



Produktions- und Marktpotenzialerhebung und -analyse für die Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung ökologischer Agrarerzeugnisse und Lebensmittel aus Baden-Württemberg 2025



Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Autorinnen und Autoren:

Ecozept: Dr. Burkhard Schaer, Valentina Wigger, Michael Böhm, Jan Linck, Katrin Hörger, Rebecca Mühl

ECOZEPT GmbH

Oberer Graben 22 DE- 85354 Freising

www.ecozept.com





Inhalt

1. Hintergrund und Zielsetzung.....	8
2. Marktanalyse	10
2.1. Erzeugung und Verarbeitung des Bio-Sektors in Baden-Württemberg	10
2.1.1. Entwicklung von Erzeugung und Agrarstruktur	10
2.1.2. Weitere Strukturdaten.....	15
2.1.3. Verarbeitung	16
2.2. Konsum und Verzehr von Bio-Produkten.....	20
2.2.1. Bio-Lebensmittelmarkt in Deutschland	20
2.2.2. Bio-Lebensmittelkonsum in Baden-Württemberg.....	23
2.2.3. Bedeutung von Bio-Absatzkanälen	26
2.3. Gegenüberstellung von Erzeugung und Verbrauch in Baden-Württemberg.....	28
2.3.1. Obst	29
2.3.2. Gemüse	31
2.3.3. Kartoffeln.....	32
2.3.4. Wein.....	34
2.3.5. Getreide und ausgewählte Druschfrüchte	34
2.3.6. Milch und Molkereiprodukte	36
2.3.7. Fleisch und Wurstwaren	38
2.3.8. Bio-Fleischerzeugung.....	39
2.3.9. Eier	41
2.4. Zusammenfassung: Bio-Versorgungsbilanzen	43
2.5. Gemeinschaftsverpflegung.....	44
2.5.1. Datengrundlagen.....	44
2.5.2. Berechnung des Produktbedarfs bzw. Potenzials.....	47
3. Die Entwicklung des Bio-Sektors in Baden-Württemberg aus Fachleutesicht	53
3.1. Wachstumsdynamik des Bio-Sektors und Einflussfaktoren.....	53
3.2. Umstellung und Ausweitung des Bio-Landbaus	55
3.3. Marktentwicklung und Marktstrukturen	56
4. Bewertung der Außer-Haus-Verpflegung für Bio-Lebensmittel aus Fachleute-Sicht..	59
4.1. Bewertung der kürzlich zurückliegenden Entwicklung	59
4.2. Bewertung des politischen und institutionellen Rahmens	60
4.3. Bewertung der zukünftigen Entwicklung	62
5. Auf dem Weg zu 30 % Bio: Aktueller Stand und Potenzial.....	66
5.1. Bio-Anbaufläche: Entwicklungsszenarien aus 2020 und aktueller Stand.....	66
5.2. Entwicklungsszenarien für den Öko-Markt.....	67
5.3. Potential der Gemeinschaftsverpflegung	68
5.4. Strategische Ausrichtung des weiteren Handelns	69
5.5. Handlungsempfehlungen für den weiteren Ausbau von Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft.....	72
5.5.1. Handlungsstrang Vernetzung und Kooperation.....	72
5.5.2. Handlungsstrang Wertschöpfungsketten und Markt	74
5.5.3. Handlungsstrang Kommunikation.....	76



5.5.4. Handlungsstrang Investitionsförderung	77
5.5.5. Handlungsstrang Beratung, Schulung und Fortbildung	78
5.5.6. Handlungsstrang Strukturen, Ressourcen & Rahmenbedingungen	79
5.5.7. Handlungsstrang Innovation, Forschung und Entwicklung	80
5.6. Weitere Handlungsansätze	81
5.6.1. Wertschöpfungskette Grünlandwirtschaft, Milcherzeugung	81
5.6.2. Wertschöpfungskette Ackerbau und Druschfrüchte	82
6. Zusammenfassung und Fazit.....	84
7. Literatur und Quellen	85
8. Anhang	87
8.1. Anhang: Angebotspotential auf Basis der Bio-Kartoffelflächen in BW.....	87
8.2. Anhang: Bedarf Rindfleisch.....	87
8.3. Anhang: Flächen und Erträge Getreide	88
8.4. Anhang: Schema Erzeugung und Verbrauch.....	89
8.5. Anhang: Schema Außer-Haus-Verpflegung.....	90



Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Flächennutzung in Baden-Württemberg und Deutschland 2024	11
Tabelle 2: Entwicklung der Bio-Flächennutzungen in Baden-Württemberg (2019-2024)....	14
Tabelle 3: Entwicklung der Bio-Tierzahlen in Baden-Württemberg (2019-2023).....	14
Tabelle 4: Größenklassen der Bio-Betriebe 2023	15
Tabelle 5: Veränderung der Größenklassen-Zugehörigkeit der Bio-Betriebe (2023 versus 2016, in %).	16
Tabelle 6: Schätzung der Bio-Verarbeitungsbetriebe nach Produkten (2025).....	17
Tabelle 7: Bio-Anteil an der Verkaufsmenge in Baden-Württemberg (2019-2024).....	24
Tabelle 8: Erzeugung und Verbrauch von Bio-Obst in Baden-Württemberg 2024	29
Tabelle 9: Verkaufswege von Bio-Obst nach Absatzkanälen (2019 und 2024).....	30
Tabelle 10: Bio-Gemüseanbau in Baden-Württemberg 2023	31
Tabelle 11: Erzeugung und Verbrauch von Bio-Gemüse in Baden-Württemberg 2024	31
Tabelle 12: Verkaufswege von Bio-Gemüse nach Absatzkanälen (2019)	32
Tabelle 13: Verkaufswege von Bio-Kartoffeln nach Absatzkanälen (2019 und 2024).....	33
Tabelle 14: Bio-Brot-Getreideanbau in Baden-Württemberg 2024	34
Tabelle 15: Erzeugung und Verbrauch von Bio-Brotgetreide in Baden-Württemberg	35
Tabelle 16: Verkaufswege von Bio-Brot und -Mehl nach Absatzkanälen (2024)	35
Tabelle 17: Anbau weiterer Druschfrüchte in Baden-Württemberg (2019-2023).....	36
Tabelle 18: Verkaufswege Trinkmilch, Käse, sonstige Molkereiprodukte (MoPro) in Baden-Württemberg (2024)	37
Tabelle 19: Biologische Tierhaltung in Baden-Württemberg 2023.....	38
Tabelle 20: Schlachtmengen über alle vier Tierarten	40
Tabelle 21: Pro-Kopf-Verbrauch von Fleisch (konv. und bio, Deutschland).....	40
Tabelle 22: Bio-Fleischerzeugung und verkaufte Mengen von Biofleisch in Baden-Württemberg.....	41
Tabelle 23: Verkaufswege von Bio-Fleisch nach Absatzkanälen (2019 und 2024).....	41
Tabelle 24: Verkaufswege Bio-Eier (2019 und 2024).....	42
Tabelle 25: Erzeugung regionale Bio-Landwirtschaft und regionaler Konsum 2023/2024 *	43
Tabelle 26: Potential der privaten und öffentlichen Gemeinschaftsverpflegung (rund 370 Mio. Essen /Jahr)	68
Tabelle 27: Vernetzung und Kooperation.....	72
Tabelle 28: Wertschöpfungsketten und Markt	75
Tabelle 29: Kommunikation.....	76
Tabelle 30: Investitionsförderung	77
Tabelle 31: Beratung, Schulung und Fortbildung.....	78
Tabelle 32: Strukturen, Ressourcen & Rahmenbedingungen	79
Tabelle 33: Innovation, Forschung und Entwicklung	80



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bio-Fläche in Baden-Württemberg 2019 und 2024 (ha)	11
Abbildung 2: Bio- Flächenentwicklung: Baden-Württemberg und Deutschland im Vergleich (2010-2024)	12
Abbildung 3: Bio- Betriebsentwicklung: Baden-Württemberg und Deutschland im Vergleich (2016-2024)	13
Abbildung 4: Entwicklung der verarbeitenden und importierenden Bio-Unternehmen in Baden-Württemberg (2002-2023)	18
Abbildung 5: Entwicklung der Anzahl der Bio-Erzeugerbetriebe mit Hofverarbeitung in Baden-Württemberg (1995-2023)	19
Abbildung 6: Bio-Anteile am Lebensmittelmarkt in Deutschland (Umsatzanteile, 2013-2024)	20
Abbildung 7: Bio-Anteile am Lebensmittelmarkt & Pro-Kopf Ausgaben für Öko-Lebensmittel (2019-2024)	21
Abbildung 8: Entwicklung der Absatzkanäle Lebensmitteleinzelhandel, Naturkostfachgeschäft, Drogeriemarkt, Discounter, Vollsortimenter und Sonstige Einkaufsstätten (2019-2024)	22
Abbildung 9: Konsum von Bio-Produkten in Baden-Württemberg im Vergleich zum Bundesdurchschnitt* 2024	23
Abbildung 10: Entwicklung von Gesamtumsatz und Marktanteil von Bio-Lebensmitteln in Baden-Württemberg (2019-2024)	24
Abbildung 11: Umsatz von Bio-Frischeprodukten in Baden-Württemberg (2020-2024)*	25
Abbildung 12: Absatz- und Umsatzentwicklung von Bio-Fleisch in Baden-Württemberg (2020-2024)	26
Abbildung 13: Einkaufsmengen bei Bio-Produkten nach Absatzweg, Vergleich Baden-Württemberg und Deutschland 2019*	27
Abbildung 14: Einkaufsmengen bei Bio-Produkten nach Absatzweg, Vergleich Baden-Württemberg und Deutschland** 2024	27
Abbildung 15: Verkaufswege von Bio-Obst nach Absatzkanälen 2024 (Deutschland und Baden-Württemberg)	30
Abbildung 16: Verkaufswege von Bio-Gemüse nach Absatzkanälen 2024 (Deutschland und Baden-Württemberg)	32
Abbildung 17: Verkaufswege von Bio-Kartoffeln nach Absatzkanälen 2024 (Deutschland und Baden-Württemberg)	33
Abbildung 18: Übersicht der betrachteten Verpflegungsbereiche der AHV *	45
Abbildung 19: Verteilung der jährlichen Essenszahlen (in Mio.) auf die verschiedenen Verpflegungsbereiche der GV	46
Abbildung 20: Potentialanalyse Kartoffeln	47
Abbildung 21: Potentialanalyse Rindfleisch	48
Abbildung 22: Potentialanalyse Milch & Milchprodukte	49
Abbildung 23: Potentialanalyse Speisegetreide	50
Abbildung 24: Bedarf bei 30 % Bio-Anteil im Vergleich zum aktuell verfügbaren Angebot.	51
Abbildung 25: Bio-Flächen-Szenario bis 2036, auf Basis der Entwicklung 2016-2019.	66
Abbildung 26: Szenarien für die Entwicklung des Bio-Markts	67
Abbildung 27: Strategische Orientierung	69



Kastenverzeichnis

Kasten 1: Kurzzusammenfassung zur kürzlichen Entwicklung Bio-Markt in Baden-Württemberg.....	52
Kasten 2: Kurzzusammenfassung Fachleutebefragung Bio in Baden-Württemberg.....	58
Kasten 3: Kurzzusammenfassung Fachleutebefragung AHV	65

Abkürzungsverzeichnis

AHV	Außer-Haus-Verpflegung
AKE	Arbeitskrafteinheiten
B2B	Business-to-Business
BW, BaWü	Kurzformen für Baden-Württemberg
BWGV	Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband e.V.
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BÖLW	Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e. V.
BW	Baden-Württemberg
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
Destatis	Statistisches Bundesamt
DFV	Deutscher Fleischer-Verband
DGE	Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.
EZG(s)	Erzeugergemeinschaft(en)
FiBL	Forschungsinstitut für biologischen Landbau
GA	Gemeinsamer Antrag
GV	Gemeinschaftsverpflegung
ha	Hektar
HIT	Herkunftssicherungs- und Informationssystem für Tiere
IHK	Industrie- und Handelskammer
KTBL	Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft
LEH	Lebensmitteleinzelhandel
LEL	Landesanstalt für die Entwicklung der Landwirtschaft und der ländlichen Räume (Schwäbisch Gmünd)
LF	Landwirtschaftlich genutzte Fläche
LfL	Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft
LN	Landwirtschaftliche Nutzfläche
MBW	MBW Marketinggesellschaft Baden-Württemberg mbH
MLR	Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz BW
t	Tonne
TRACES NT	TRAdE Control and Expert System – New Technology (EU-Datenbank)





1. Hintergrund und Zielsetzung

Die Agrarpolitik in Baden-Württemberg verfolgt das Ziel, den Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche bis 2030 auf 30 bis 40 Prozent zu steigern. Diese Entwicklung soll im Einklang mit der Nachfragesituation insbesondere auf den heimischen Absatzmärkten erfolgen, um Marktverwerfungen zu vermeiden und stabile, möglichst regionale Lieferketten zu etablieren. Weil die Bio-Lebensmittelwirtschaft Baden-Württembergs überregional vernetzt ist, werden auch die Perspektiven jenseits der Landesgrenzen betrachtet.

Mit einer Bio-Fläche von 212.745 ha in 2024 (LEL Schwäbisch Gmünd, 2025), gehört Baden-Württemberg zusammen mit Bayern und Brandenburg zu den drei Bundesländern mit den größten Bio-Flächen. Mit einem vergleichsweise hohen Bio-Anteil an der Gesamt-Landwirtschaftsfläche (15 %) (LEL Schwäbisch Gmünd, 2025) weist Baden-Württemberg eine der höchsten Bio-Konzentrationen unter den Flächen-Bundesländern auf.

Ein Anteil von 30 % würde in Baden-Württemberg einer Bio-Fläche von ca. 421.000 ha entsprechen. Um dieses Ziel zu erreichen, müssten im Zeitraum 2025-2030, weitere 208.000 ha auf Bio-Bewirtschaftung umgestellt werden. Linear betrachtet, müssten pro Jahr 42.000 ha Umstellungsfläche hinzukommen.

Die tatsächliche Umstellungsfläche lag in den vergangenen fünf Jahren bei durchschnittlich 5.200 ha je Jahr, wobei von 2020 auf 2021 ein Zuwachs von 10.000 ha erreicht wurde (AMI, 2025e; LEL Schwäbisch Gmünd, 2025).

Die hier vorgelegte Sektor- und Marktanalyse soll aufzeigen, ob dieser Umstellrhythmus im Einklang mit dem Wachstum der Absatzmärkte und dem wirtschaftlichen Gefüge in Baden-Württemberg steht, welche Veränderungen der Sektor in den letzten Jahren durchlaufen hat und inwiefern Voraussetzungen für weiteres Wachstum gegeben sind.

Dadurch sollen Handlungsmöglichkeiten identifiziert werden, die die Ausbreitung des Bio-Landbaus in Baden-Württemberg weiter begünstigen.

Der vorliegende Bericht bezieht sich auf eine Vorgängerstudie¹ und nimmt auf die dort erhobenen Daten Bezug.

Im Rahmen der neuen Analyse wurden die folgenden Arbeitsschritte durchgeführt:

- Aktualisierung der Daten zur Flächennutzung und zur Erzeugung
- Auswertung der Daten zur Verarbeitung
- Beschreibung des Konsums
- Bewertung der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) für Bio-Lebensmittel
- Gegenüberstellung von Erzeugung und Verbrauch
- Zusammenfassung: Bio-Versorgungsbilanzen.

Bei der Bearbeitung dieses Projekts haben uns folgende Prinzipien geleitet:

¹ Produktions- und Marktpotenzialerhebung und -analyse für die Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung ökologischer Agrarerzeugnisse und Lebensmittel aus Baden-Württemberg. https://mlr.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-mlr/intern/dateien/PDFs/Landwirtschaft/Oekologischer-Landbau/EVA-BIOBW-2030_Endbericht.pdf, zitiert als (Gider et al., 2021)



Eine **partizipative und integrative Arbeitsweise**: Die Einbindung von Wirtschaftsakteurinnen und -akteuren entlang der gesamten Wertschöpfungskette erfolgte durch einen engen Austausch in Form von Befragungen und durch einen Workshop.

Eine **mehrstufige und iterative Arbeitsweise**: Die Ergebnisse aus den Befragungen und Analysen sowie die Handlungsempfehlungen wurden laufend während des Erhebungsprozesses an Ansprechpersonen gespiegelt, wodurch die Erhebung gleichzeitig den Charakter eines Beteiligungsprozesses erhalten hat.

Die gute Beteiligung der wirtschaftlich Handelnden (an den Befragungen, im Workshop, bei der Ergebnispräsentation) ist ein Anzeichen dafür, dass der Beteiligungsprozess angenommen wurde.

Angesichts der deutlich dynamischeren Entwicklung des Biomarkts im Vergleich zur Erzeugung stellen sich folgende Arbeitsfragen:

- Wie entwickeln sich die landwirtschaftliche Bio-Erzeugung und die Bio-Verarbeitung in Baden-Württemberg?
- Wie entwickelt sich der Bio-Konsum?
- Wie beurteilt die baden-württembergische Land- und Lebensmittelwirtschaft die Bedingungen und die Aussichten für das Bio-Wachstum?
- Wie kann insbesondere die Außer-Haus-Verpflegung zur Ausdehnung des Bio-Anbaus beitragen?
- Welche Maßnahmen sind, vor allem aus Sicht der wirtschaftlich Handelnden, zu ergreifen, um die gesetzten Ziele zu erreichen?

Auf diese Fragen geben die folgenden Kapitel Antworten.



2. Marktanalyse

2.1. Erzeugung und Verarbeitung des Bio-Sektors in Baden-Württemberg

Im Folgenden werden der Ist-Zustand und die kürzliche Entwicklung der Erzeugung, der Verarbeitung und der Vermarktung ökologischer Agrarerzeugnisse und Lebensmittel beschrieben.

2.1.1. Entwicklung von Erzeugung und Agrarstruktur

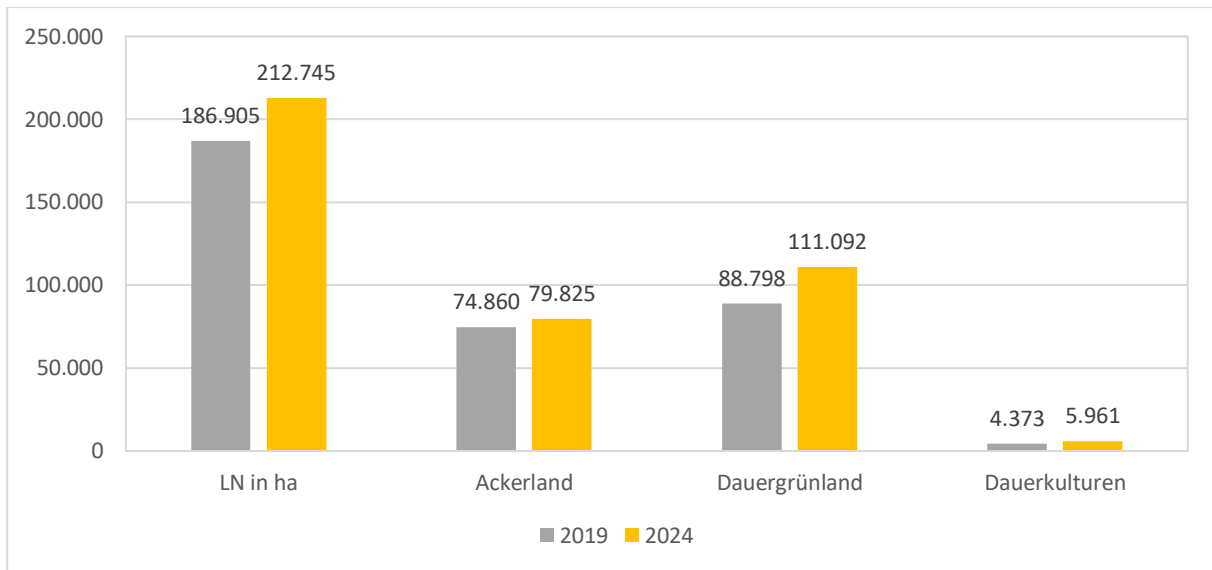
Gemäß der LEL-Daten (Meldungen der Kontrollstellen) wurde im Jahr **2024** in Baden-Württemberg eine landwirtschaftliche Nutzfläche (LN) von **212.745 ha** biologisch bewirtschaftet. Dies entspricht einem Anteil von ca. **15 % der Gesamt-LN** in Baden-Württemberg (Tabelle 1) und liegt deutlich über dem deutschlandweiten Durchschnitt von rund **11,5 %** der Flächen.

Die Bio-Fläche ist demnach zwischen 2019 und 2024 um rund **14 %** gestiegen (AMI, 2025e; LEL Schwäbisch Gmünd, 2025). Der Anteil von biologisch bewirtschaftetem Dauergrünland an der gesamten Bio-Fläche des Landes beträgt rund **52 %** (LEL Schwäbisch Gmünd, 2024, 2025) und liegt damit **1,6 %** über dem Bundesdurchschnitt (BÖLW, 2025).

Im bundesweiten Vergleich liegt der Anteil der Bio-Ackerfläche in Baden-Württemberg um **8,5 %** unterhalb des nationalen Durchschnitts.

Vergleicht man die baden-württembergischen Bio-Flächen mit der Gesamtflächennutzung des Bundeslandes, so ist der Anteil an Ackerland in Bio-Nutzung um **20 %** niedriger (**37 %** vs. **57 %**) und Grünlandanteil um **13 %** höher (**52 %** vs. **39 %**) (LEL Schwäbisch Gmünd, 2024). Die nachfolgende Abbildung 1 zeigt die Bio-Fläche in Baden-Württemberg in den Jahren 2019 und 2024.

