marktbeteiligte erhalten durch die Bewertung der Einflussfaktoren auf das Marktgeschehen eine solide Grundlage für ihre strategischen Entscheidungen. Ausführliche Tabellen im Hauptteil bieten zudem umfangreiche Vergleichsmöglichkeiten mit den eigenen Unternehmens- und Branchendaten.

Ausführlich beleuchtet werden der deutsche Anbau und die Produktion sowie die Entwicklung der Erzeugerpreise für Obst, Gemüse, Kartoffeln, Getreide, Schlachttiere, Milch und Eier auf verschiedenen Absatzstufen. Erneut aufgenommen wurden Preise für importiertes Obst, Gemüse und Kartoffeln.

Die Zeitreihen in der Markt Bilanz umfassen sowohl den Einkauf der deutschen Haushalte von verschiedenen Bio-Produkten als auch jährliche Verbraucherpreise.

Fakten zum europäischen Bio-Markt mit Kennzahlen zu Umsatz, Anbau und Produktion runden die Publikation ab.