Abbildung 1: Bio-Fläche in Baden-Württemberg 2019 und 2024 (ha)



Quelle: (AMI, 2020c, 2025e; BÖLW, 2025; LEL Schwäbisch Gmünd, 2024)

Tabelle 1: Flächennutzung in Baden-Württemberg und Deutschland 2024

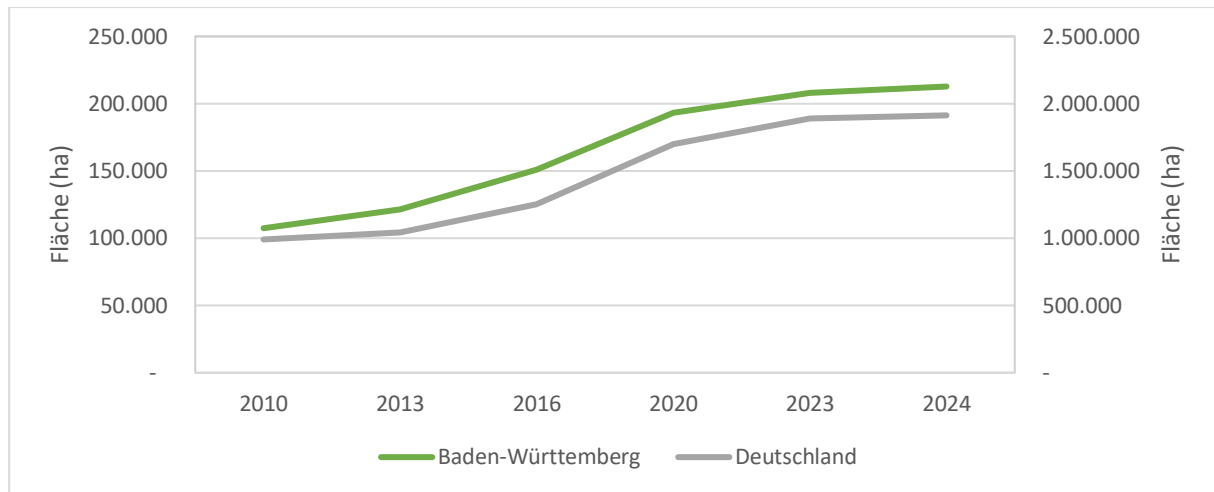
	Insgesamt (konv. und bio) BW (Anteil)	Bio-Fläche in BW in ha (Anteil)	Bio-Fläche Deutschland in ha
LN in ha	1.420.597	212.745 (15 %)	1.913.212
Ackerland	57 %	79.825 (37,5 %)	868.000 (46 %) *
Dauergrünland	39 %	111.092 (52,2 %)	955.000 (50,6 %) *

*Wert für 2023. Quelle: (AMI, 2025e; BÖLW, 2025; LEL Schwäbisch Gmünd, 2024, 2025)

Die nachfolgende Abbildung 2 verdeutlicht die **Flächenentwicklungen** gemäß den AMI- und LEL-Zahlen (auf Basis der Meldungen der Kontrollstellen) zwischen 2010 und 2024.

Dabei wird deutlich, dass die Dynamik in Baden-Württemberg der bundesdeutschen Entwicklung sehr ähnlich ist: klares Wachstum von 2013 bis 2020, dann Abschwächung der Flächenzunahme.

Abbildung 2: Bio- Flächenentwicklung: Baden-Württemberg und Deutschland im Vergleich (2010-2024)



Quelle: (AMI, 2015, 2022b, 2025e; LEL Schwäbisch Gmünd, 2025)

Die Daten aus der **Agrarstrukturhebung 2023** zum Ökolandbau in Baden-Württemberg geben weitere Informationen zur Bio-Betriebsstruktur (LEL Schwäbisch Gmünd, 2025):

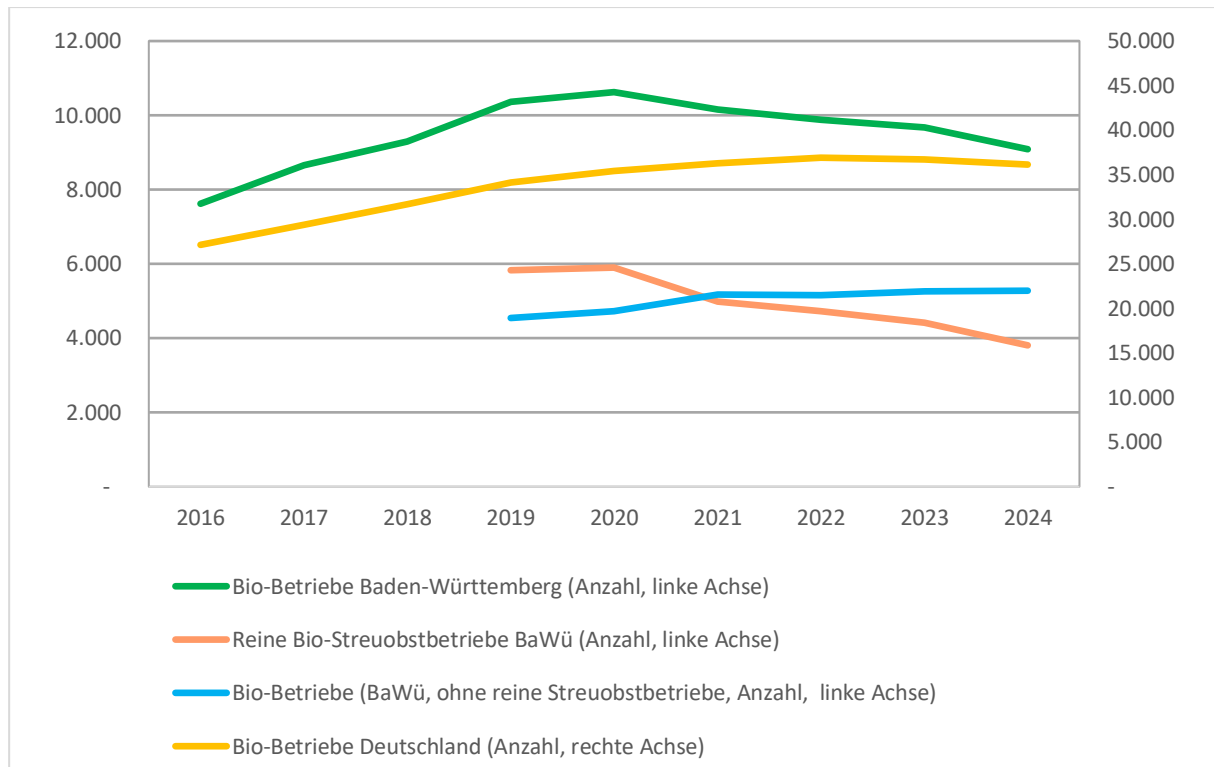
- Fast jeder zweite Bio-Betrieb (46 %) ist ein Futterbaubetrieb, während es bei den konventionellen Betrieben nur ein Drittel (35 %) ist.
- Knapp 24 % der Bio-Betriebe sind Ackerbaubetriebe, während es im konventionellen Anbau fast 30 % sind.
- Insgesamt bewirtschaften 340 Betriebe Dauerkulturen auf einer Fläche von 4.671 ha. Davon entfallen 1.319 ha auf den Weinbau.
- Darüber hinaus gibt es 100 Bio-Veredelungsbetriebe, das entspricht 2 % aller Bio-Betriebe. Im konventionellen Bereich liegt der Anteil bei 3 %.

Im Vergleich zum Jahr 2019 ist die Anzahl der Bio-Betriebe bis 2023 um knapp 7 % auf 9.676 Betriebe gesunken (AMI, 2025e; LEL Schwäbisch Gmünd, 2025). Diese Entwicklung setzt sich im Jahr 2024 fort mit einem Rückgang auf 9.083 Betriebe (BLE, 2025).

Hier ist allerdings die Besonderheit der zahlreichen Bio-Streuobstbetriebe in Baden-Württemberg zu berücksichtigen. Diese oft sehr kleinen Betriebe scheiden aus verschiedenen Gründen aus der Bio-Zertifizierung aus (Aufgabe, Generationswechsel) und verfälschen das Gesamtbild. Bereinigt um die reinen Streuobstbetriebe wächst die Zahl der Bio-Betriebe seit 2019 um rund 15 % (LEL Schwäbisch Gmünd, 2025).

Die nachfolgende Abbildung 3 stellt die Entwicklung der Bio-Betriebszahlen im Vergleich zwischen Deutschland und Baden-Württemberg dar und weist die Zahl der Bio-Streuobstbetriebe aus. Die Abbildung zeigt, dass sich die um die Bio-Streuobstbetriebe bereinigte Bio-Betriebszahl in Baden-Württemberg (blaue Linie) ähnlich entwickelt hat, wie die Bio-Betriebszahl in Deutschland (gelbe Linie): merkliches Wachstum bis 2021, seither geringes Wachstum bzw. Stagnation.

Abbildung 3: Bio- Betriebsentwicklung: Baden-Württemberg und Deutschland im Vergleich (2016-2024)



Quelle: (AMI, 2020c, 2025e)

Zwischen den Jahren 2020 und 2024 ist die Bio-Fläche in Baden-Württemberg um rund 14 % gewachsen (siehe S. 11).

Die **Entwicklung der Bio-Flächennutzung (2019-2024)** ist in nachstehender Tabelle dargestellt. Das Flächenwachstum ist v. a. auf die Ausweitung des Dauergrünlands zurückzuführen. Hier gab es in den letzten fünf Jahren (2019-2024) einen Anstieg von über 15.000 ha. Bio-Ackerland hat um rund 5.000 ha zugenommen. Anteilig gab es eine besonders starke Ausweitung des Ölsaatenanbaus von 60 %. Auch Eiweißpflanzen haben sich sehr stark entwickelt (+ 40 %).

Geringer fällt das Flächenwachstum von Getreide, Kartoffeln und von Ackerfutter aus. Bio-Weinanbau wächst stark, die übrigen Dauerkulturen noch stärker.



Tabelle 2: Entwicklung der Bio-Flächennutzungen in Baden-Württemberg (2019-2024)

In Hektar LF	2019	2024	Veränderung 2024/2019 in %
Bio-Fläche	173.656	197.000	13
Ackerland	74.860	79.825	7
Getreide	34.782	37.254	7
Ackerfutter	25.109	26.810	7
Kartoffeln	737	794	8
Eiweißpflanzen	3.781	5.559	47
Ölsaaten (inkl. Soja)	2.477	4.006	62
Gemüse und Erdbeeren	2.020	2.251	11
Wiesen und Weiden	93.305	108.378	16
Wein	1.604	2.252	40
Andere Dauerkulturen	2.100	3.541	69

Quelle: (MLR, 2024f)

Was die Bio-Tierhaltung in Baden-Württemberg angeht, so sind hier teilweise deutlich dynamischere Entwicklungen festzustellen als in der Flächennutzung, wie in Tabelle 3 abgebildet.

Tabelle 3: Entwicklung der Bio-Tierzahlen in Baden-Württemberg (2019-2023)

Tierzahl (Stichtag)	2019	2023	Veränderung 2024/2019 in %
Milchkühe	40.200	37.500	-7
Andere Rinder	71.000	80.000	12
Legehennen	200.000	401.500	101
Schweine	24.400	36.000	48
Masthühner	75.678	170.700	126

Quelle: (MLR, 2024f)

Bei den Bio-Milchkühen setzt sich der negative Trend fort, der bereits im Vorgängerbericht (Gider et al., 2021) festgestellt wurde. Die sinkende Tierzahl wird durch eine gestiegene Milchleistung teilweise ausgeglichen. In der konventionellen Milchviehhaltung liegt der Rückgang der Milchkühe bei 8 %.

Andere Rinderhaltungsformen, wie beispielsweise Mutterkuhbetriebe, verzeichnen hingegen Zuwächse.

Der Bestand an Legehennen hat sich verdoppelt, der an Mastschweinen ist um etwa 50 % gestiegen. Zusammen mit den Masthühnern, deren Zahl sich mehr als verdoppelt hat, stellen diese Bereiche der Veredelungswirtschaft die wesentlichen Wachstumsträger in der Bio-Tierhaltung dar.

2.1.2. Weitere Strukturdaten

Aus den Daten der **Agrarstrukturerhebung 2023** lässt sich schließen, dass von den 4.780 Bio-Betrieben in Baden-Württemberg 3.790 als Einzelunternehmen geführt wurden sowie 980 Betriebe als Personengesellschaften oder juristische Personen. Rund 39 % aller Bio-Betriebe wurden im Haupterwerb und 61 % im Nebenerwerb bewirtschaftet, was mit der konventionellen Situation vergleichbar ist (LEL Schwäbisch Gmünd, 2025). Die Arbeitskrafteinheiten je Bio-Betrieb liegen mit 1,9 klar über den Werten der konventionellen Betriebe (1,5 AKE) (LEL Schwäbisch Gmünd, 2025; MLR, 2024e, 2024a).

Die durchschnittliche Bio-**Betriebsgröße** lag 2022 bei 42 ha (im Vergleich zu 33,4 ha der konventionellen Betriebe). Der Anteil an Betrieben mit Viehhaltung ist vergleichbar mit dem Anteil der konventionell wirtschaftenden Betriebe (58 %). Auch unter ökologisch wirtschaftenden Betrieben steigt die Zahl der viehlosen bzw. vieharmen Betriebe an (LEL Schwäbisch Gmünd, 2022).

Die **Größenklassen** der baden-württembergischen Bio-Betriebe sind in der nachfolgenden Tabelle 4 dargestellt. Von den 4.780 Betrieben (einschließlich der Betriebe, die nicht vollständig umgestellt sind) bewirtschaften (in 2023) 19 % der Betriebe eine Fläche von weniger als 10 ha mit einer Gesamtfläche von 700 ha. Die meisten Betriebe (29 %) bewirtschaften eine Fläche von 20-50 ha. Etwa jeder fünfte Betrieb hat eine LN von 50-100 ha und weniger als 10 % haben 100-200 ha LN. Insgesamt ähnelt die Größenstruktur der Betriebe stark dem bundesdeutschen Durchschnitt, allerdings bewirtschaften nur knapp 1 % der baden-württembergischen Betriebe über 200 ha Land.

Tabelle 4: Größenklassen der Bio-Betriebe 2023

Nach Größenklasse	Baden-Württemberg		Deutschland	
	Betriebe *	Fläche in ha *	Betriebe	Fläche in 1.000 ha
< 10 ha LN	890 (19 %)	700	4.900 (17 %)	30.700
10 – 20 ha LN	1.140 (24 %)	17.500	6.300 (22 %)	96.600
20 – 50 ha LN	1.370 (29 %)	45.900	7.850 (27 %)	260.500
50 – 100 ha LN	920 (19 %)	65.300	5.140 (18 %)	363.100
100 – 200 ha LN	390 (8 %)	51.800	2.810 (10 %)	385.400
> 200 ha LN	60 (1 %)	16.000-	1.640 (6 %)	716.300
Insgesamt	4.780	204.700	28.640	1.852.700

*Angaben gerundet. Quelle: (DESTATIS, 2024; LEL Schwäbisch Gmünd, 2025; MLR, 2024d)

Im Vergleich zu 2016 (Tabelle 5) zeigt sich wenig Veränderung der Größenklassen-Zugehörigkeit der Bio-Betriebe in Baden-Württemberg. Ein Rückgang um 5 % der Betriebe mit weniger als 10 ha steht einem Zuwachs der Betriebe von 10-20 ha in derselben Größenordnung gegenüber. Alle anderen Größenklassen stagnieren mit Ausnahme der sehr großen Betriebe (über 200 ha).



Tabelle 5: Veränderung der Größenklassen-Zugehörigkeit der Bio-Betriebe (2023 versus 2016, in %)

Nach Größenklasse	Baden-Württemberg	Deutschland
< 10 ha LN	-5,0	0,0
10 – 20 ha LN	4,3	-8,3
20 – 50 ha LN	0,0	-6,9
50 – 100 ha LN	0,0	0,0
100 – 200 ha LN	0,0	11,1
> 200 ha LN	(*)	50,0

(*) in dieser Größenklasse gab es in 2016 keine Betriebe, in 2023 sind es immerhin 60

Quelle: Ecozept Berechnung nach (DESTATIS, 2024; MLR, 2024e, 2024d)

Damit ist der Strukturwandel in den Bio-Betrieben in Baden-Württemberg schwächer als auf Bundesebene: dort nehmen im selben Zeitraum die Betriebe in den beiden oberen Größenklassen deutlich stärker zu (+ 11 % bzw. + 50 %) und solche in den unteren Größenklassen stärker ab (-8,3 % bzw. -6,9 %).

2.1.3. Verarbeitung

Von 15.500 in Deutschland gemeldeten Bio-Unternehmen (d.h. erzeugende und verarbeitende Betriebe²) waren im Jahr 2023 2.324 ökologische Verarbeitungsbetriebe in Baden-Württemberg registriert (AMI, 2025e).

Eine detailliertere Auswertung war im Vorgängerbericht auf Basis der Datenbanken von BioC und Biosiegel versucht worden³. Diese Quellen konnten für den aktuellen Bericht nicht herangezogen werden.

² Betriebsform „B“ im Bio-Meldesystem. Andere Betriebsformen sind: A (erzeugende Betriebe), C (Importeure), E (Futtermittel) und H (reine Handelsunternehmen), sowie die Mischformen AB, ABC und BC.

³ Aus methodischen Gründen konnten damals nur rund 50 % der Unternehmen in den Datenbanken ausgewertet werden. Die BioC Datenbank ist nicht nach Unternehmensaktivität aufgebaut, sondern nach Postleitzahlen. Es musste also für jede der rund 2.000 baden-württembergischen Postleitzahlen getrennt ausgewertet werden. Wir haben nur diejenigen Betriebe gezählt, bei denen kein Doppelzählungsrisiko besteht (z. B. Bäckereien, die gleichzeitig andere Aktivitäten wie Teigwarenherstellung oder Getreideverarbeitung melden, wurden nur als „Bäckereien“ gewertet.) Eine vollständige Auswertung der Datenbanken, für die jedes einzelne Zertifikat ausgelesen werden müsste, war im Rahmen des Projekts EVA-BioBW 2030 nicht darstellbar.

2.1.3.1. Bio-Verarbeitungsunternehmen

Die Gesamtzahl der Unternehmen, die Bio-Produkte in Baden-Württemberg verarbeiten, liegt nach Auswertungen der Datenbank TRACES und nach Angaben der Landesbehörden bei rund 3.700 Einrichtungen (TRACES NT (Edt.), 2025).

Eine genaue Zuweisung nach Produktkategorien ist in TRACES nicht möglich und auch nicht vorgesehen.

Um näherungsweise einen Eindruck von der Verarbeitungslandschaft in Baden-Württemberg zu bekommen, haben wir in der TRACES-Datenbank nach Produkt-Namen gefiltert, ausgezählt und stichprobenartig auf Plausibilität geprüft. Die folgende Tabelle 6 zeigt das Ergebnis.

Tabelle 6: Schätzung der Bio-Verarbeitungsbetriebe nach Produkten (2025)

Produktgruppe	Anzahl Betriebe	Davon Anzahl Betriebe „Einzelhandel“ (*)	Davon Anzahl Betriebe „Landwirtschaft“
Brot	365	72	2
Fleisch	639	231	9
Getreide	577	-	-
Milch	144	-	3
Obst	659	247	2
Gemüse	597	242	22
Eier	371	71	12

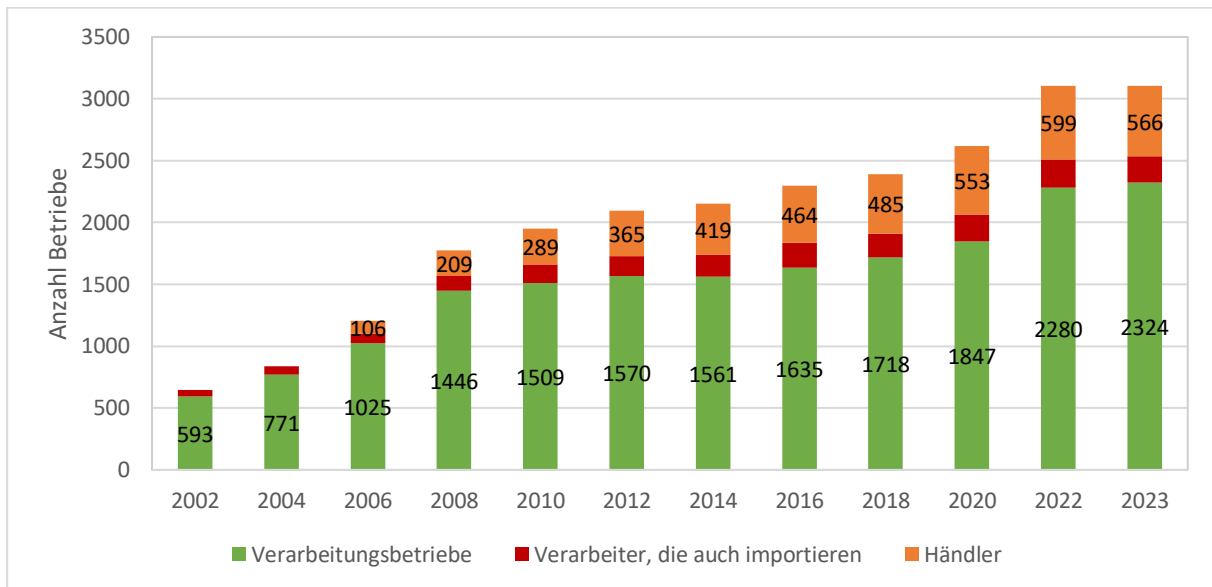
(*) Viele Supermärkte melden sich als Bio-Verarbeiter an, weil sie eine Backstation oder eine Fleisch-Bedientheke betreiben. Vorgehensweise: in der TRACES Datenbank wurde im Juni 2025 wie folgt ausgewertet. Im TRACES-Suchfenster wurde auf Baden-Württemberg eingegrenzt und als Aktivität „Aufbereitung“ angegeben, anschließend als „Product name“ jeweils einer der in der linken Tabellenspalte genannten Begriffe. Es gibt demnach 365 Betriebe die sich (unter anderem) mit der Produktion von Brot beschäftigen. Eine scharfe Trennung zwischen den Produktgruppen ist nicht möglich, weil Betriebe gleichzeitig z. B. Eier und Fleisch verarbeiten können. Die Tabelle enthält also Doppelzählungen. Anschließend wurden die für „Einzelhandel“ und „Landwirtschaft“ gemeldeten Betriebe einzeln ausgezählt. Quelle: Ecozept auf Basis (TRACES NT (Edt.), 2025)

Auch wenn diese Zahlen nicht direkt mit den Zahlen im Vorgängerbericht (Gider et al., 2021) verglichen werden können, weisen sie auf eine deutliche Zunahme der Bio-Verarbeitungsbetriebe in Baden-Württemberg hin.

Diese Aussage deckt sich mit den Angaben zu den baden-württembergischen Bio-Unternehmen (Abbildung 4), die zeigen, dass die Zahl der Verarbeitungsbetriebe sowie die Zahl der Import- und Handelsunternehmen über die Jahre 2002 bis 2023 zugenommen hat.

Während die Anzahl der Verarbeitungsbetriebe zwischen den Jahren 2010 und 2018 fast stagnierte, ist zwischen den Jahren 2018 und 2022 ein deutlicher Anstieg von 33 % an Verarbeitungsunternehmen zu verzeichnen (Abbildung 4). Die Anzahl der Handelsunternehmen ist hingegen zwischen 2022 und 2023 um fast 6 % zurückgegangen.

Abbildung 4: Entwicklung der verarbeitenden und importierenden Bio-Unternehmen in Baden-Württemberg (2002-2023)



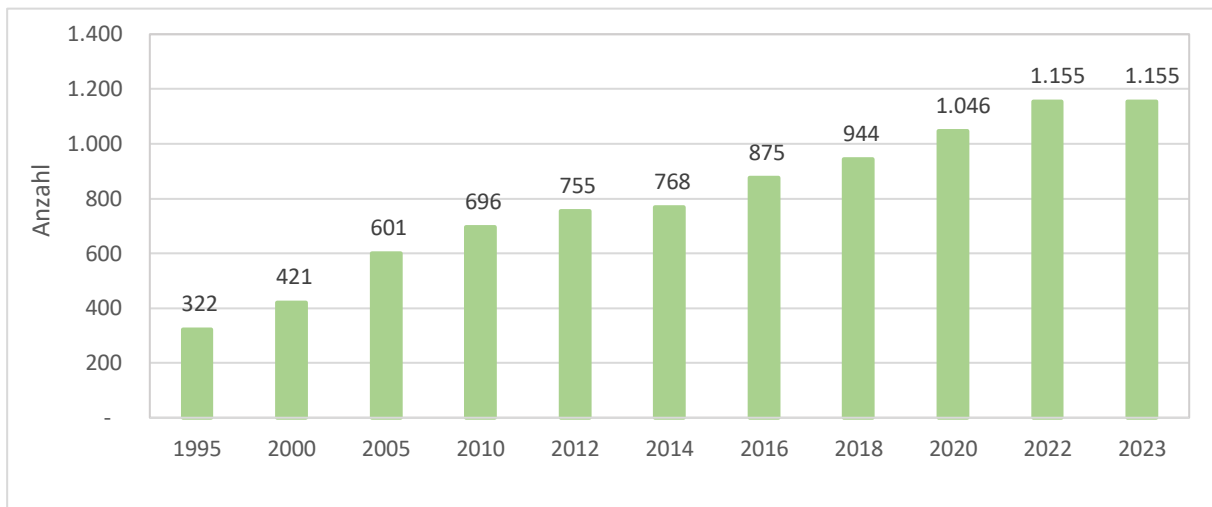
Quelle: (AMI, 2022b, 2024, 2025e; LEL Schwäbisch Gmünd, 2019)

Der Anteil der Bio-Unternehmen und -Betriebe, einschließlich solcher mit nur teilweise ökologischer Produktion, an der Gesamtzahl der lebensmittelverarbeitenden Betriebe in Baden-Württemberg kann nur geschätzt werden: Er läge demnach, je nach Bereich, bei 10-25 %. Die höchsten Anteile sind im Bereich der Backwaren sowie bei Obst und Gemüse zu vermuten (Gider et al., 2021).

2.1.3.2. Erzeugerbetriebe mit Hofverarbeitung

Die Anzahl der Bio-Erzeugerbetriebe mit Hofverarbeitung stieg in den letzten Jahren dynamisch. Während es 2016 noch 875 Betriebe waren, waren es im Jahr 2018 bereits 944 Betriebe (+ 7 %). Bis zum Jahr 2023 wuchs die Anzahl der Betriebe um weitere 22 % auf 1.155 Betriebe, wobei allerdings von 2022 auf 2023 keine neuen Betriebe verzeichnet wurden (AMI, 2025e). Dies wird in der nachfolgenden Abbildung präsentiert.

Abbildung 5: Entwicklung der Anzahl der Bio-Erzeugerbetriebe mit Hofverarbeitung in Baden-Württemberg (1995-2023)



Quelle: (AMI, 2022b, 2024, 2025e; LEL Schwäbisch Gmünd, 2019)

2.1.3.3. Kurzzusammenfassung

Die Bio-Erzeugung hat in Baden-Württemberg seit 2019 deutlich zugenommen, bleibt jedoch hinter den gesetzten Entwicklungszielen zurück. Besonders in etablierten Produktionszweigen wie Getreide und Milch fallen die Neuumstellungen auf biologische Wirtschaftsweise verhalten aus.

Positiv ist hingegen die Flächenentwicklung im Bereich der Eiweißpflanzen, einem besonders zukunftssträchtigen Segment. Hier positioniert sich die heimische Landwirtschaft strategisch vielversprechend.

Sehr starke Zuwächse verzeichnet zudem die Veredelungswirtschaft, wodurch ein erhebliches Potenzial für regionale Wertschöpfung und die Schaffung von Arbeitsplätzen entsteht.

Auch der Verarbeitungssektor zeigt eine insgesamt positive Entwicklung.

2.2. Konsum und Verzehr von Bio-Produkten

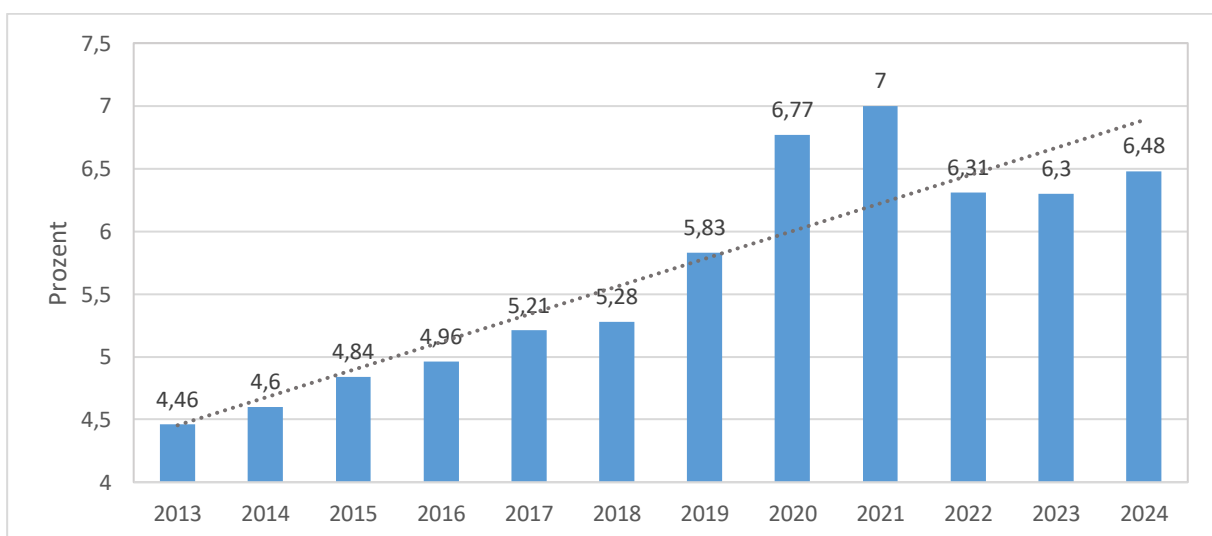
2.2.1. Bio-Lebensmittelmarkt in Deutschland

Die Nachfrage nach Bio-Produkten auf Ebene der Verbraucherinnen und Verbraucher weist insgesamt einen steigenden Trend auf (AMI, 2025c).

Zwischen den Jahren 2013 und 2021 entwickelten sich die Bio-Marktanteile in Deutschland durchweg dynamisch (siehe Abbildung 66). Der Anteil stieg von rund 4,5 % im Jahr 2013 auf 7 % im Jahr 2021.

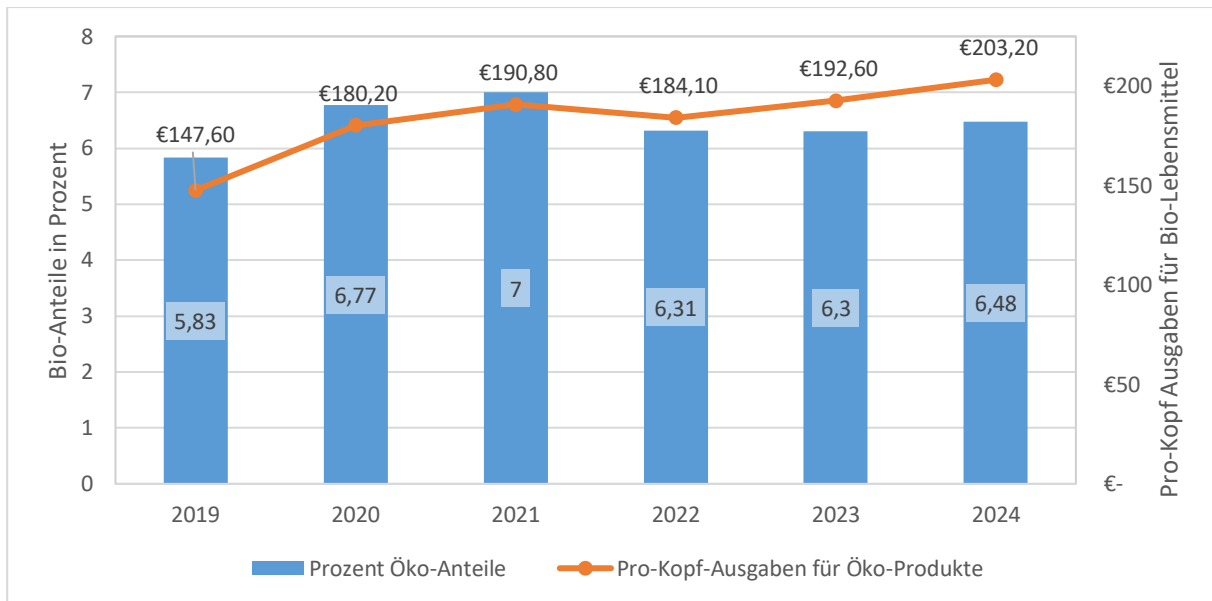
In den Jahren 2020 und 2021 stiegen die Bio-Anteile um rund 1 % an (Abbildung 6). Das lässt darauf schließen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher während der Corona-Pandemie bereit waren, mehr Geld für Bio-Produkte auszugeben. Auch die Pro-Kopf-Ausgaben für Bio-Produkte stiegen im Jahr 2021, was ebenfalls darauf hindeutet, dass während der Pandemie mehr Geld für Bio-Lebensmittel ausgegeben wurde (siehe Abbildung 7). Dass der Bio-Anteil im Jahr 2022 einen so deutlichen Einbruch erfuhr, ist auf den Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine und die damit einhergehende Inflationskrise zurückzuführen. Steigende Energie- und Produktionskosten führten zu einem zu steigenden Lebensmittelpreisen und zum anderen zu einer höheren Kostenbelastung für Verbraucherinnen und Verbraucher. Obwohl der Bio-Marktanteil im Jahr 2023 unterhalb des Anteils des Jahres 2021 lag, gaben die Deutschen im Durchschnitt etwas mehr für Bio-Lebensmittel aus. Das bestätigt einerseits die allgemein steigenden Lebensmittelpreise und weist andererseits auf eine weiterhin bestehende Zahlungsbereitschaft für Bio-Lebensmittel hin. Der Bio-Marktanteil erholte sich langsam und lag im Jahr 2024 mit knapp 6,5 % deutlich über dem Niveau vor der Corona-Pandemie. Auch die Pro-Kopf-Ausgaben erreichten mit 203,20 € einen neuen Höchststand.

Abbildung 6: Bio-Anteile am Lebensmittelmarkt in Deutschland (Umsatzanteile, 2013-2024)



Quelle: (AMI, 2021, 2025c)

Abbildung 7: Bio-Anteile am Lebensmittelmarkt & Pro-Kopf Ausgaben für Öko-Lebensmittel (2019-2024)



Quelle: (AMI, 2025c)

Beim Ranking der Vermarktungskanäle (Abbildung 8, S. 22) für Bio-Lebensmittel in Deutschland für das Jahr 2024 setzt sich der Lebensmitteleinzelhandel durch. Die Bio-Umsatzanteile lassen sich wie folgt auf die verschiedenen Vertriebsschienen aufteilen (AMI, 2025c):

1. Lebensmitteleinzelhandel (inkl. Drogeriemärkte): 68,7 %
2. Naturkostfachgeschäfte: 19,2 %
3. Sonstige Einkaufsstätten (z. B. Bäckereien, Metzgereien, Abo-Kisten): 12,1 %.

Der Außer-Haus-Verzehr ist in diesen Zahlen nicht enthalten (siehe Kapitel 2.5).

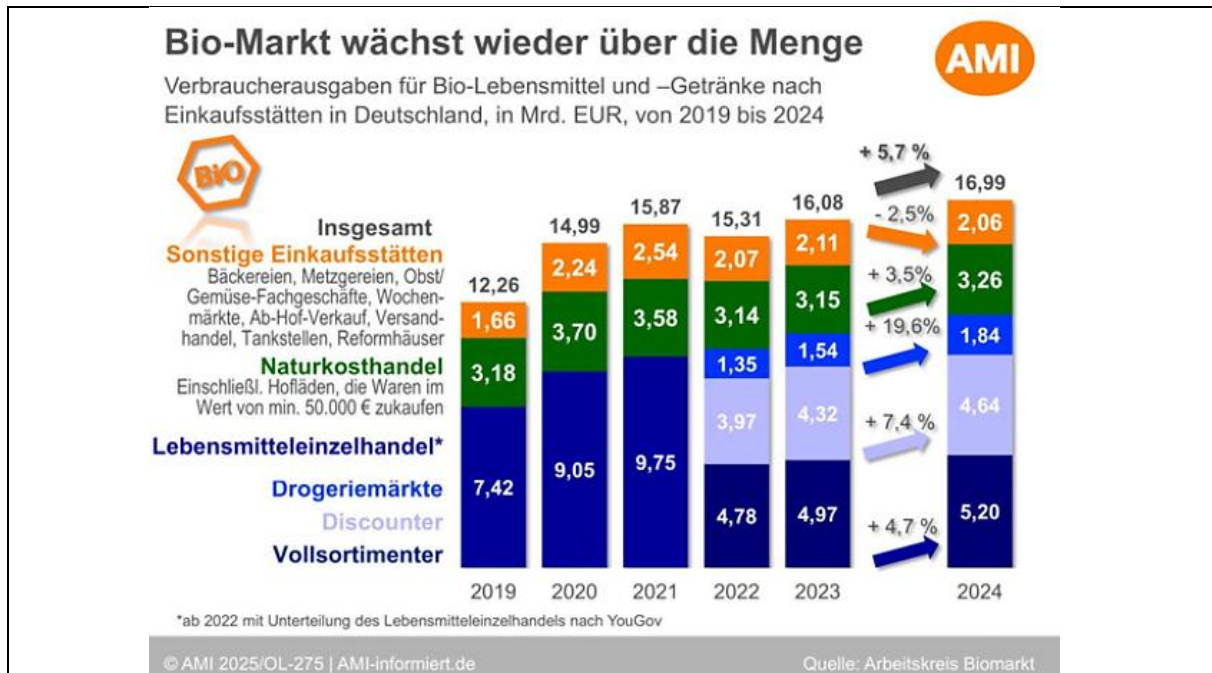
Während der Umsatzanteil von Bio-Lebensmitteln im Lebensmitteleinzelhandel seit 2020 gestiegen ist (68,7 % vs. 60,4 %), ist der Umsatz über den Naturkostfachhandel in derselben Periode zurückgegangen (19,2 % vs. 24,7 %) (AMI, 2022a).

Der Großteil aller Bio-Lebensmittel wird in Deutschland über den Lebensmitteleinzelhandel (inkl. Drogeriemärkte) verkauft (siehe folgende Abbildung 8). Fachleute wiesen bereits früh darauf hin, dass die im Jahr 2019 entstandenen Kooperationen zwischen LIDL und Bioland sowie Demeter und Kaufland das Wachstum des Bio-Absatzes im Discounter steigern dürften. Obwohl Vollsortimenter mit 5,2 Mrd. € (rund 70 % Marktanteil) noch immer den größten Anteil am Bio-Markt halten, wächst der Umsatz der Discounter kontinuierlich (+ 7,4 %) und könnte in den kommenden Jahren mit dem der Vollsortimenter gleichziehen. Ein ebenfalls deutliches Wachstum ist im Vertriebskanal der Drogeriemärkte zu verzeichnen. Dieser wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 19,6 % und erreichte damit im Jahr 2024 einen Marktanteil von 1,84 % (AMI, 2025a).

Die größten Einbußen verzeichnen die „sonstigen Einkaufsstätten“, zu denen Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsefachgeschäfte, Wochenmärkte, Ab-Hof-Verkauf, Versandhandel, Tankstellen und Reformhäuser gehören. Hier gingen die Ausgaben der Verbraucherinnen und Verbraucher im Jahr 2024 um 2,5 % auf 2,06 Mrd. € zurück.

Abbildung 8 veranschaulicht die oben aufgelisteten Entwicklungen der Absatzkanäle des Bio-Marktes anhand der Verbraucherausgaben in den verschiedenen Einkaufsstätten.

Abbildung 8: Entwicklung der Absatzkanäle Lebensmitteleinzelhandel, Naturkostfachgeschäft, Drogeriemarkt, Discounter, Vollsortimenter und Sonstige Einkaufsstätten (2019-2024)



Quelle: (AMI, 2025a, S. 11)

Die Zahlen zeigen: Das Wachstum des Bio-Marktes in Deutschland wurde in den vergangenen vier Jahren nicht durch den Naturkostfachhandel, sondern durch den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) – zum Großteil durch den Discount – angetrieben. Vorher war der Naturkostfachhandel eine treibende Kraft. Durch diese beiden Treiber (LEH und Naturkostfachhandel) bleibt der Markt auf längere Sicht insgesamt stabil.

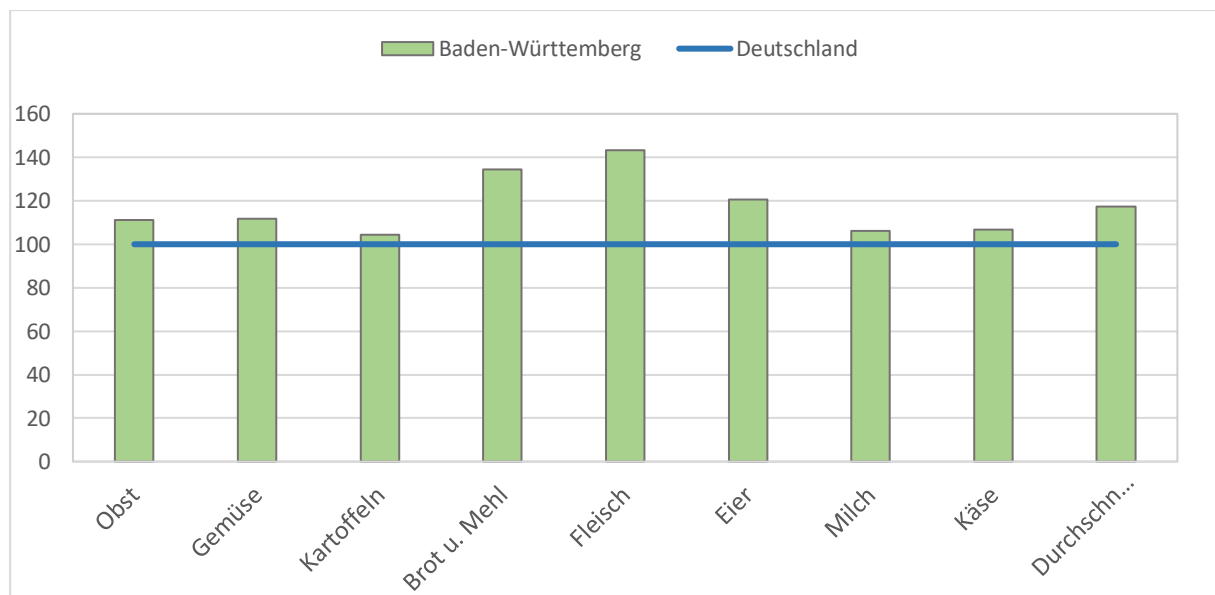
2.2.2. Bio-Lebensmittelkonsum in Baden-Württemberg

Um einen genaueren Einblick in die regionale Bio-Konsumlandschaft zu gewinnen, wurden im hier vorgestellten Projekt spezielle Daten zum Konsum frischer Bio-Lebensmittel der Haushalte in Baden-Württemberg erhoben (AMI, 2025b).

Das erste zentrale Ergebnis dieser Auswertungen zeigt, dass die Baden-Württembergerinnen und Baden-Württemberger rund 17 % mehr Bio konsumieren als der deutsche Durchschnitt (rund 240 €/Jahr im Vergleich zu ca. 203 €/Jahr – Daten aus 2024).

Entsprechend liegen auch die Bio-Warenanteile am Gesamtmarkt in allen Produktgruppen über dem bundesweiten Durchschnitt. Besonders hoch ist demnach der Konsum von Bio-Brot und -Mehl sowie von Bio-Fleisch und Bio-Eiern. Der Konsum von Bio-Kartoffeln und Bio-Molkereiprodukten liegt hingegen näher am Bundesdurchschnitt (siehe Abbildung 9).

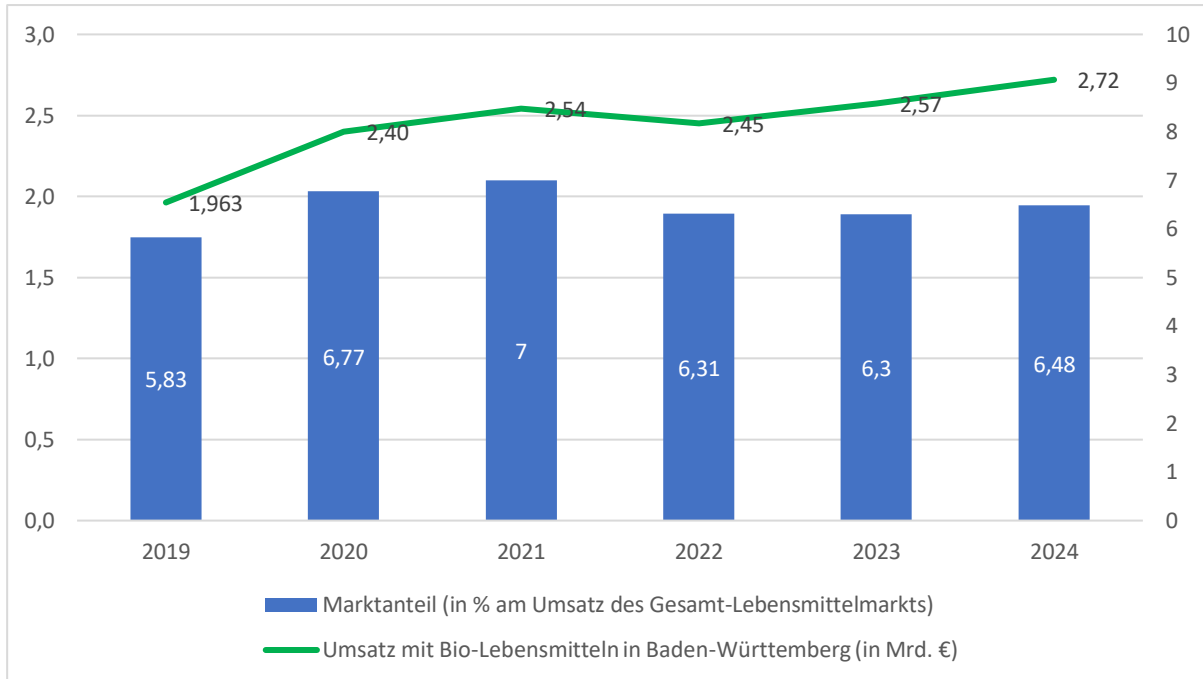
Abbildung 9: Konsum von Bio-Produkten in Baden-Württemberg im Vergleich zum Bundesdurchschnitt* 2024



*Indizierte Werte: 100 % = Bundesdeutscher Durchschnitt. Quelle: (AMI, 2025d, 2025b)

Der Gesamtumsatz mit Bio-Lebensmitteln in Baden-Württemberg wird für das Jahr 2024 auf rund 2,72 Mrd. € geschätzt (siehe Abbildung 10).

Abbildung 10: Entwicklung von Gesamtumsatz und Marktanteil von Bio-Lebensmitteln in Baden-Württemberg (2019-2024)



Quelle: Ecozept nach (AMI, 2025b)

Den höchsten Marktanteil am Lebensmittel-Gesamtmarkt der Bio-Produkte erreichen Eier, Milch und Milchprodukte sowie Obst und Gemüse (siehe folgende Tabelle 7).

Tabelle 7: Bio-Anteil an der Verkaufsmenge in Baden-Württemberg (2019-2024)

Bio-Produkt	Bio-Anteil an der Gesamt-Verkaufsmenge					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Eier	14,3 %	15 %	15,2 %	14,8 %	14,1 %	14 %
Mehl	12,2 %	14,2	13,1 %	13,1 %	17,1 %	18,1 %
Konsummilch	10 %	11,0 %	16 %	15,5 %	15,7 %	16,9 %
Frischgemüse	8,2 %	10,0 %	11,4 %	11,3 %	10,2 %	10 %
Frischobst	6,8 %	8,6 %	8,9 %	8,5 %	8,2 %	9,2 %
Frischkartoffeln	6,9 %	7,4 %	8,8 %	8,1 %	8 %	8,3 %
Käse	-	5,9 %	5,1 %	5,2 %	5,1 %	5,7 %

Quelle: (AMI, 2025b)

Bio-Fleisch (nicht in der Tabelle) erreicht derzeit nur geringe Marktanteile (AMI, 2025b):

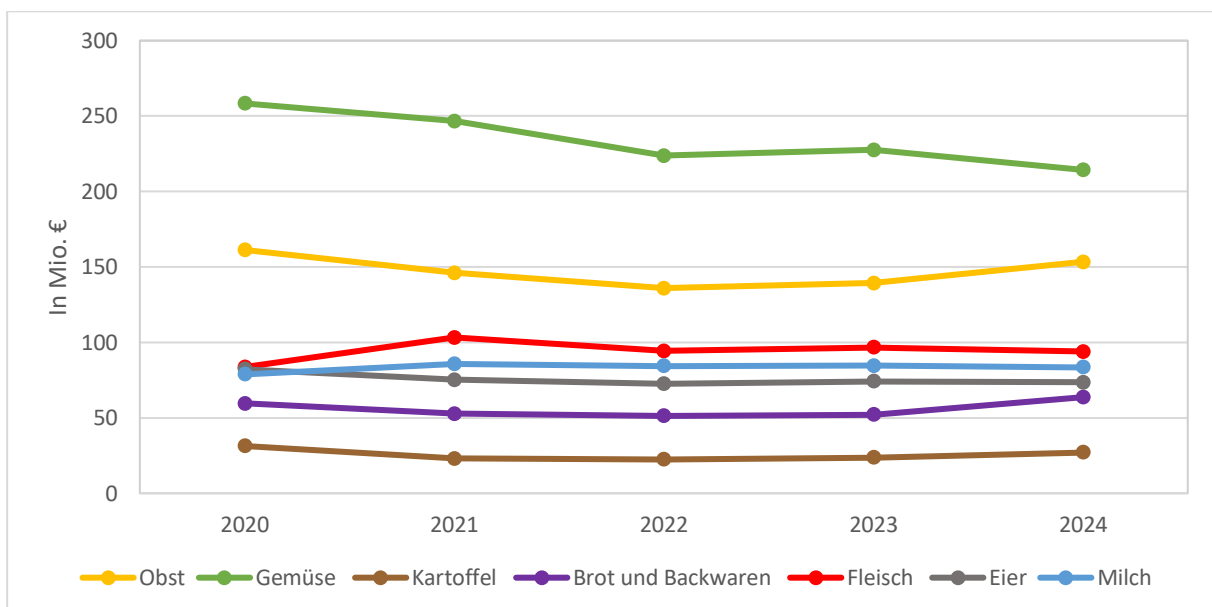
- **Schwein:** ca. 3,2 % Bio-Anteil an der Gesamtverkaufsmenge 2024
- **Geflügel:** ca. 3,4 % Bio-Anteil an der Gesamt-Verkaufsmenge 2024
- **Rind:** ca. 8,9 % Bio-Anteil an der Gesamt-Verkaufsmenge 2024

Ein wesentlicher Grund für die vergleichsweise geringen Marktanteile bei Bio-Fleisch ist die große Preisdifferenz im Vergleich zu konventionellem Fleisch, insbesondere bei Geflügel. Die AMI verdeutlichte dies am Beispiel Geflügel: Im Jahr 2024 kostete 1 kg konventionelles Hähnchenschnitzel durchschnittlich 10,22 €, während für die Bio-Variante im Schnitt 21,21 € zu zahlen waren (AMI, 2025d). Das entspricht in etwa dem doppelten Preis.

Der Bio-Marktanteil erreichte im Jahr 2021 seinen bisherigen Höhepunkt (s. o.), ging anschließend jedoch zurück – unter anderem aufgrund der Inflation, durch die sich konventionelle Produkte im Verhältnis sogar stärker verteuerten als Bio-Produkte.

Seit dem Einbruch im Jahr 2022 wächst der Umsatz im Bio-Segment jedoch wieder. Im Detail ergibt sich bei Betrachtung einzelner Produktkategorien das in Abbildung 11 dargestellte Bild.

Abbildung 11: Umsatz von Bio-Frischeprodukten in Baden-Württemberg (2020-2024)*



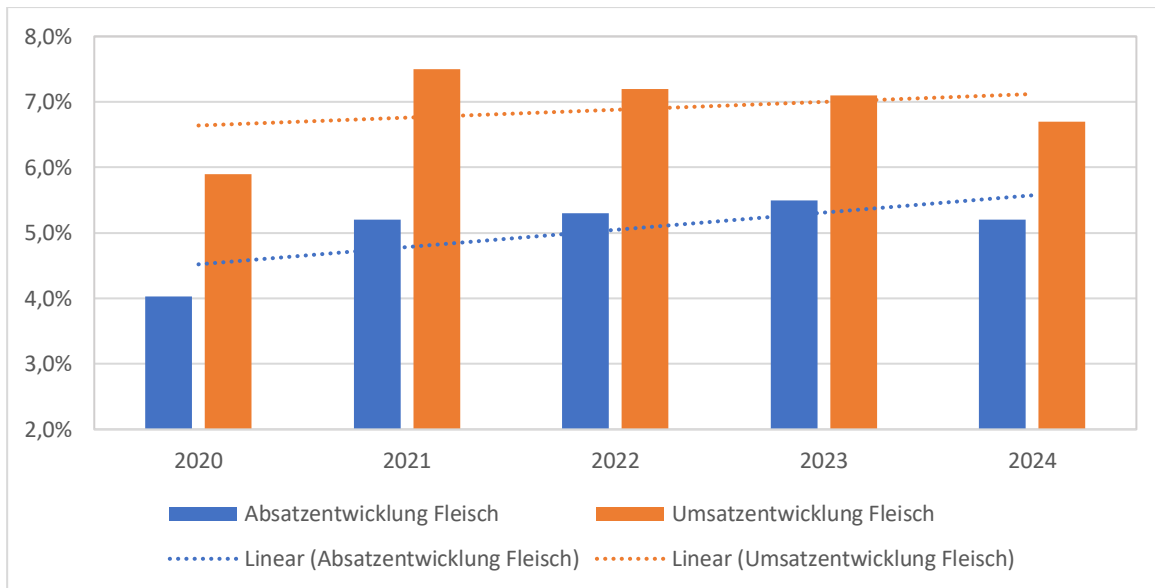
(*) einzelne Datenreihen können Panel-Fehler enthalten. Siehe nachstehenden Text. Quelle: (AMI, 2025b)

Hier ist zunächst zu beachten, dass die Daten nur den Frische-Konsum abbilden, der wiederum je nach Produktkategorie nur 50-80 % des Gesamtkonsums darstellt. Einige Produktgruppen (z. B. Gemüse mit einem hohen Anteil in der Direktvermarktung) werden zudem bekannterweise von den Konsumpanels nicht vollständig erfasst.

Der in der Grafik dargestellte Rückgang des Gemüse-Umsatzes lässt sich vermutlich zum Teil durch Panel-Effekte erklären. Zusätzlich haben schwache Ernten die Marktverfügbarkeit begrenzt und damit die Abverkäufe reduziert. Für die übrigen Produktgruppen kann für den Zeitraum 2020 bis 2024 von einer Stagnation oder einem leichten Wachstum ausgegangen werden.

Für Bio-Fleisch, dessen Erzeugung im Zeitraum von 2020 bis 2024 stark gestiegen ist (Tabelle 3, S. 14), stellt sich die genauere Entwicklung wie folgt dar (siehe Abbildung 12).

Abbildung 12: Absatz- und Umsatzentwicklung von Bio-Fleisch in Baden-Württemberg (2020-2024)



Quelle: (AMI, 2025b; BLE, 2025)

Sowohl der Bio-Fleisch-Absatz als auch der -Umsatz verzeichneten von dem Jahr 2020 auf das Jahr 2021 eine sprunghafte Entwicklung. Das Umsatzwachstum sank dann jedoch wieder konstant bis zum Jahr 2024. Das Absatzwachstum pendelt sich hingegen bei rund 5 % ein. Der Umstand, dass der Absatz weniger stark wächst als der Umsatz, weist auf eine Verteuerung und prinzipiell auf einen Nachfrageüberhang bzw. eine Angebotsknappheit der Bio-Fleischprodukte hin, auch wenn die Inflation ebenfalls zu berücksichtigen ist.

2.2.3. Bedeutung von Bio-Absatzkanälen

Der erhöhte Bio-Konsum in Baden-Württemberg und die verstärkte Nachfrage nach bestimmten Bio-Produktkategorien gehen auch mit einer im Vergleich zur bundesdeutschen Situation veränderten Verteilung der Einkäufe auf die verschiedenen Einkaufsstätten einher.

Über Discounter und Vollsortimenter (konventionelle Supermärkte) werden mengenmäßig die meisten Bioprodukte vermarktet. Die Absatzkanäle Naturkostfachhandel, Direktvermarktung und sonstige Einkaufsstätten (Bäckerei/Metzgerei, etc.) haben bei den betrachteten Produktgruppen eine sehr unterschiedliche, aber tendenziell abnehmende Bedeutung (AMI, 2025c).

Abbildung 13 und Abbildung 14 zeigen die Auswertungen für die Jahre 2019 und 2024. Man stellt fest, dass sich die Konsum-Besonderheiten Baden-Württembergs abschwächen und dass sich die Wahl der Einkaufsstätte dem bundesdeutschen Durchschnitt annähert.



Abbildung 13: Einkaufsmengen bei Bio-Produkten nach Absatzweg, Vergleich Baden-Württemberg und Deutschland 2019*

	Obst	Gemüse	Kar- toffeln	Brot u. Mehl	Fleisch	Eier	Milch	Käse
Vollsortimenter	105 %	93 %	80 %	86 %	97 %	94 %	132 %	103 %
Discounter	137 %	119 %	115 %	98 %	103 %	106 %	132 %	130 %
Naturkostfachhand- el	116 %	128 %	147 %	99 %	94 %	160 %	135 %	102 %
Direktvermarktung	198 %	197 %	234 %	559 %	95 %	95 %	n/a	317 %
Sonst. Einkaufsorte	129 %	170 %	125 %	124 %	169 %	121 %	106 %	247 %

*100 %: Bundesdeutscher Durchschnitt. Quelle: eigene Auswertung nach (AMI, 2020a)

Abbildung 14: Einkaufsmengen bei Bio-Produkten nach Absatzweg, Vergleich Baden-Württemberg und Deutschland 2024**

	Obst	Gemüse	Kar- toffeln	Brot u. Mehl	Fleisch	Eier	Milch	Käse
Vollsortimenter	97 %	91 %	97 %	98 %	105 %	99 %	117 %	95 %
Discounter	117 %	110 %	112 %	100 %	118 %*	109 %	111 %	115 %
Naturkostfach- handel	116 %	117 %	106 %*	110 %*	41 %*	152 %*	129 %	82 %
Direktvermarktung	109 %*	129 %	104 %	91 %*	56 %*	80 %	n/a	134 %
Sonst. Einkaufsorte	116 %	112 %	103 %	272 %*	397 %*	163 %	68 %	107 %

*Daten u. U. nicht repräsentativ, **100 %: Bundesdeutscher Durchschnitt. Quelle: eigene Auswertung nach (AMI, 2025b, 2025c)

Es wird deutlich, dass die Vollsortimenter (konventionelle Supermärkte) in den Produktgruppen Gemüse und Käse eine geringere Rolle im Bio-Absatz spielen als im Bundesdurchschnitt. Milch findet hingegen einen deutlich höheren Absatz über den Vollsortimenter⁴. Die weiteren Produktgruppen befinden sich in einem ähnlichen Absatzanteil wie der bundesweite Durchschnitt.

Der Naturkostfachhandel erzielt höhere Absatzanteile, mit Ausnahme der Produktgruppen Fleisch und Käse. Während der Absatz von Gemüse und Käse über Vollsortimenter unter

⁴ Obwohl z. B. die verschiedenen Bio-Projekte des Einzelhändlers Feneberg im Südosten Baden-Württembergs und von Edeka-Märkten (v. a. im Südwesten) erfolgreiche und beispielhafte regionale Bio-Vermarktung betreiben – das scheint sich aber nicht ausreichend auf den Landesdurchschnitt auszuwirken.



dem Durchschnitt liegt, übertrifft er in der Direktvermarktung deutlich den deutschen Durchschnitt.

Die Discounter belegen in der Vermarktung aller Produktgruppen gute Plätze – hierin spiegelt sich auch die Polarisierung des Lebensmitteleinkaufs wider: einerseits hohe Anteile für Vermarktungswege mit dem Image hoher Wertigkeit (Naturkostfachhandel und Direktvermarktung), andererseits steigende Anteile für Niedrigpreis-Produkte.

Besondere Beliebtheit genießen in Baden-Württemberg die „sonstigen Einkaufsorte“. Abgesehen von Milch werden alle Produktgruppen hier verstärkt eingekauft. Bio-Fleisch wird fast vier Mal häufiger über sonstige Absatzwege verkauft als im Bundesdurchschnitt. Verkaufsstätten des Lebensmittelhandwerks weisen ebenfalls einen sehr guten Absatz auf: Bio-Bäckereien und Bio-Metzgereien werden in Baden-Württemberg häufiger frequentiert als auf Bundesebene.

Im Vergleich zum Jahr 2019 hat der Absatz über die Direktvermarktung sehr stark abgenommen. Auch der Naturkostfachhandel hat an Absatz in Baden-Württemberg verloren. Der Absatz über die Discounter ist relativ gesunken und hat sich somit dem Bundesdurchschnitt angenähert. Dahingegen ist der Absatz von Kartoffeln, Brot und Mehl, Fleisch sowie Eiern über die Vollsortimenter gestiegen und hat sich somit ebenfalls dem Bundesdurchschnitt angenähert.

2.3. Gegenüberstellung von Erzeugung und Verbrauch in Baden-Württemberg

In die Gegenüberstellung von Erzeugung und Verbrauch haben wir folgende Produktgruppen einbezogen:

- Eier
- Kartoffeln
- Gemüse
- Milch
- Obst
- Brot/Mehl
- Fleisch

Für die genannten Produktgruppen wurden die **Produktions-** und **Absatzmengen** und die Menge des **Gesamtkonsums** zusammengefasst:

- Für die Schätzung der Produktionsmengen wurden die Tierzahlen bzw. Anbauflächen der Jahre 2023 und 2024 zugrunde gelegt (siehe S. 10 ff.). Da in der regionalen Statistik häufig keine verlässlichen Mengenerhebungen für Bio-Produkte vorliegen – etwa fehlt in den Ernteberichten oder der halbjährlichen Viehzählung eine gesonderte Ausweisung für den Ökolandbau – stützen sich die Berechnungen der Ernte- bzw. Produktionsmengen auf Bio-spezifische Daten des KTBL⁵ und vergleichbare Quellen. Die regionalen **Bio-Absatzmengen** wurden ausgehend von den regionalen Konsumdaten (siehe S. 2.2.222ff) geschätzt. Die AMI-GfK-Yougov-Zahlen geben je nach Produktgruppe unterschiedliche Anteile der Einkaufsmengen an, weil es in der Natur des AMI-GfK-Panels liegt, dass die Einkäufe nicht vollständig erfasst werden (z. B. unterschätzt die Erfassungsmethode die Direktvermarktung oder auch den Naturkostfachhandel). Die Korrekturfaktoren



sind bekannt. Die hier und im Folgenden angegebenen Daten sind jeweils auf 100 % hochgerechnet, also auf die Gesamtmenge des Absatzes in Baden-Württemberg.

- Der **Bio-Gesamtkonsum** unterscheidet sich von der Bio-Absatzmenge, da nicht alle Produkte, die konsumiert werden, auch nachvollziehbar als solche eingekauft werden (beispielsweise sind Bio-Eier in Verarbeitungsprodukten enthalten, deren Einkauf nicht in den Panel-Daten zum Eiereinkauf erfasst wird). Der **Bio-Gesamtkonsum** wird über den Pro-Kopf-Verbrauch errechnet. Dabei dienen als Grundlage bundesweite Durchschnittswerte, welche bonitiert, also um den regional höheren Bio-Konsum aufgewertet werden. Die folgenden Mengengerüste erlauben es, durch die Gegenüberstellung von Erzeugung und Verbrauch näherungsweise eine regionale Bio-Versorgungsbilanz aufzustellen (siehe 2.4, S.43).

2.3.1. Obst

In Baden-Württemberg wird auf einer **Fläche** von 3.200 ha Bio-Obst angebaut. Davon entfallen ca. 2.800 ha auf Kernobst (MLR, 2024c). Die erzeugte Menge wird auf 50.000 t geschätzt, wovon ca. 45.000 t auf Äpfel entfallen.⁵

Der Gesamtkonsum an Bio-Obst in Baden-Württemberg (ohne Zitrusfrüchte, Bananen, Tafeltrauben) beträgt 54.000 t, davon entfallen 25.000 t auf Bio-Äpfel (AMI, 2025b).

Damit ergibt sich für die regionale Versorgungsbilanz bei Bio-Obst das in der folgenden Tabelle 8 dargestellte Bild.

Tabelle 8: Erzeugung und Verbrauch von Bio-Obst in Baden-Württemberg 2024

Produktgruppe	Bio-Erzeugung	Bio-Gesamtkonsum
Obst (heimisch)	50.000 t	54.000 t
Davon Äpfel	45.000 t	25.000 t

Quelle: eigene Berechnungen, Datenquellen im Text

Somit übersteigen bei der Produktgruppe Obst die in Baden-Württemberg produzierten Mengen den regionalen Bio-Konsum und bei Bio-Äpfeln müssen signifikante Mengen ausgeführt werden, um das Marktgleichgewicht zu wahren.

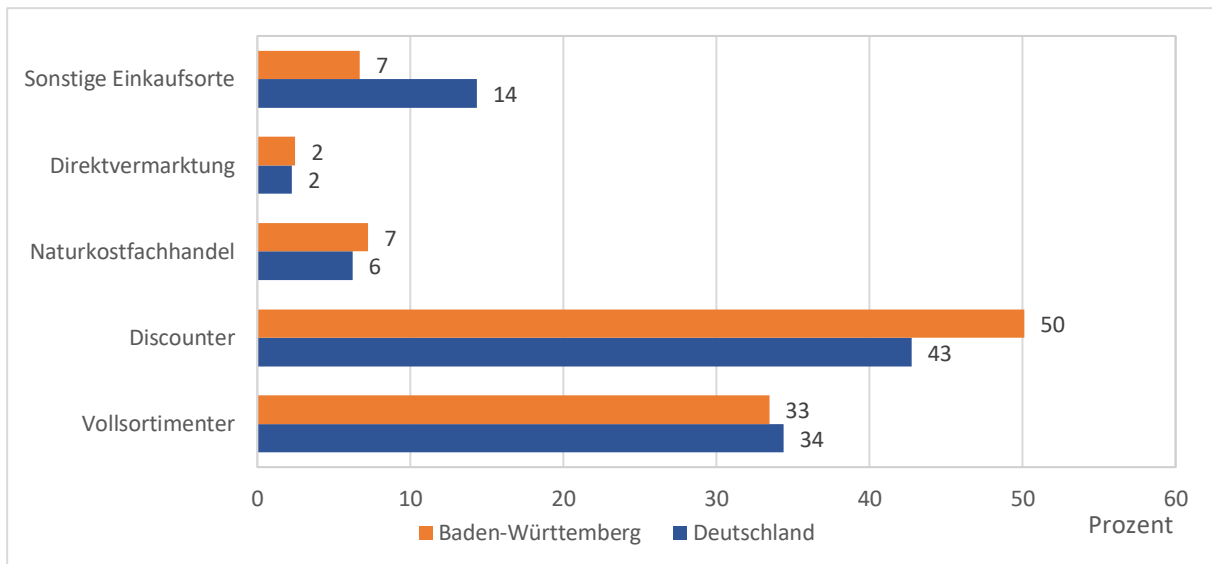
Innerhalb Baden-Württembergs wird der größte Teil des Bio-Obsts über den Discounter und den Vollsortimenter vermarktet (siehe Abbildung 15). Zusammen machen letztere

⁵ KTBL – Datensammlung ökologischer Obstbau, Ausgabe 2005, Durchschnittserntemenge Bio-Äpfel, 16 t/ha. Für Tafeläpfel wird ein Ertrag von 12 t/ha angenommen und für Mostäpfel von 4 t/ha.

¹¹ sonstiges Kernobst (z.B. Birnen) und Steinobst, KTBL Durchschnittsertrag t/ha für Ware der Handelsklasse 1 = 8 t/ha

einen Anteil von über 80 % aus. Aber auch über den Naturkostfachhandel wird ein nennenswerter Anteil (7 %) des Bio-Obstes in Baden-Württemberg verkauft.⁶

Abbildung 15: Verkaufswege von Bio-Obst nach Absatzkanälen 2024 (Deutschland und Baden-Württemberg)



Quelle: (AMI, 2025b, 2025c)

Im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2019 ist der Absatz von Bio-Obst in Baden-Württemberg über den Discounter um 10 % gestiegen, während die Direktvermarktung von 6 % auf 2 % gesunken ist. Auch der Absatz über den Naturkostfachhandel ist von 12 % auf 7 % gesunken (AMI, 2020b, 2025b). Diese Zahlen werden in Tabelle 9 veranschaulicht.

Tabelle 9: Verkaufswege von Bio-Obst nach Absatzkanälen (2019 und 2024)

Summe	Vollsortimenter	Discounter	Naturkost-Fachhandel	Direktvermarktung	Sonstige
Anteil 2019	32%	40%	12%	6%	11%
Anteil 2024	34 %	50 %	7 %	2 %*	7 %

*Daten nicht repräsentativ. Quelle: (AMI, 2020b, 2025b),

⁶ Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass die Datenlage zum Bio-Äpfelanbau noch Fragen aufwirft. So weist die FIONA Statistik „Kern- und Steinobst im Mischanbau“ und „Kernobst, z. B. Äpfel und Birnen“ aus. Hier ist aber zu unterstreichen, dass die Erzeugerorganisationen mit speziellen, überregional agierenden Arbeitsgruppen eine genaue Marktbeobachtung vornehmen, sodass hier kein dringender Handlungsbedarf gegeben ist.

2.3.2. Gemüse

In Baden-Württemberg wird auf einer Fläche von 2.325 ha biologisches Gemüse (inklusive Erdbeeren) angebaut (MLR, 2024c).

Von den 2.325 ha auf denen biologisches **Gemüse** angebaut wird, werden 125 ha unter Schutzabdeckung und 2.200 ha im Freiland angebaut. Im Gemüseanbau unter Schutzabdeckung hat die Fläche gegenüber dem Jahr 2019 um rund 18 % zugenommen. Die Fläche im Freiland hat um rund 37 % zugenommen. Insgesamt werden rund 46.000 Tonnen Gemüse angebaut. Tabelle 10 stellt diese Zahlen zusammengefasst dar.

Tabelle 10: Bio-Gemüseanbau in Baden-Württemberg 2023

	Fläche in ha	Veränderung Fläche ggü. 2019	Erntemenge in t
Gemüse im Freiland	2.200	+37 %	46.000 t
Davon: Gemüseanbau unter Schutzabdeckung	125	+18 %	
Summe	2.325	+35 %	

Quelle: (MLR, 2024c)

Der Gesamtkonsum an Bio-Gemüse in Baden-Württemberg wird auf 89.000 t geschätzt (AMI, 2025b). Damit ergibt sich für die regionale Versorgungsbilanz bei Bio-Gemüse das in Tabelle 11 dargestellte Bild. Somit übersteigt bei der Produktgruppe Gemüse der Biokonsum die in Baden-Württemberg produzierten Mengen um rund das Doppelte. In Tabelle 12 und Abbildung 16 werden die Verkaufswege von Bio-Gemüse in Baden-Württemberg nach Absatzkanälen aufgelistet sowie in Abbildung 16 mit denen aus Deutschland verglichen. 80 % des Bio-Gemüses werden über die Discounter und über die Vollsortimenter abgesetzt. Das liegt leicht oberhalb des bundesweiten Durchschnitts. Vor allem der Discounter spielt eine wichtige Rolle. Naturkostfachhandel und Direktvermarktung sind weiterhin wichtige Absatzkanäle, wobei ihre Frequentierung sinkt. Im Vergleich zum Jahr 2019 ist der Absatz über den Naturkostfachhandel um 5 % zurückgegangen und in der Direktvermarktung um 3 %. Dennoch liegen beide Absatzwege leicht über dem bundesweiten Durchschnitt. Bei den sonstigen Verkaufsstätten handelt es sich auch um Wochenmärkte und Obst- und Gemüse-Geschäfte.

Tabelle 11: Erzeugung und Verbrauch von Bio-Gemüse in Baden-Württemberg 2024

Produktgruppe	Bio-Erzeugung	Bio-Gesamtkonsum
Gemüse	46.000 t	89.000 t

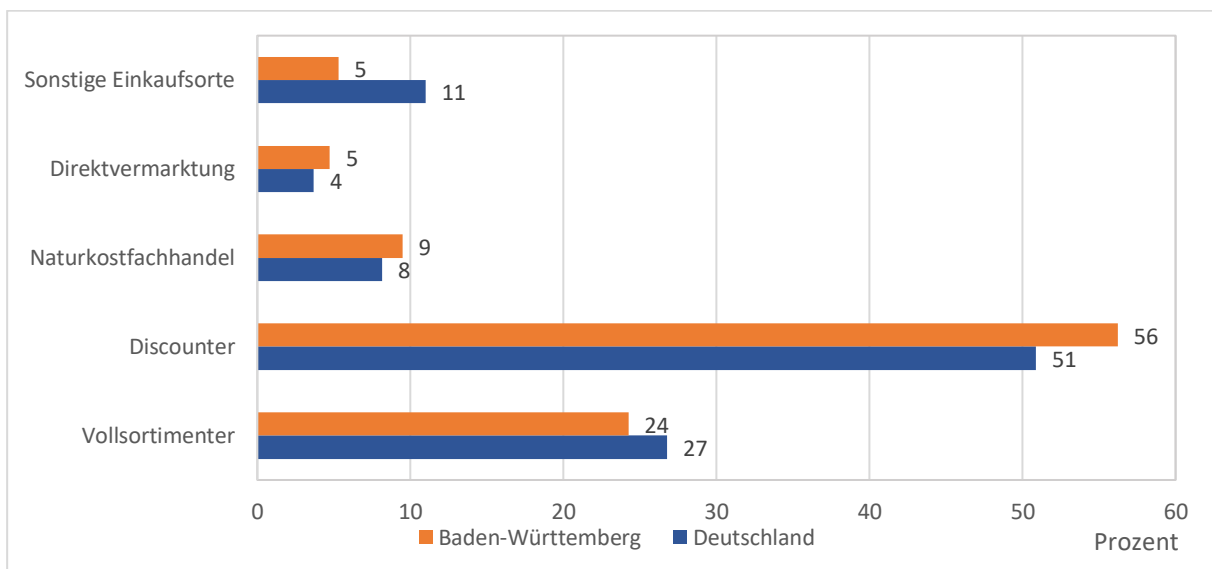
Quelle: eigene Berechnungen

Tabelle 12: Verkaufswege von Bio-Gemüse nach Absatzkanälen (2019)

Summe	Vollsortimenter	Discounter	Naturkostfachhandel	Direktvermarktung	Sonstige
Anteil 2019	25 %	38 %	13 %	8 %	16 %
Anteil 2024	24 %	56 %	10 %	5 %	5 %

Quelle: (AMI, 2020a, 2025b)

Abbildung 16: Verkaufswege von Bio-Gemüse nach Absatzkanälen 2024 (Deutschland und Baden-Württemberg)



Quelle: (AMI, 2025b, 2025c)

2.3.3. Kartoffeln

Im Jahr 2024 wurden von ca. 700 Betrieben auf rund 800 ha Kartoffeln nach den Richtlinien des ökologischen Landbaus angebaut. Somit liegt die durchschnittliche Anbaufläche bei etwas mehr als einem Hektar pro Betrieb. 90 % der angebauten Bio-Kartoffeln werden für den Frischmarkt erzeugt (720 ha in Baden-Württemberg) und rund 10 % werden industriell verarbeitet (ca. 80 ha). Ausgehend von einem durchschnittlichen Ertrag von 20 t/ha (LfL, 2025) beliefen sich die **Erntemengen** auf insgesamt 16.000 t (ohne Ernte- und Verarbeitungsverluste). Davon sind rund 14.000 t Speisekartoffeln und 2.000 t Industriekartoffeln.

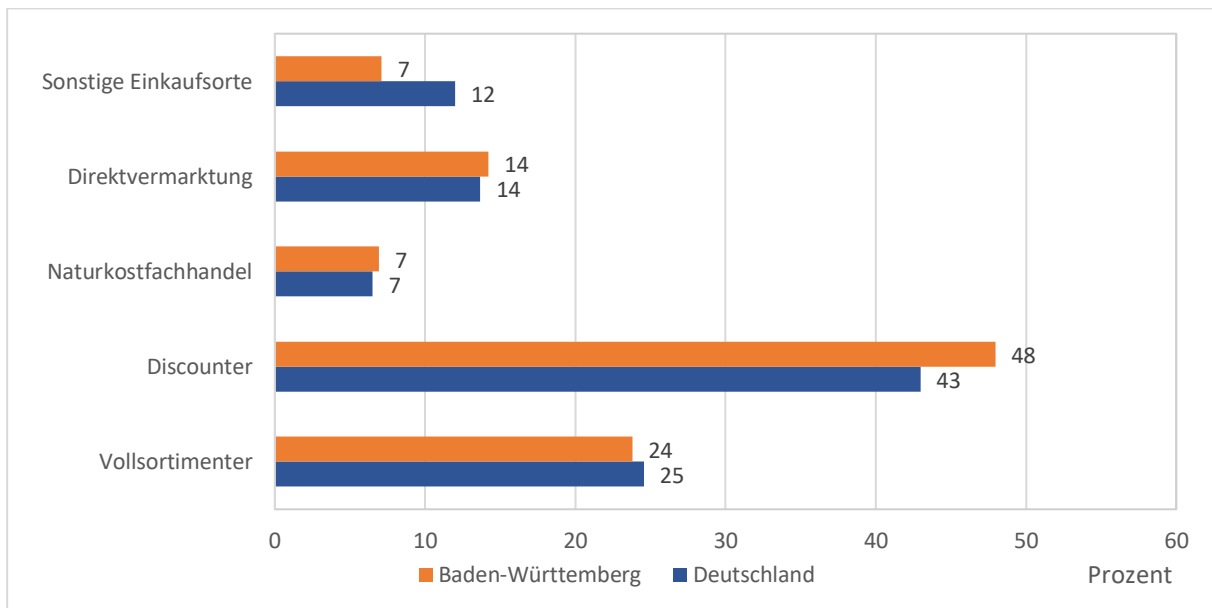
Der Bio-Gesamtkonsum an Speisekartoffeln in Baden-Württemberg liegt bei 26.000 t (AMI, 2025b). Der Verbrauch liegt also rund 80 % über der Erzeugung.

Über 70 % der Bio-Kartoffeln werden in Baden-Württemberg über die Discounter und Vollsortimenter vertrieben (siehe Abbildung 17). Dabei wird der größte Anteil der Kartoffeln über den Discounter vermarktet (48 %). Aber auch die Direktvermarktung spielt traditionell eine wichtige Rolle bei der **Vermarktung** von Kartoffeln (14 %). Über „sonstige

Verkaufsstellen (z. B. Gemüseläden)“ werden ebenfalls knapp 7 % der Kartoffeln gekauft, derselbe Anteil entfällt auf den Naturkostfachhandel.

Im Vergleich zum Jahr 2019 hat die Vermarktung von Bio-Kartoffeln in Baden-Württemberg über die Vollsortimenter und Discounter deutlich zugenommen (+18 %). Der Absatz über die Direktvermarktung ist hingegen um 6 % gesunken (AMI, 2021, 2025c), wie aus Tabelle 13 zu entnehmen ist.

Abbildung 17: Verkaufswege von Bio-Kartoffeln nach Absatzkanälen 2024 (Deutschland und Baden-Württemberg)



Quelle: (AMI, 2025b, 2025c)

Tabelle 13: Verkaufswege von Bio-Kartoffeln nach Absatzkanälen (2019 und 2024)

Summe	Voll-sortimenter	Discounter	Naturkost-fachhandel	Direkt-vermarktung	Sonstige
Anteil 2019	18 %	36 %	11 %	20 %	15 %
Anteil 2024	24 %	48 %	7 %*	14 %*	7 %*

*Daten nicht repräsentativ. Quelle: (AMI, 2020a, 2025b),



2.3.4. Wein

Basierend auf den Strukturdaten des Landes Baden-Württembergs wurden 2024 auf 2.250 ha Bio-Wein angebaut. Die Bio-Rebfläche hat sich zwischen 2019 und 2024 um rund 40 % erhöht.

Weitere Daten zum Weinanbau werden in der Statistik nicht erfasst. Aus den AMI-GfK Daten zum regionalen Bio-Einkauf stehen keine Daten zum Weineinkauf zur Verfügung.

Aufgrund der Datenlage kann für Wein aus biologischer Erzeugung keine regionale Versorgungsbilanz aufgestellt werden. Da der Markt von Weinprodukten traditionell überregional und sogar international ist, erscheint dies auch nicht zielführend.

2.3.5. Getreide und ausgewählte Druschfrüchte

Die Erzeugung von ökologischem Getreide sowie deren Veränderungen sind in Tabelle 14, Tabelle 15, Tabelle 16 und Tabelle 17 dargestellt.

Tabelle 14: Bio-Brot-Getreideanbau in Baden-Württemberg 2024

	Fläche in ha	Veränderung Fläche ggü. 2019	Erntemenge in t*
Getreide insg.	37.250	+ 7 %	43.600 t
Weizen	10.750	+11 %	
Roggen	2.140	-16 %	
Dinkel**	5.900	-22 %	

(*) nur Speiseware. Annahme: je nach Getreideart gehen 30-60 % der Erzeugung gehen in die tierische Ernährung ** starke Flächenschwankungen, im Jahr 2023 waren es 7.200 ha. Quelle: Ecozept nach (MLR, 2024d)

Insgesamt hat gemäß den MLR-Strukturdaten die Fläche für Bio-Getreide zwischen den Jahren 2019 und 2024 um 7 % zugenommen, wobei der Weizenanbau um 11 % gestiegen ist. Dahingegen sank der Anbau von Roggen um rund 16 %. Auch der Anbau von Dinkel ist stark zurückgegangen (-22 %). Sowohl Roggen als auch Dinkel sind aber von konjunkturellen Flächenschwankungen gekennzeichnet, ihre Anbauflächen waren in 2023 noch deutlich höher gewesen (3.000 ha für Roggen, 7.200 ha für Dinkel) (AMI, 2020d; MLR, 2024c).

Zur Gegenüberstellung des Verbrauchs werden nur die Getreidemengen berücksichtigt, die für die Bereitstellung von Brot, Backwaren, Teigwaren und Mehl dienen. Komplexe Verarbeitungsprodukte, wie z. B. Frühstückscerealien, Kekse und Pizzen etc. werden nicht miteinbezogen.)⁷.

⁷ Umrechnung jeweils in Mehl-Äquivalente. So wird von allen Brotsorten mit einem durchschnittlichen Mehnteil von 90 % je Kilogramm Brot ausgegangen. Die Mehlausbeute je kg Getreide wird über alle Mehlsorten (Vollkorn bis Typ 550 bei Weizen) mit 80 % geschätzt (KTBL, 2015).



Die Gesamt-Einkaufsmenge an Bio-Brot, Backwaren etc. entspricht einem Getreidebedarf von ca. 26.100 t.

Der Bio-Gesamtkonsum in Baden-Württemberg liegt bei 73.000 t (Mehläquivalente Brot, Backwaren, Gebäck, Teigwaren etc.).

Tabelle 15: Erzeugung und Verbrauch von Bio-Brotgetreide in Baden-Württemberg

Produktgruppe	Bio-Erzeugung	Bio-Einkaufsmenge der privaten Haushalte	Bio-Gesamtkonsum
Getreide (Weizen, Roggen, Dinkel)	43.600 t	26.100 t (nur für Brot und Backwaren in Mehläquivalenten)	100.000 t (Mehläquivalente Brot, Backwaren, Gebäck, Teigwaren etc.)

Quelle: eigene Berechnungen

Es zeigt sich zum einen, dass die von Konsumentinnen und Konsumenten direkt eingekaufte Menge deutlich unter der regionalen Erzeugung liegt. Die Menge des Gesamtkonsums ist jedoch deutlich höher. Das weist darauf hin, dass ein großer Teil der verzehrten Mengen aus Produkten bestehen, die über Verarbeitungs- oder Zwischenhandels-Schritte, die außerhalb Baden-Württembergs liegen, bereitgestellt werden.

Das deckt sich mit den Aussagen der Marktakteurinnen und Marktakteure: beträchtliche Mengen der baden-württembergischen Bio-Getreideerzeugung werden an Verarbeitungsunternehmen außerhalb des Bundeslandes und sogar ins Ausland verkauft. Auf diesen überregionalen Märkten haben die Produkte einen ausgezeichneten Ruf und werden zu guten Preisen abgesetzt.

Diese Produkte werden vor allem über sonstige Vermarktungswege wie Bäcker (44 %) oder Mühlenläden vertrieben, sowie über den Discounter (29 %) und den Vollsortimenter (19 %). Die Direktvermarktung spielt eine eher untergeordnete Rolle. Dafür erfolgt die Vermarktung eines Anteils von 7 % über den Naturkostfachhandel (AMI, 2025b).

Tabelle 16: Verkaufswege von Bio-Brot und -Mehl nach Absatzkanälen (2024)

Summe	Vollsortimenter	Discounter	Naturkostfachhandel	Direktvermarktung	Sonstige
Anteil 2019	17 %	19 %	0 %	2 %	59 %
Anteil 2024	19 %	29 %	7 %*	0 %*	44 %

*Daten u. U. nicht repräsentativ. Quelle: (AMI, 2020a, 2025b)

Zum Bereich Getreide kann abschließend festgehalten werden, dass sich seit 2019 neue Wertschöpfungsmöglichkeiten für Speisegetreide entwickelt haben, und zwar in der



Herstellung von pflanzlichen Milch-Alternativen (z. B. Haferdrinks, Dinkeldrinks), die z. T. in Baden-Württemberg erzeugt werden (Fachleutebefragung, 2025).

Auch bei weiteren ausgewählten Druschfrüchten wurden im Zeitraum von 2019 bis 2024 neue Vermarktungsmöglichkeiten erschlossen, was sich positiv in den Anbauzahlen widerspiegelt (siehe folgende Tabelle).

Tabelle 17: Anbau weiterer Druschfrüchte in Baden-Württemberg (2019-2023)

In Hektar	2019	2023	Veränderung (2019-2023)
Hülsenfrüchte, insgesamt	5.739	8.700	+52 %
Soja	1.958	2.400	+23 %
Raps	519	300	-44 %

Quelle: (AMI, 2020c; MLR, 2024c)

Der Anbau von Bio-Hülsenfrüchten (Erbsen, Bohnen, Linsen) hat in dem genannten Zeitraum insgesamt um die Hälfte zugenommen. Gerade im Linsen-Bereich verzeichnen regionale Vermarktungsinitiativen guten Erfolg (Projekt „Albleisa“) (Fachleutebefragung, 2025).

Der heimische Bio-**Soja**-Anbau hat sich weiterhin sehr gut entwickelt. In Baden-Württemberg angebaute Sojabohnen dienen vor allem zur Herstellung von Tofu und Sojamilch. Beispielsweise ist die Firma Taifun, ein Tofu-Produzent, welcher regional im Vertragsanbau produzieren lässt, einer der größten Nachfrager von Soja in Baden-Württemberg.

Der den Ölsaaten zuzurechnende Bio-**Raps** hingegen weist einen Flächenrückgang auf, der aber Großteils konjunktureller Natur ist.

2.3.6. Milch und Molkereiprodukte

Insgesamt gab es gemäß den MLR-Daten nach Angaben der Öko-Kontrollstellen im Jahr 2023 in Baden-Württemberg 37 500 Bio-Milchkühe (-7 % ggü. 2019) (MLR, 2024g). Die Auswertung der InVeKoS-Daten macht deutlich, dass vor allem im Regierungsbezirk Freiburg der Anteil der Bio-Betriebe sehr hoch ist. In Teilregionen ist jeder zweite milchkuhhaltende Betrieb ein Bio-Betrieb.

Zur Darstellung der erzeugten Biomilchmenge wurde auf Milchleistungsdaten der KTBL zurückgegriffen, welche durchschnittlich 6.250 kg vermarktungsfähige Milch pro Kuh verzeichneten. So wird für 2023 von einer insgesamt produzierten Milchmenge von ca. 235.000 t ausgegangen.

Von den Molkereien in Baden-Württemberg wurden gemäß BLE-Daten 187.800 t Bio-Milch erfasst (Milchindustrieverband e. V., 2025). Somit werden rund 47.000 t der in Baden-Württemberg erzeugten Milch von Molkereien außerhalb des Bundeslandes erfasst, verarbeitet und (z. T. wieder in Baden-Württemberg) vermarktet, z. B. durch die ÖMA im angrenzenden Bayern. Der Anteil der im Bundesland verarbeiteten Bio-Milch ist seit 2019



signifikant von ca. 70 % auf rund 80 % angestiegen. Damit bestehen mehr Möglichkeiten für eine regionale Vermarktung und Inwertsetzung der Bio-Milch.

Die erfassten Einkaufsmengen für den Bereich der Molkereiprodukte (MoPro) werden unterteilt in Trinkmilch, Käse und sonstige Molkereiprodukte. Dies sind im Wesentlichen Butter, Sahne, Quark und Joghurt. Aus diesen Mengenangaben wurde ein regionaler Absatz (= von den privaten Haushalten eingekaufte Menge) in Milch-Äquivalenten abgeleitet und der Gesamtkonsum errechnet.

Der Gesamtkonsum, inkl. der in Verarbeitungsprodukten konsumierten Milch, entspricht einer Milchmenge von 386.000 t (das 1,6 - Fache der Erzeugung).

Die überwiegende Menge der **Trinkmilch** wird über die Vollsortimenter abgesetzt (46 %). Danach folgt der Discounter (40 %). Wohingegen im Naturkostfachhandel nur ein geringer Mengenanteil (7 %) verkauft wird. Über sonstige Verkaufsweg werden rund 7 % der Milch vermarktet.

Käse wird zum größten Teil im Discounter verkauft (45 %) und auch der Vollsortimenter ist ein wichtiger Absatzweg für Bio-Käse in Baden-Württemberg (30 %). Ebenfalls werden im Naturkostfachhandel und in sonstigen Einkaufsstätten (Käseläden, Metzgereien etc.) relevante Mengen an Käse verkauft (10 %). In der Direktvermarktung spielt Käse ebenfalls eine Rolle (5 %). Sonstige Molkereiprodukte (Sahne, Joghurt, Butter) werden vor allem im Vollsortimenter und Discounter verkauft (beide rund 35 %). Auch die Vermarktung über den Naturkostfachhandel spielt eine wichtige Rolle (11 %) sowie über sonstige Vermarktungswege (18 %). Die Anteile der Verkaufswege für MoPro in Baden-Württemberg werden in Tabelle 18 aufgegliedert.

Tabelle 18: Verkaufswege Trinkmilch, Käse, sonstige Molkereiprodukte (MoPro) in Baden-Württemberg (2024)

	Voll- sortimenter	Discounter	Naturkost- Fachhandel	Direkt- vermarktung	Sonstige
Trinkmilch	46 %	40 %	7 %	-	7 %
Käse	30 %	45 %	10 %	5 %	10 %
Sonstige Molkereiprodukte	32 %	38 %	11 %	-	18 %

Quelle: (AMI, 2025b)

2.3.7. Fleisch und Wurstwaren

Grundsätzlich lässt sich zunächst feststellen, dass die Bio-Tierhaltung zugenommen hat. Die biologische Tierhaltung in Baden-Württemberg stellt sich im Jahr 2023 wie in Tabelle 19 aufgeschlüsselt dar. Im Vergleich zum Jahr 2020 ist der Bio-Anteil in allen Bereichen der Tierhaltung gestiegen. Eine Ausnahme stellt die Haltung von Ziegen dar. Diese ist zwischen 2020 und 2023 leicht gesunken. Im Vergleich zum Jahr 2020 werden 73.200 Hühner mehr ökologisch gehalten, der Anteil bleibt dennoch bei 11 % konstant (AMI, 2025a).

Tabelle 19: Biologische Tierhaltung in Baden-Württemberg 2023

2023	Betriebe	Tiere	Bio-Anteil in %
Ziegen	500	11.000	31 %
Schafe	500	26.300*	11 %*
Rinder (inkl. Milch- und Mutterkühe, etc.)	2.200	117.300	13 %
Hühner	1.000	616.700	11 %
Enten, Gänse, Truthähne	100*	24.700*	2 %*
Schweine	300	36.000	3 %

*Zahl aus dem Jahr 2020. Quelle: (AMI, 2025e)

2.3.7.1. Rinder zur Rindfleischerzeugung

Laut der Agrarstrukturerhebung aus dem Jahr 2023 wurden auf 2.180 Bio-Betrieben 117.300 Rinder zur Fleisch- und Milcherzeugung gehalten (DESTATIS, 2025). Je nach Betriebsausrichtung (Milchviehhaltung, Mutterkuhhaltung, Mast- oder Mischformen) und Erzeugungsziel (Remontierung / Altkühe, Ochsen-, Bullen-, Färsen- und Kälbermast) fallen unterschiedliche Zahlen von jährlich schlachtreifen Tieren an, die schwer abzuschätzen sind.

Zu den Bio-Schlachtzahlen gibt es keine regionalen Angaben. Die Anzahl an jährlich anfallenden Schlachtrindern wurden anhand der bundesdeutschen Daten zu Bio-Rinderschlachtungen und der Tierzahlen für Baden-Württemberg abgeleitet.

Demnach fallen im Jahr 2023 rund 24.500 Bio-Schlachtrinder an. Basierend auf einem durchschnittlichen Schlachtgewicht inkl. Knochen von 336 kg (dies entspricht 56 % Ausschachtungsgrad bei einem durchschnittlichen Lebendgewicht eines Rindes von 600 kg) (KTBL, 2015) betrug die Schlachtmenge an Bio-Rindfleisch im Jahr 2023 rund 8.700 t.



2.3.7.2. Schweine: Mastschweine

Gemäß der AMI-Zahlen wurden in Baden-Württemberg im Jahr 2023 insgesamt 36.000 Schweine ökologisch gehalten (Stichtag). Weniger als fünf Betriebe halten zwischen 1.000 und 1.999 Schweine. Die meisten Bio-Betriebe haben zwischen 100-399 Tiere.

Abzüglich Muttersauen und Ferkel kann der Schlachtschweinebestand am Stichtag mit knapp 20.000 Stück angenommen werden. Die Zahl der gehaltenen Schweine zum Stichtag wird multipliziert mit der Zahl der durchschnittlichen Durchgänge pro Jahr (2,5 Durchgänge) (KTBL, 2015), um die Schlachtschwein-Erzeugung abzuschätzen. Insgesamt wurden somit im Jahr 2023 ca. 50.000 Bioschweine in Baden-Württemberg erzeugt. Basierend auf einem durchschnittlichen Schlachtgewicht inkl. Knochen von 94,8 kg (dies entspricht 79 % Ausschachtungsgrad ausgehend von einem durchschnittlichen Lebendgewicht eines Schweins von 120 kg) (KTBL, 2015) betrug die errechnete Menge an erzeugtem Bio-Schweinefleisch rund 4.700 t.

2.3.7.3. Geflügel: Masthühner

Gemäß DESTATIS-Daten wurden in Baden-Württemberg im Jahr 2023 170.700 Bio-Masthühner und -hähne (am Stichtag) gehalten.

Basierend auf einem Durchgangsfaktor von 4,15 kann eine Erzeugung von 708.000 Masthühnern im Jahr 2023 angenommen werden. Bei einem durchschnittlichen Schlachtgewicht inkl. Knochen von 1,5 kg (dies entspricht 68 % Ausschachtungsgrad ausgehend von einem durchschnittlichen Lebendgewicht eines Biomasthuhns von 2,2 kg) (KTBL, 2015) betrug die berechnete Menge an Bio-Hähnchenfleisch rund 1.050 t.

2.3.7.4. Schafe

Insgesamt wurden im Jahr 2020 26.300 Schafe (inkl. Lämmer) in Baden-Württemberg nach den Richtlinien des Ökolandbaus gehalten.

Basierend auf einem durchschnittlichen Schlachtgewicht inkl. Knochen von 19,2 kg (dies entspricht 48 % Ausschachtungsgrad ausgehend von einem durchschnittlichen Lebendgewicht eines Schafs/Lamms von 40 kg) (KTBL, 2015) beträgt die theoretische Gesamtschlachtmenge 322 Tonnen.

2.3.8. Bio-Fleischerzeugung

Die Herleitung der aktuellen Biofleischerzeugung aus oben beschriebenen vier Tierarten wird in Tabelle 20 dargestellt.



Tabelle 20: Schlachtmengen über alle vier Tierarten

Tierart	Anzahl pro Jahr	Durchschnittliches LG in kg	Durchschnittliches SG in kg inkl. Knochen ⁸	Theoretische Schlachtmenge in t
Rinder	24.500	600	336,0	8.700
Schlachtschweine gesamt (2,5 Durchgänge/Jahr)	49.750	120	94,8	4.700
Schafe (Lammfleisch)	16.750	40	19,2	322
Masthühner (4,15 Durchgänge/Jahr)	708.000	2,2	1,50	1.050
Gesamt-Bio-Fleischerzeugung (gerundet)				15.000

Quelle: (AMI, 2020d; KTBL, 2015)

Was den Konsum betrifft, so liegt der Gesamtverbrauch bei etwa 15.500 Tonnen. Da der Verbrauch von Fleisch und Wurstwaren bei der Erfassung des Biokonsums nicht nach Tierarten differenziert erfasst wurde, wurde der allgemeine Pro-Kopf-Verbrauch von Fleisch als Bewertungsbasis gewählt, um auf Bilanzen von Erzeugung und Verbrauch rückschließen zu können.

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Fleisch und Wurstwaren über alle Tierarten liegt bei 51,6 kg (BLE, AMI zitiert nach DFV, 2024, S. 64). Davon macht Schweinefleisch etwa 53 % aus, gefolgt von Geflügel (25 %), Rind- und Kalbfleisch (17 %) sowie Schaf- und Ziegenfleisch (1 %), wie in Tabelle 21 aufgelistet.

Tabelle 21: Pro-Kopf-Verbrauch von Fleisch (konv. und bio, Deutschland)

Pro-Kopf-Verbrauch 2023	in kg	in %
Schwein	27,5	53,3 %
Geflügel	13,1	25,4 %
Rind- und Kalbfleisch	8,9	17,2 %
Schaf- und Ziegenfleisch	0,7	1,4 %

Quelle: (BLE, AMI zitiert nach DFV, 2024, S. 64)

Entsprechend dieser Verbrauchsanteile wurde von der Bio-Verbrauchsmenge (14.400 t) auf den tierartspezifischen Verbrauch geschlossen (siehe folgende Tabelle).

⁸ Ausschlachtungsgrad laut (KTBL, 2015), siehe Beschreibung der einzelnen Tierarten



Tabelle 22: Bio-Fleischerzeugung und verkaufte Mengen von Biofleisch in Baden-Württemberg

Tierart	Schlachtmenge in t 2023 (gerundet)	Verbrauch in t (gerundet)
Schweine	4.700	7.900
Geflügel	1.050	3.800
Rinder	8.700	2.500
Lamm	320	200
Gesamt	15.000	14.400

Quelle: Eigene Berechnungen nach (AMI, 2020d; KTBL, 2015;) (AMI, 2025a)

Die dargestellten Zahlen beruhen auf Annahmen, sie stimmen in ihrer Grundaussage mit den Ergebnissen der Fachleutefragung überein. So bestehen nach wie vor Schwierigkeiten, alle erzeugten Bio-Rinder auch zu Bio-Preisen zu vermarkten.

Gleichzeitig wird Bio-Lammfleisch erfolgreich in andere Bundesländer vermarktet. Bei Geflügelfleisch wurde der Anteil der Erzeugung gegenüber dem heimischen Verbrauch bereits deutlich ausgebaut, kann aber noch weiter ausgedehnt werden.

Bei Bio-Schweinen wurden Mengensteigerungen realisiert, der Markt bietet aber weiterhin Potenzial.

Knapp ein Drittel des Bio-Fleischs wird 2024 über den Discounter verkauft. Im Vergleich zum Jahr 2019 hat sich der Absatz über diesen Kanal fast verdoppelt. Von steigender Bedeutung ist auch die Vermarktung über Vollsortimenter. Gut ein Viertel des konsumierten Fleisches wird dort gekauft. An dritter Stelle folgen "Sonstige Einkaufsstätten" (Metzger o.a.) mit 18 %. Dieser Absatzkanal ist jedoch seit 2019 um die Hälfte zurückgegangen. Von eher untergeordneter Rolle ist der Absatz über den Naturkostfachhandel und die Direktvermarktung (je 3 %) (siehe Tabelle 23).

Tabelle 23: Verkaufswege von Bio-Fleisch nach Absatzkanälen (2019 und 2024)

Summe	Voll-sortimenter	Discounter	Naturkost-Fachhandel	Direkt-vermarktung	Sonstige
Anteil 2019	21 %	28 %	9 %	5 %	36 %
Anteil 2024	28 %	49 %*	3 %*	3 %*	18 %*

*Daten nicht repräsentativ. Quelle: (AMI, 2020a, 2025b)

2.3.9. Eier

Gemäß Agrarstrukturhebung aus dem Jahr 2023 gab es in Baden-Württemberg zu diesem Zeitpunkt 1.000 biologische Legehennen-Betriebe (AMI, 2025a).

Ausgehend von den AMI-Zahlen betrug die Anzahl der Legehennen im Jahr 2023 198.160 Stück. Basierend auf einer mittleren Legeleistung einer Bio-Legehenne von 274



Eiern/Jahr (LEL Schwäbisch Gmünd, 2020) lag die Anzahl der produzierten Bio-Eier somit bei rund 54,3 Mio. Stück pro Jahr.

Fast 40 % der konsumierten Bio-Eier werden im Discounter vertrieben, knapp ein Drittel im Vollsortimenter. Eier stellen auch ein traditionelles Produkt der Direktvermarktung dar: rund 12 % der Eier werden dort verkauft. 10 % der Eier werden über Wochenmärkte und sonstige Verkaufsstätten abgesetzt. Der Naturkostfachhandel spielt bei der Vermarktung mit 7 % eine untergeordnete Rolle. Im Vergleich zum Jahr 2019 hat die Vermarktung über den Discounter und den Vollsortimenter zugenommen, während alle anderen Absatzkanäle abgenommen haben (siehe Tabelle 24).

Tabelle 24: Verkaufswege Bio-Eier (2019 und 2024)

Summe	Voll-sortimenter	Discounter	Naturkostfachhandel	Direkt-vermarktung	Sonstige
Anteil 2019	30 %	37 %	8 %	13 %	12 %
Anteil 2024	27 %	44 %	7 %*	12 %	10 %

Quelle: (AMI, 2020a, 2025b), *Daten nicht repräsentativ

Insgesamt werden im Jahr 2024 204 Mio. Bio-Eier in Baden-Württemberg von den Privathaushalten eingekauft, das sind rund 3,4 Mio. Eier weniger als im Jahr 2019 (AMI, 2020a, 2025b). Das entspricht knapp dem Vierfachen der im Land erzeugten Menge.

Der Bio-Gesamtkonsum an Bio-Eiern in Baden-Württemberg beläuft sich auf 384 Mio. Stück (inkl. Verarbeitungsware). Das entspricht dem Siebenfachen der heimischen Erzeugung.

Auch wenn sich die heimische Bio-Eier-Erzeugung im Betrachtungszeitraum mehr als verdoppelt hat, besteht weiterhin eine Unterdeckung des Bedarfs.

2.4. Zusammenfassung: Bio-Versorgungsbilanzen

Die Herangehensweise der „Versorgungsbilanz“ auf Basis des Bundeslandes hat einen theoretischen Charakter. Die Lebensmittelmärkte sind nicht abgrenzbar, Rohwaren und verarbeitete Produkte (auch halbfertige und Zwischen-Produkte) werden zwischen den Regionen, Bundesländern und Staaten intensiv ausgetauscht. Dennoch ist die Betrachtung sinnvoll, um deutliche Defizite oder Überschüsse aufzuzeigen. Tabelle 25: Erzeugung regionale Bio-Landwirtschaft und regionaler Konsum 2023/2024 Tabelle 25 fasst die im vorherigen Abschnitt ausgearbeiteten Informationen zusammen.

Tabelle 25: Erzeugung regionale Bio-Landwirtschaft und regionaler Konsum 2023/2024 *

Produktgruppe	Bio-Erzeugung	Erläuterungen	Bio-Gesamtkonsum	Erläuterungen
Gemüse (Freiland und unter Schutzabdeckung)	48.000 t	Freiland-Fläche seit 2020 um mehr als 1/3 gewachsen, stärkere Mengenschwankungen Schutzabdeckungs-Fläche um 20% gewachsen	89.000 t	Nachfragemenge um 20% gestiegen Selbstversorgung gestiegen, mehr Verarbeitung Keine Überschüsse
Getreide (Weizen, Roggen, Dinkel)	43.600 t	Flächenzuwachs seit 2020: 16 %, stärkere Mengen- und Qualitätsschwankungen, Tendenz zur Unterversorgung	100.000 t (Mehläquivalente Brot, Backwaren, Gebäck, Teigwaren etc.)	Nachfragemenge seit 2019 um mehr als 30% gestiegen Wertschöpfung unter Druck
Obst (heimisch) Davon Äpfel	50.000 t 45.000 t	Geringes Wachstum? Komplexe Datenlage	54.000 t 25.000 t	Nachfragemenge gering gewachsen (5 -10 %), starke jährliche Schwankungen, keine Überschüsse
Kartoffeln (Speise)	14.000 t	Geringer Flächenzuwachs, stärkere Schwankungen in (verwertbarer) Menge	26.000 t (Speisekartoffeln)	Nachfragemenge konstant Bessere Aufbereitung Mangel an Rohware
Eier	117,3 Mio. Stück	Deutlicher Zuwachs der Legehennen-Betriebe von 600 (2016) auf 1.000 (2023) Tierzahl verdoppelt	386 Mio. Stück	Geringes Marktwachstum Regionale Versorgung verbessert Keine Überschüsse
Milch	235.000 t	Anzahl der Bio-Milchkühe gesunken (- 7 %), Milcherzeugung um ca. 4 % gesunken Regionale Anlieferung erhöht	386.000 t	Marktwachstum (Menge) seit 2019 : 20%
Fleisch	15.000 t	Schweine: 48 % Wachstum Masthühner: Erzeugung mehr als verdoppelt Rind: 10 % Wachstum Schaf: 10 % Wachstum	23.300 t	Marktwachstum seit 2019 geschätzt auf + 50 % (Basis: AMI, DE) Regionale Versorgung verbessert Keine Überschüsse

Quelle: siehe voranstehende Kapitel (*): für bessere Lesbarkeit siehe auch Anhang 8.4 S. 89)

Die Tabelle wird kurz erläutert (Details in den voranstehenden Kapiteln):

- Aktuell werden in Baden-Württemberg jährlich ca. 117 Mio. Bio-Eier gelegt, was einer Verdopplung der Produktion seit 2019 gleichkommt. Der Bio-Gesamtkonsum in Baden-Württemberg beläuft sich auf 386 Mio. Eier. Der Bio-Konsum übersteigt hier die heimische Erzeugung um mehr als das Dreifache.
- Die Erzeugungsmenge von Bio-Milch in Baden-Württemberg beträgt ca. 235.000 t⁹ Milch. Der Gesamtkonsum an Bio-Molkereiprodukten (ausgedrückt in Milch-Äquivalenten) beläuft sich auf 386.000 t. Der Bedarf übersteigt die heimische Erzeugung um das 1,6 - fache.
- Die Bio-Gemüse-Ernte im Land umfasst 48.000 t. Der Bio-Gesamtkonsum in Baden-Württemberg beläuft sich auf 89.000 t. Die heimische Erzeugung deckt etwas mehr als die Hälfte des Bedarfs.

⁹ 47.000 t werden nicht in Baden-Württemberg erfasst, sondern in grenznahen Molkereien



- 41.000 t Getreide für Brot und Mehl (Weizen, Roggen, Dinkel) werden in Baden-Württemberg geerntet. Der Bio-Gesamtkonsum in Baden-Württemberg beläuft sich auf 100.000 t (Mehläquivalente). Die heimische Erzeugung deckt 40 % des Bedarfs.
- Die geschätzte Bio-Fleisch-Menge (über alle Tierarten (Rind, Schwein, Schaf und Masthühner) erreicht ca. 15.000 t. Der Bio-Gesamtkonsum in Baden-Württemberg beläuft sich auf ca. 23.000 t. Hinter dem Durchschnittswert verbergen sich Überschüsse bei Rindfleisch und Nachfrageüberhänge bei Schwein und Geflügel, trotz deutlicher Angebotsausdehnung.
- Rund 50.000 t Obst (Kern-/Steinobst, Strauchbeeren etc.) werden jährlich in Baden-Württemberg geerntet. Der Bio-Gesamtkonsum in Baden-Württemberg beläuft sich auf 54.000 t. Der Überschuss von ca. 10 % für die Produktgruppe rührt vor allem daher, dass das Bundesland knapp doppelt so viele Äpfel in ökologischer Qualität erzeugt als konsumiert wird. Diese Erzeugung führt aber nicht zu Überschüssen, denn Baden-Württemberg führt traditionell Bio-Äpfel in andere Regionen aus und ist wettbewerbsfähig auf diesen Märkten.

2.5. Gemeinschaftsverpflegung

Wir betrachten die öffentliche und private Gemeinschaftsverpflegung. Der Sektor der Individual-Gastronomie, der ebenfalls zur Außer-Haus-Verpflegung gehört, wird aufgrund mangelnder Daten nicht analysiert.

Im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung wurden zwei Projektschritte vollzogen:

- eine Berechnung der Absatz- und Anbaupotenziale sowie
- eine Fachleutebefragung zur qualitativen Bewertung.

Die Datenlage im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung hat sich verbessert und erlaubt, auch wenn sie weiterhin Lücken offenlässt, eine neue Bewertung dieses Absatzkanals. Es konnten neue Schätzungen der insgesamt ausgegeben Essen vorgenommen werden, die als Grundlagen der Potenzialberechnungen dient

2.5.1. Datengrundlagen

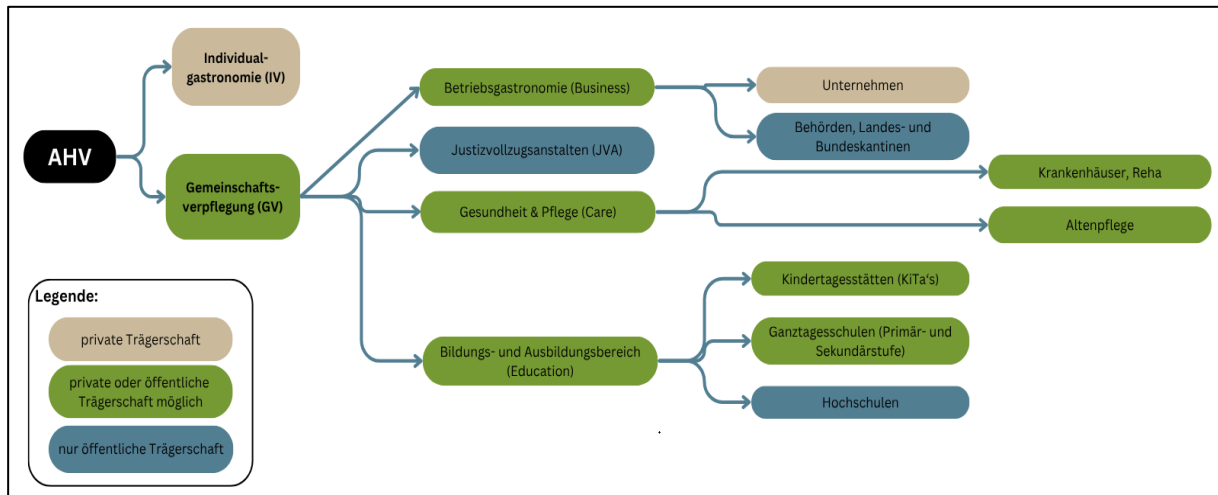
Ziel der Bedarfsanalyse ist es, den durchschnittlichen, jährlichen Bedarf an ausgewählten Produktgruppen (Kartoffeln, Rindfleisch, Getreide und Milch/Milchprodukte) zu ermitteln, um die potenzielle Bedeutung der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) als Absatzmarkt für den Bio-Sektor in Baden-Württemberg zu bewerten.

Als Grundlage für diese Bedarfsabschätzung wurden die Empfehlungen der Qualitätsstandards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) für die verschiedenen Lebenswelten (Verpflegung in Kitas, Schulen, Betrieben, Kliniken und in Senioreneinrichtungen) herangezogen. Die Analyse berücksichtigt sowohl die öffentliche als auch die privat getragene Gemeinschaftsverpflegung in den Verpflegungsbereichen Bildungs- und Ausbildungsbereich, Gesundheit und Pflege sowie Justizvollzugsanstalten. Die betrachteten Verpflegungsbereiche werden in Abbildung 18 veranschaulicht. Die privatwirtschaftlich organisierte Betriebsgastronomie wird hier mit einbezogen.

Die Individualgastronomie wird jedoch nicht berücksichtigt, da hierzu keine ausreichenden belastbaren Daten vorliegen.

Insgesamt sollen die Ergebnisse beantworten, ob und in welchem Umfang die Gemeinschaftsverpflegung einen wesentlichen Beitrag zur Vermarktung von Produkten des Ökolandbaus in Baden-Württemberg leisten kann.

Abbildung 18: Übersicht der betrachteten Verpflegungsbereiche der AHV *

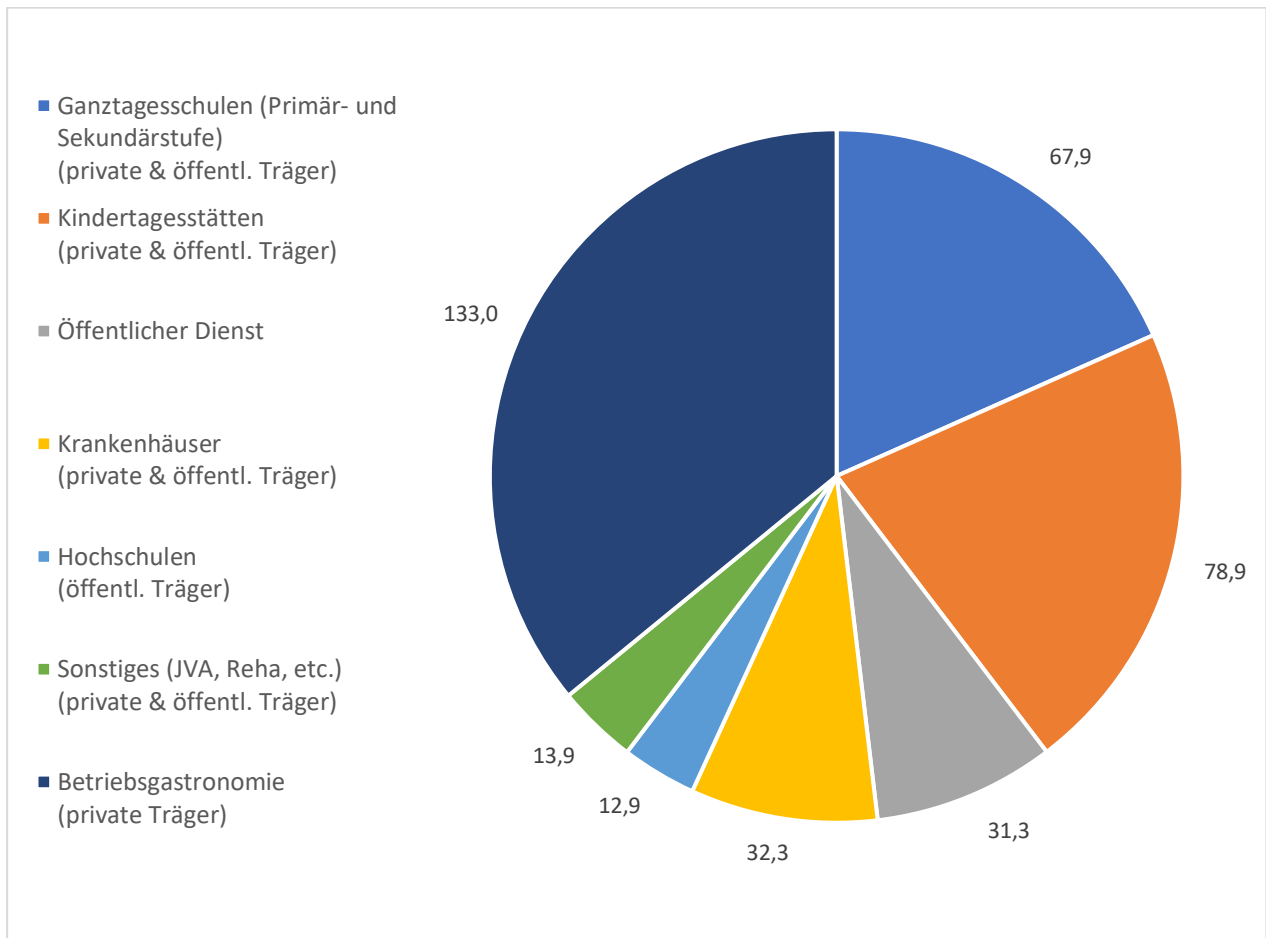


Quelle: eigene Darstellung (*) für bessere Lesbarkeit siehe Anhang 8.5, S. 90

Basis für die Bedarfsanalyse sind die Essenszahlen in den jeweiligen Einrichtungen der Außer-Haus-Verpflegung in Baden-Württemberg. Für die öffentliche Gemeinschaftsverpflegung (ohne private Betriebsgastronomie) liegen Schätzungen der Hochschulen Reutlingen und Rottenburg vor, welche durch Ecozept validiert wurden (Projekt ÖkoTrans, Scheerer 2023, zitiert nach Hoinle et al., 2025, S. 36). Für Einrichtungen wie Ganztageschulen, Kitas, Krankenhäuser, Reha und Altenpflege wurde der ermittelte Bedarf um einen prozentualen Anteil ergänzt, um auch privat oder freigemeinnützig getragene Einrichtungen zu berücksichtigen. Für Hochschulen wurde ausschließlich der öffentliche Bereich abgebildet, da hier der private Anteil vernachlässigbar ist. Die Hochrechnung für den Verpflegungsbereich „Betriebsgastronomie“ (privat getragen) erfolgt anhand aktueller Schätzungen zu Tischgastzahlen in Deutschland (1,227 Milliarden Essen/Jahr) (gvpraxis 2023, zitiert nach DGE, 2024) und wird anteilig über die Bevölkerungszahl Baden-Württembergs berechnet (Statistisches Bundesamt (Destatis, 2024). Daraus ergibt sich eine angenäherte Zahl von rund 164 Millionen Essen pro Jahr für die private Betriebsgastronomie in Baden-Württemberg. Die Verteilung der jährlichen Essenszahlen auf die verschiedenen Verpflegungsbereiche zeigt Abbildung 19.

Im Folgenden wird der Begriff ‚Gemeinschaftsverpflegung‘ (GV) im Sinne dieser Studie übergreifend für alle beschriebenen Verpflegungsbereiche verwendet.

Abbildung 19: Verteilung der jährlichen Essenszahlen (in Mio.) auf die verschiedenen Verpflegungsbereiche der GV



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von (Projekt ÖkoTrans, Scheerer 2023, zitiert nach Hoinle et al., 2025, S. 36) sowie eigenen Berechnungen

Die Ermittlung der Bedarfsmenge erfolgt als Berechnung auf Basis einer Reihe von Annahmen:

- Das Verpflegungsangebot entspricht in Bezug auf Portionsgrößen und Servierhäufigkeit den Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung („Mischkost“) (DGE, 2022).
- Alle Produkte werden in küchenfertiger Form bezogen. Zubereitungsverluste wirken sich daher nicht auf die Bedarfsberechnung aus.
- Bei der Berechnung der Angebotspotenziale werden verlustbedingte Abschläge berücksichtigt.
- Da verlässliche Daten zum aktuellen Einsatz von Bio-Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung in Baden-Württemberg fehlen (geschätzt etwa 2–3 %), wird in der Analyse mit einem Ausgangswert vereinfachend von 0 % Bio-Anteil gerechnet.

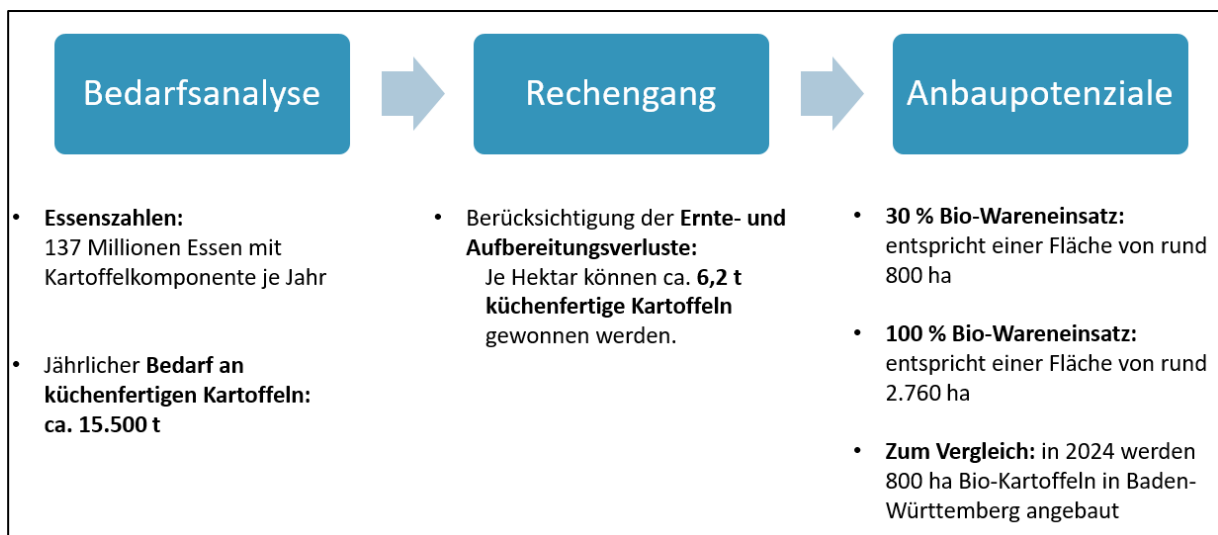
Zur Darstellung möglicher Entwicklungspfade werden zwei Szenarien herangezogen: ein Ausbau auf 30 % Bio-Anteil – entsprechend dem Flächenziel des Öko-Aktionsplans des Landes – sowie ein theoretischer Maximalwert von 100 %.

2.5.2. Berechnung des Produktbedarfs bzw. Potenzials

Die in den folgenden Kapiteln dargestellten Abbildungen 20 bis 23 veranschaulichen die Potenzialanalysen für die verschiedenen Lebensmittelkategorien.

2.5.2.1. Hochrechnung für Kartoffeln

Abbildung 20: Potentialanalyse Kartoffeln



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis von (DGE, 2022; LfL, 2025; MLR, 2024b)

Je nach Szenario ergibt sich für die Gemeinschaftsverpflegung in Baden-Württemberg ein jährlicher Bedarf an Bio-Kartoffeln von:

- bei 30 % Bio-Wareneinsatz: rund 4.700 t küchenfertige Kartoffeln pro Jahr, das entspricht ca. 800 ha erforderliche Bio-Kartoffelfläche
- bei 100 % Bio-Wareneinsatz: rund 15.500 t küchenfertige Kartoffeln pro Jahr, das entspricht ca. 2.760 ha erforderliche Bio-Kartoffelfläche

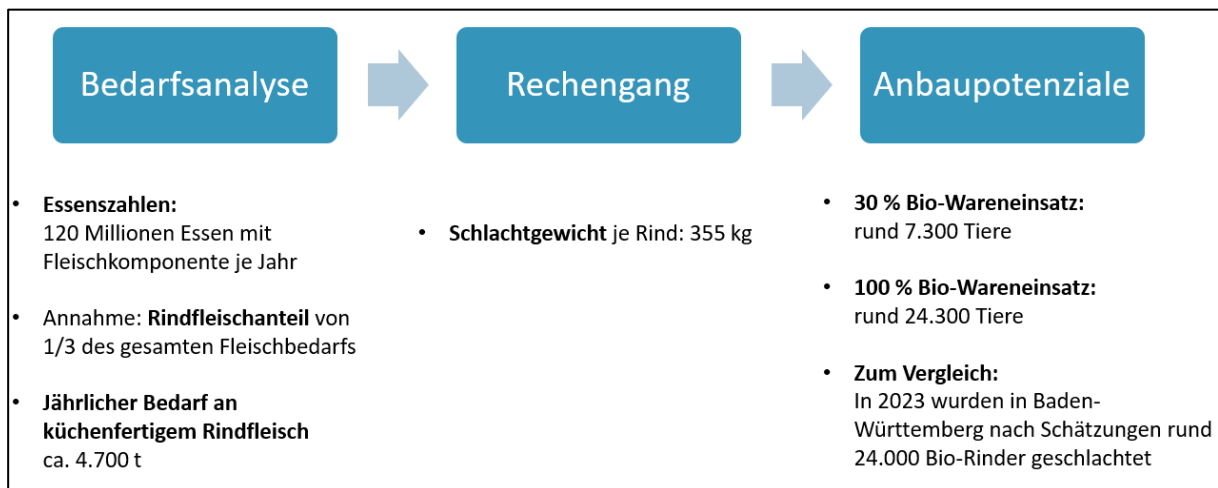
Als durchschnittlicher Bio-Kartoffelertrag wurde 21,7 t/ha angesetzt (LfL, 2025). Fruchtfolgeeffekte werden in der Berechnung nicht berücksichtigt. Die Ernte- und Aufbereitungsverluste betragen ca. 72 % bis zur Küchenfertigkeit (Sortier-, Lager- und Schälverluste). Das bedeutet, dass pro Hektar Kartoffelfläche nur rund 6,2 t küchenfertige Bio-Kartoffeln hergestellt werden können bzw. potenziell den Küchen zur Verfügung stehen.

Das aktuelle Angebotspotenzial auf Basis der Bio-Kartoffelflächen in Baden-Württemberg (ca. 800 ha) (MLR, 2024b) liegt bei rund 4.600 t küchenfertigen Kartoffeln pro Jahr (siehe 8.1).

Dies bedeutet, würde in allen Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung in Baden-Württemberg ein flächendeckender Bio-Anteil von 30 % umgesetzt, entspräche der zusätzliche Bedarf an Bio-Kartoffelanbaufläche in etwa der derzeit bestehenden Fläche in Baden-Württemberg. Ein 100 %-Ziel würde hingegen ungefähr drei Mal so viel Anbaufläche erfordern, wie derzeit existiert.

2.5.2.2. Hochrechnung für Rindfleisch

Abbildung 21: Potentialanalyse Rindfleisch



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis von (DESTATIS, 2025; DGE, 2022; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, o. J.)

Je nach Szenario hat die Gemeinschaftsverpflegung in Baden-Württemberg einen Bedarf an Rindfleisch in Höhe von:

- bei 30 % Bio-Wareneinsatz: ca. 1.400 t Rindfleisch pro Jahr
- bei 100 % Bio-Wareneinsatz: ca. 4.700 t Rindfleisch pro Jahr.

Da der DGE-Qualitätsstandard keine mengenmäßigen Vorgaben für einzelne Fleischarten macht, wurde der Rindfleischanteil auf ein Drittel des gesamten Fleischbedarfs geschätzt.¹⁰ Mit einem durchschnittlichen Schlachtgewicht (nach Ausbeute) von ca. 355 kg je Schlachtrind (KTBL, 2021, S. 73) ergibt sich ein Bedarf (siehe 8.2) von:

- bei 30 % Bio-Wareneinsatz: ca. 7.300 Tiere
- bei 100 % Bio-Wareneinsatz: ca. 24.300 Tiere

Die Analyse basiert auf einer Hochrechnung der Rinderschlachtungen in Baden-Württemberg. Unter Verwendung bundesweiter Bio-Rinderschlachtzahlen und -tierbestände (AMI, 2025e) ergibt sich ein durchschnittliches Verhältnis von 7,4 zwischen der Bio-Rindfleischerzeugung (in Tonnen) und der Anzahl der Bio-Rinder. Übertragen auf

¹⁰Empfehlung zu Fleisch gemäß DGE: „In Bezug auf Fleisch sollte weißes Fleisch von Geflügel bevorzugt angeboten werden, rotes Fleisch und verarbeitete Fleischwaren sollten – wenn überhaupt – nur selten im Angebot sein.“ (2022, S. 30)

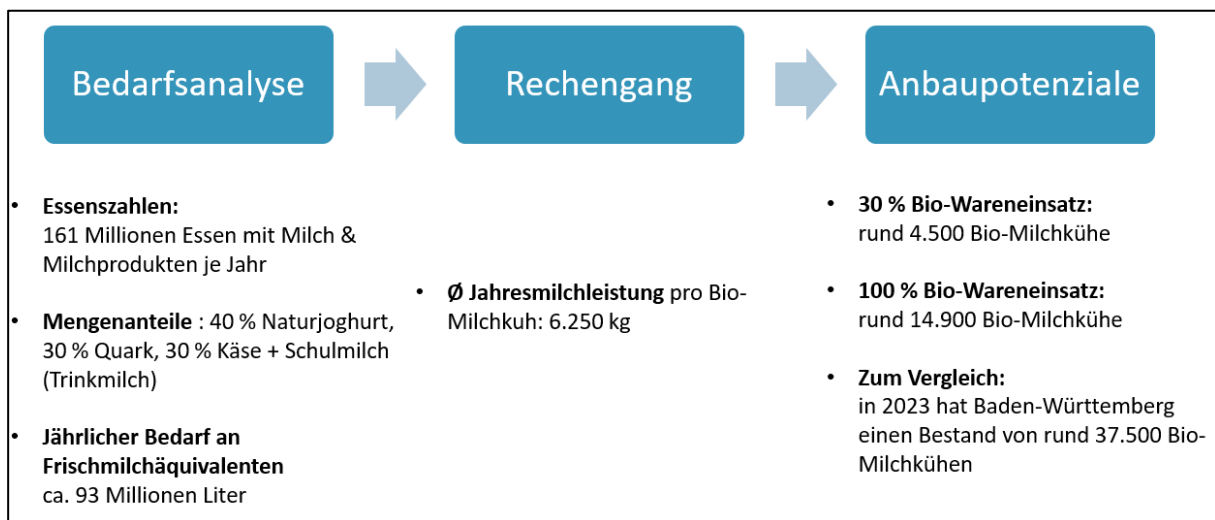


die baden-württembergische Rindfleischerzeugung (rund 8.700 t) entspricht dies einem jährlichen Schlachtpotenzial von rund 24.500 Bio-Rindern.

Dies bedeutet, würde in allen Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung in Baden-Württemberg ein flächendeckender Bio-Anteil von 30 % umgesetzt, entspräche der zusätzliche Bedarf an Bio-Schlachtrindern ungefähr der Hälfte des aktuellen Bio-Tierbestandes.

2.5.2.3. Hochrechnung für Milch & Milchprodukte

Abbildung 22: Potentialanalyse Milch & Milchprodukte



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis von (DESTATIS, 2025; DGE, 2022; MLR, 2025)

Die Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung in Baden-Württemberg haben, je nach Szenario, einen Bedarf an Bio-Milch von:

- bei 30 % Bio-Wareneinsatz: ca. 28,0 Mio. Liter
- bei 100 % Bio-Wareneinsatz: ca. 93,3 Mio. Liter.

Die Berechnung berücksichtigt den gesamten Bedarf der GV-Einrichtungen einschließlich Schulmilch, da die Schulmilchmengen für Kindertagesstätten und Grundschulen eine relevante Rolle spielen (MLR, 2025). Die Ermittlung der Bedarfsmenge für Milchprodukte basiert weiterhin auf einem durchschnittlichen Umrechnungsfaktor, der aus den Ausbeuten der Hauptproduktgruppen Naturjoghurt, Speisequark und Käse gebildet wurde. Die Auswahl dieser Produktgruppen orientiert sich an den DGE-Empfehlungen (DGE, 2022, S. 38). Der Mengenanteil wurde mit 40 % Naturjoghurt, 30 % Quark und 30 % Käse angesetzt (Annahme Ecozept). Abweichungen in der tatsächlichen Zusammensetzung der eingesetzten Produkte können zu abweichenden Bedarfswerten führen.

Als durchschnittliche Jahresmilchleistung wurde 6.250 kg/Bio-Kuh zugrunde gelegt (KTBL, 2021, S. 39). Daraus ergibt sich die erforderliche Anzahl an Bio-Milchkühen für die Versorgung der Gemeinschaftsverpflegung insgesamt:

- bei 30 % Bio-Wareneinsatz: ca. 4.500 Bio-Milchkühe



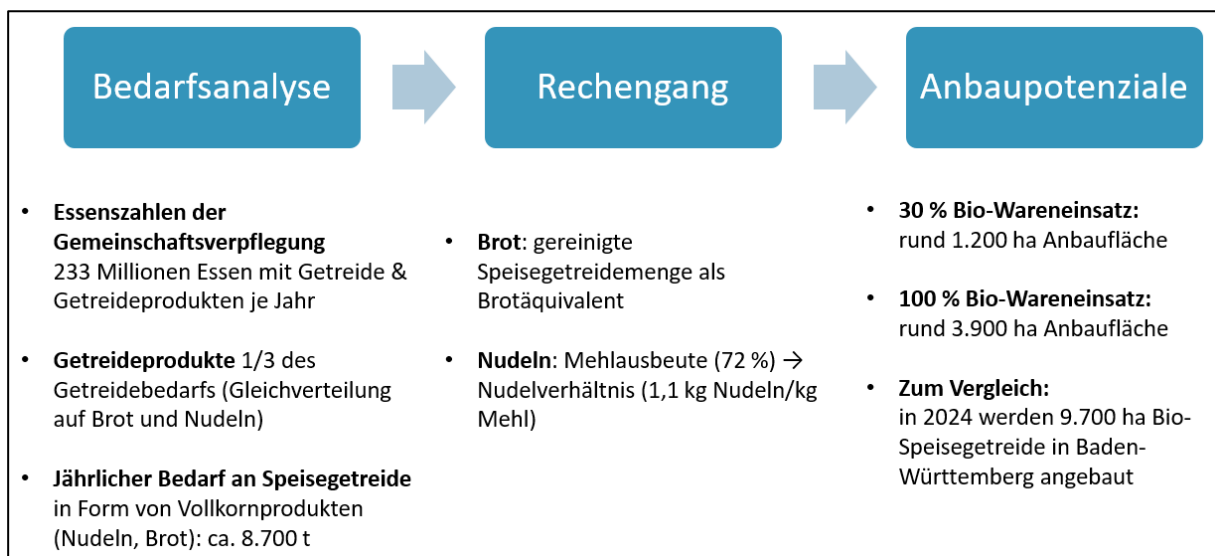
- bei 100 % Bio-Wareneinsatz: ca. 14.900 Bio-Milchkühe

Das verfügbare Angebot an vermarktungsfähiger Bio-Milch für das Jahr 2023 in Baden-Württemberg liegt bei insgesamt ca. 234.360 t, basierend auf rund 37.500 Bio-Milchkühen (DESTATIS, 2025).

Würde in allen Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung in Baden-Württemberg ein flächendeckender Bio-Anteil von 30 % erreicht, entspräche der zusätzliche Bedarf an Bio-Milchkühen etwa einem Zehntel des aktuellen Bestands (4.500 von 37.500 Tieren).

2.5.2.4. Hochrechnung für Speisegetreide

Abbildung 23: Potentialanalyse Speisegetreide



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis von (DGE, 2022; MLR, 2024b)

Die Gemeinschaftsverpflegung in Baden-Württemberg hat je nach Szenario einen Bedarf an Speisegetreide in Form von Getreideprodukten (Nudeln, Brot) in Höhe von:

- bei 30 % Bio-Wareneinsatz: ca. 2.600 t Speisegetreide je Jahr
- bei 100 % Bio-Wareneinsatz: ca. 8.700 t Speisegetreide je Jahr.

Für die Berechnung wurde angenommen, dass Getreideprodukte (zu gleichen Teilen in Form von Nudeln und Brot) etwa ein Drittel des Gesamtbedarfs der Lebensmittelgruppe Getreide ausmachen. Dabei wurde für Brot die gereinigte Speisegetreidemenge als Brotäquivalent angesetzt, da davon ausgegangen wird, dass der Mahlverlust bei der Mehlerstellung durch die Wasseraufnahme beim Brotbacken weitgehend ausgeglichen wird. Für die Umrechnung von Speisegetreide in Nudeln wurde zunächst der gereinigte Ertrag mit einer durchschnittlichen Mahlausbeute von rund 72 % in Mehl umgerechnet (KTBL, 2021, S. 94). Anschließend wurde mit einem Faktor von 1,1 multipliziert, da 1 kg Mehl im Mittel etwa 1,1 kg Nudeln ergibt.



Auf dieser Basis ergibt sich ein Bedarf in Höhe von:

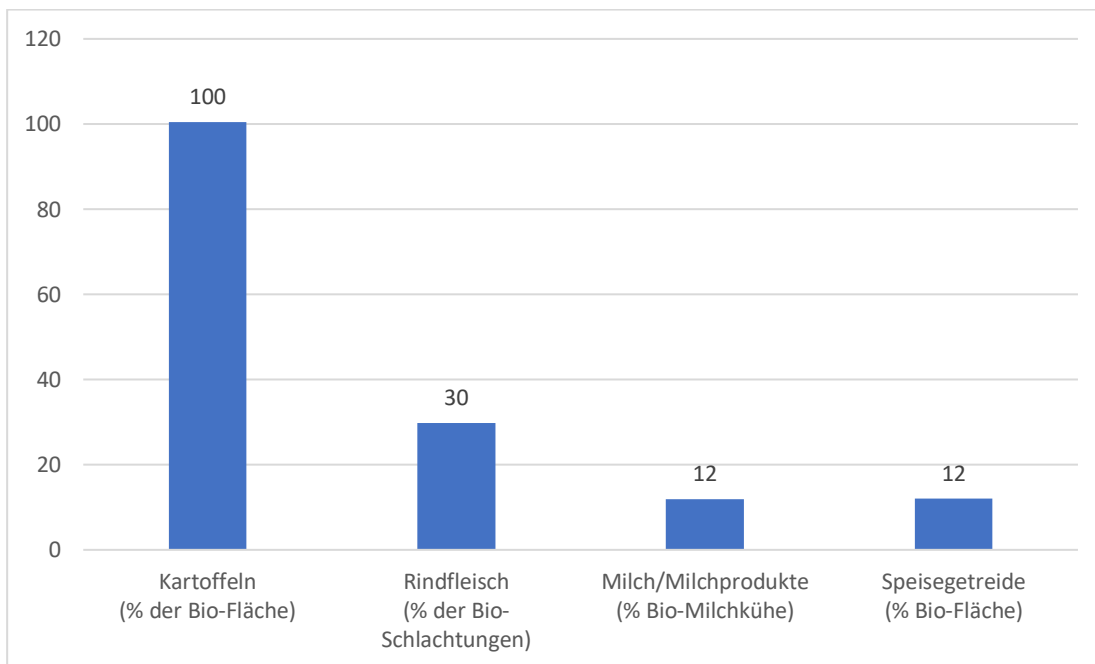
- bei 30 % Bio-Wareneinsatz: ca. 1.200 ha Anbaufläche
- bei 100 % Bio-Wareneinsatz: ca. 3.900 ha Anbaufläche.

Für das Angebotspotenzial wurden die Anbauflächen von Weizen, Roggen und Dinkel aus dem Jahr 2024 berücksichtigt (MLR, 2024b) und dabei ein Korrekturfaktor für den Anteil von Speisegetreide angewendet (siehe 8.3). Für die Hektarerträge wurden die (bundesweiten) KTBL-Werte zugrunde gelegt (KTBL, 2021, S. 20).

Das aktuelle Angebotspotenzial auf Basis der Gesamt-Speisegetreidefläche in Baden-Württemberg (ca. 9.700 ha) liegt für Getreideprodukte (Nudeln und Brot) bei rund 36.000 t.

Das nachfolgende Diagramm zeigt das Potenzial der Gemeinschaftsverpflegung als Absatzmarkt für Bio-Produkte, dargestellt am Bedarf der einzelnen Produktgruppen bei einem Bio-Anteil von 30 % im Vergleich zum aktuell verfügbaren Angebot. Am Beispiel Speisegetreide (% der Bio-Fläche) bedeutet dies: Würden sämtliche GV-Einrichtungen in Baden-Württemberg 30 % Bio-Getreideprodukte einsetzen, entspräche dies 12 % der aktuellen Bio-Getreidefläche (Dinkel, Weizen, Roggen).

Abbildung 24: Bedarf bei 30 % Bio-Anteil im Vergleich zum aktuell verfügbaren Angebot



Quelle: eigene Darstellung



Kasten 1: Kurzzusammenfassung zur kürzlichen Entwicklung Bio-Markt in Baden-Württemberg

Die Bio-Erzeugung in Baden-Württemberg kennzeichnet sich weiterhin durch ihre Vielfalt aus. Bei einer insgesamt verhaltenen Entwicklung der Erzeugung, haben sich einige Sektoren stark entwickelt: Eiweißpflanzen, Hülsenfrüchte, Wein, ebenso wie Eier, Schweine- und Geflügelfleisch. Dabei wurden bekannte Stärken ausgebaut oder neue Felder strategisch erschlossen.

Zahlreiche Unternehmen sind neu in die Bio-Verarbeitung eingestiegen oder haben diese erweitert, es gibt aber auch noch ein beträchtliches Reservoir an Unternehmen, die bisher keine Bio-Produkte verarbeiten. An einigen kritischen Gliedern der Wertschöpfungsketten (z. B. Aufbereitung von Hülsenfrüchten und von Gemüse) wurden Lücken geschlossen.

Im Lebensmitteleinzelhandel sind Bio-Produkte allgegenwärtig, sie entwickeln sich dynamisch. Das Netz an Naturkostfachhandelsgeschäften und Direktvermarktungsbetrieben ist dicht, diese Vertriebskanäle verlieren aber an Dynamik. Rund zwei Drittel aller Bio-Lebensmittel werden über den Lebensmitteleinzelhandel und Discount verkauft, Tendenz steigend.

Bio-Lebensmittel werden in Baden-Württemberg stärker (+ 20%) nachgefragt als im Bundesdurchschnitt, die Einkaufsgewohnheiten (Wahl der Einkaufsstätten und Produkte) gleichen sich aber den bundesdeutschen Verhältnissen an. Dennoch bestehen höhere Marktanteile von Naturkostfachhandel, Lebensmittelhandwerk und Direktvermarktung in einigen Produktbereichen weiter fort.

Für eine wertschöpfende Vermarktung bestehen also gute Voraussetzungen durch mehrere Standbeine im Absatz, aber hier gilt es Stärken (Direktvermarktung, Naturkostfachhandel) zu bewahren.

Der Bio-Markt ist insgesamt ausgeglichen bzw. von einem Nachfrageüberhang geprägt. Die meisten Produktbereiche zeigen ein Angebotsdefizit im Vergleich zur heimischen Nachfrage auf, trotz des kürzlich ausgedehnten Angebots in einigen Bereichen.

Die Gemeinschaftsverpflegung (als Teil des Außer-Haus-Marktes) kann dank besserer Datenlage neu bewertet werden: sie zeigt sich als potenziell signifikanter Absatzkanal, der beispielsweise bei einem Bio-Anteil von 30% in diesem Markt 10% und mehr der aktuellen Erzeugung aufnehmen könnte.



3. Die Entwicklung des Bio-Sektors in Baden-Württemberg aus Fachleutesicht

Um einen Einblick in die Entwicklung von Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung ökologischer Agrarerzeugnisse und Lebensmittel aus Baden-Württemberg aus Sicht der wirtschaftlich Handelnden zu bekommen, wurde im Projekt eine Fachleutebefragung durchgeführt.

In 10 telefonischen Tiefeninterviews von jeweils rund 40 Minuten wurden Fachleute aus folgenden Bereichen befragt:

- Druschfrüchte, bio und konventionell (3 Personen)
- Bio-Fleischwaren (2 Personen)
- Lebensmittelherstellung, Gemischtbetrieb bio und konventionell (4 Personen)
- Marktbeobachtung, übergeordnete Fachleute (2 Personen).

Dabei wurden alle Interviews von einem Senior-Experten bei Ecozept geführt. Die Bereitschaft der Fachleute, an der Befragung teilzunehmen war hoch und so konnten die im folgenden geschilderten Einblicke gewonnen werden.

3.1. Wachstumsdynamik des Bio-Sektors und Einflussfaktoren

Die Fachleute stellen insgesamt eine positive Entwicklung des Bio-Sektors in Baden-Württemberg fest. Die Nachfrage - Krise im Jahr 2022 ist dabei in deutlicher Erinnerung: der abrupte Einbruch der Nachfrage hat die Branche tief getroffen. Die Unternehmen hatten sowohl auf Ebene der aufnehmenden Hand als auch in der Verarbeitung mit Absatzproblemen zu kämpfen, die sich in sinkenden Preisen und übervollen Lagern zeigten. Die sinkenden Preise konnten nur teilweise abgedeckt werden, sie mussten zum großen Teil an zuliefernde landwirtschaftliche Betriebe durchgereicht werden. Dort führten die Preiseinbrüche vor allem bei Bio-Betrieben, die erst vor kurzer Zeit umgestellt hatten, zu nachhaltiger Verunsicherung.

Auch einige im Aufbau befindliche Projekte waren durch die Nachfrage-Krise betroffen: Investitionsvorhaben mussten zum Teil angehalten werden und die Auslastung der neuen Anlagen konnte z. T. nur durch die zeitweise Lagerung / Verarbeitung von konventionellen Waren gewährleistet werden. Derartige Phänomene traten z. B. im Getreide (Möhlen, Möhlennachprodukte) oder auch im Gemüsebereich (Konserven, küchenfertiges Gemüse) auf.

Insgesamt haben sich jedoch die Steuerungsmechanismen und die guten Netzwerke im Bio-Markt in der Krisensituation bewährt. Die Rolle der Bio-Verbände als stabilisierende Akteure wurde hier mehrfach betont. Die Unternehmen in Verarbeitung und Handel haben in der Krisenzeit ihre Bio-Aktivitäten nicht eingeschränkt. Vielmehr wurde durch verstärkte Kommunikation und durch das Neu-Aufsetzen einiger Produkt- und Markenlinien viel getan, um den Bio-Absatz in Zeiten geschwächter Kaufkraft aufrecht zu erhalten. Das wurde zum Teil durch Vermarktung im Preis-Einstiegsbereich erreicht. Auch wenn dank der Preissenkungen die Übermengen abverkauft werden konnten und das Marktgleichgewicht



erhalten wurde, so führte dies doch zu allgemein sinkenden Preisen und Margen. Die Rentabilität der Wertschöpfungsketten gerät dadurch auch langfristig unter Druck.

Von Rückumstellungen in größerem Umfang wurde von keinem der befragten Personen berichtet. Die Verlangsamung der Neu-Umstellungen wird jedoch auf die Krisen-Nachwirkungen zurückgeführt.

In diesem Kontext wird der öffentlichen Hand von den Befragten ein gutes Zeugnis ausgestellt: das politische Engagement für Bio habe in Krisenzeiten nicht gewankt, was von der Branche als stabilisierender Faktor beschrieben wird.

Verbraucherinnen und Verbraucher seien nach wie vor verlässliche Motoren des Bio-Markts. Auch wenn aus Gründen sinkender Kaufkraft eine Verschiebung der Einkäufe hin zu Preiseinstiegs-Produkten und zum Discounter stattgefunden hätte, so läge doch hier eindeutig der zuverlässigste Treiber für mehr Bio in Baden-Württemberg.

Die Befragten blicken auf die Krise zurück und halten sie für überwunden, was als Bestätigung guter Vermarktungspraktiken und als „solider Test“ für die Zukunft gewertet wird. Auch wenn neue Herausforderungen, wie beispielsweise Kostendruck, neue Wachstumsmärkte, neue Kundschaft, regionale Rohstoff-Versorgung, Verteilung der Wertschöpfung in der Vermarktungskette anstehen, so blickt man doch zuversichtlich in die Zukunft.

Für die Gruppe der Befragten, die ausschließlich konventionelle Produkte verarbeiten, sind die hier zusammengestellten Ergebnisse zu nuancieren. Sie teilen die Einschätzungen, geben aber an:

- dass das maximale Marktpotential für Bio bereits erreicht sei und weiteres Wachstum kaum möglich sei;
- der Druck auf die Kaufkraft beschränke die Bio-Kundschaft ausschließlich auf die Besserverdienenden;
- bio wäre überbewertet und zu stark gefördert worden, die Krise sei eine erwartbare Korrektur gewesen;
- bio aus heimischem Anbau sei im Preiskampf unterlegen und würde von Auslandsware verdrängt werden.

In diesen Aussagen spiegelt sich teilweise wider, dass Marktakteurinnen und Marktakteure im konventionellen Bereich eine lückige und von Klischees geprägte Wahrnehmung von Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft haben. Beispielsweise wird angeführt:

- Bio-Unternehmen und Bio-Betriebe würden ein Vielfaches an Fördergeldern und anderen staatlichen Beihilfen bekommen, von Land, Bund und EU;
- „Bio“ werde nicht wirklich kontrolliert, das Vermischen oder Umetikettieren sei eine gängige Erscheinung, auch die Bio-Verbände würden derartige Praktiken in ihren Reihen tolerieren;
- In Baden-Württemberg wären die Bio-Kontrollen zwar streng, aber in anderen Bundesländern sähe es da ganz anders aus. Außerhalb Deutschlands wäre der Begriff bio gar nicht geschützt und alles, was an Importen auf den Markt käme, sei



letztlich nicht bio (dabei wird wenig unterschieden, ob die Ware aus der EU oder aus dem nicht-europäischen Ausland kommt).

So unerwartet diese Hypothesen erscheinen mögen, sie werden von in der Lebensmittelwirtschaft etablierten und fachlich versierten Akteurinnen und Akteuren in guter Absicht vertreten. Gleichzeitig bestehen in Teilen der Branche weiterhin erhebliche Wissensdefizite hinsichtlich der grundlegenden Prinzipien des ökologischen Landbaus.

3.2. Umstellung und Ausweitung des Bio-Landbaus

Die mangelnde Dynamik der Umstellungen wurde bereits angesprochen. Auf Erzeugungsebene bremsen aus Fachleutesicht drei Ursachengruppen die Umstellung auf Bio-Landwirtschaft:

- Bio-Wertschöpfung: Die Nachfrage-Krise hat zu Verunsicherung in der Landwirtschaft geführt, Übermengen (z. B. bei Bio-Dinkel) und sinkende oder stark schwankende Preise für Bio-Erzeugnisse sowie steigende Kosten für Betriebsmittel erschweren die Einschätzung der zukünftigen Wirtschaftlichkeit.
- Erzeugungsprobleme: Der Klimawandel bringt Ernteschwankungen und neue Schaderreger mit sich. Auch Tierseuchen nehmen zu. Diesen verstärkten Risiken ohne das Instrumentarium der konventionellen Landwirtschaft gegenüberzutreten, erscheint vielen Betrieben als zu unsicher.
- Gute Marktbedingungen für konventionelle Produkte: Gerade im Milchbereich haben sich die konventionellen Preise stark verbessert und den Bio-Preisen angenähert, damit sinkt die relative wirtschaftliche Vorzüglichkeit des Bio-Landbaus erheblich.

Damit stellt sich die Frage nach den Perspektiven des Bio-Flächenwachstums. Künftig erscheint ein Wachstum bei den bereits umgestellten Betrieben wahrscheinlicher als durch die Umstellung neuer Betriebe. Bei den bestehenden Betrieben stellt sich außerdem die Frage des Generationswechsels: falls eine Hofübernahme innerhalb der Betriebsleiterfamilie nicht möglich ist, kann ein Zurückfallen der Bio-Flächen in die konventionelle Landwirtschaft nur verhindert werden, wenn

- nahegelegene Bio-Betrieb die Flächen übernehmen, was jedoch häufig mit Wachstumsschritten verbunden ist, welche kapitalintensiv (z. B. Investitionen in Maschinen und Gebäude) sind oder ein neues Management erfordern (z. B. durch die Einstellung von Lohnarbeitskräften).
- wenn die Betriebsleitung aus dem nicht-landwirtschaftlichen Bereich rekrutiert wird.

Entsprechend müsste die auf Umstellung ausgerichtete Beratung und Begleitung angepasst werden:

- Beratung zur Kostensenkung und zur kostensparenden Produktion;
- Beratung und Vernetzung von Bio-Betrieben zum Thema „Flächenwachstum“;



- Unterstützung beim Identifizieren potenzieller Betriebsleiterinnen und Betriebsleitern für die Hofnachfolge;
- Intensivierung von Forschung und Entwicklung in Pflanzenbau und Pflanzenschutz.

Die finanzielle Förderung der Bio-Lebensmittelwirtschaft und der Bio-Landwirtschaft wird als insgesamt gut ausgestaltet beschrieben.

3.3. Marktentwicklung und Marktstrukturen

Die Akteurinnen und Akteure im Bio-Markt halten die Nachfrage-Krise für überwunden und beurteilen sie mittlerweile als „erfolgreichen Härte-test“. Die Strukturen und die vertikale Zusammenarbeit von Erzeugung und Handel hätten ihre Tragfähigkeit bewiesen. Die Praktiken in Verarbeitung und Vermarktung hätten sich weiter verbessert, ebenso wie die politisch-institutionellen Rahmenbedingungen. Der Dialog zwischen Wirtschaft und Politik sei während und nach der Krise hilfreich gewesen.

Auch wenn seit Ende der Krise die Absatzmengen wieder steigen und das Preistief teilweise überwunden ist, so bleiben doch drei Veränderungen bestehen:

- Zweifel an der Stetigkeit der Nachfrage: wie wird sich die nächste makroökonomische Krise auf den Biomarkt auswirken?
- Kostendruck: Erzeugung und Verarbeitung sind in der Kostenschere eingeklemmt, gestiegene Rohstoff-, Betriebsmittel- und Lohnkosten können kaum an den Handel weitergegeben werden, da auch dort ein erheblicher Preisdruck herrscht.
- Downtrading: die Produktpalette hat sich auf Konsum-Ebene stärker in den Preiseinstiegsbereich (Handelsmarken) verschoben. Das erlaubt zwar, Mengen abzusetzen, bringt aber eine geringere Wertschöpfung mit sich.

Die Verarbeitungs- und Handelsstrukturen werden im Allgemeinen als positiv beschrieben, sie hätten sich auch in den letzten Jahren weiter verbessert. Von erfolgreichen Projekten mit dem regionalen konventionellen Lebensmitteleinzelhandel und dem Discount wird berichtet. Sorge bereiten allerdings die Vermarktungskanäle im Lebensmittel-Handwerk:

- Bäckereien würden im Rahmen des Struktur- und Generationswechsels immer häufiger von großen Filialketten übernommen. Diese Ketten führen die oft über Jahrzehnte aufgebaute regionale Partnerschaft zur Beschaffung mit Bio-Mehlen nicht fort. Entweder hätten sie kein bzw. nur ein sehr geringes Bio-Angebot, oder sie würden ihren Rohstoffbezug überregional / international organisieren und fielen dadurch als Absatzpartner für die regionale Bio-Getreideerzeugung weg.
- Metzgereien / Fleischereien stünden in einem rasanten Strukturwandel, verschärft durch den Generationswechsel. In diesem Bereich wäre es mittlerweile fast unmöglich, neue, auf Dauer angelegte Vermarktungsprojekte aufzusetzen und viele der bestehenden Projekte seien in Gefahr.

Damit stehen zwei traditionell bedeutsame Vermarktungswege mit potenziell hoher Wertschöpfung vor großen Herausforderungen. Hinzu kommt, dass auch im



Naturkostfachhandel und in der Direktvermarktung weniger Dynamik festzustellen sei als in vergangenen Jahren. Diese Marktkanäle wären die Verlierer der Inflationskrise.

Von Marktverwerfungen (außerhalb der Krisenperiode) wurde nicht berichtet, nur bei Getreide kam es vor dem Hintergrund eines generellen Preisdrucks zu Anbau- und Ernteschwankungen (Dinkel, Hafer). Im Getreidebereich sei die Wertschöpfung derzeit nicht befriedigend. Angesichts des Marktwachstums und der geringen Dynamik der regionalen Erzeugung wird aber mittelfristig mit einer Erholung der Preise gerechnet, da sich eine Angebotsverknappung abzeichnet.

Anstelle von „Marktverwerfungen“ wird also eher von der Sorge um „Angebotsverknappung“ berichtet: im Getreidebereich, aber letztlich bei allen Druschfrüchten ebenso bei Gemüse, Milch- und in einigen Fleisch-Kategorien. Gemüse- und Fleischverarbeiter berichten von Problemen, die benötigten Mengen aus regionaler Erzeugung beziehen zu können. Hier wären weitere Kontakte und Netzwerke hilfreich.

Auch wenn es einige gute Vertragssysteme vom Anbau bis zum Handel gäbe, könnten diese weiter ausgebaut werden. Aktuell stehe der Bio-Markt vor der ungewöhnlichen Situation, dass der Nachfrageüberhang noch nicht ausreichend zu steigenden Preisen führe, da der Handel „Preisdeckel“ festlegen würde, um nach der Inflationskrise die Kundschaft nicht durch hohe Preise zu brüskieren. Auf Erzeugerebene blieben die Preisanstiege deshalb verhalten, obwohl am Markt die Produkte fehlen (Beispiel: Gemüse in 2024). Zusammen mit den hohen Preisen für konventionelle Agrarerzeugnisse fehlten damit die Preissignale für mehr Umstellung auf Bio-Landwirtschaft.

In der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) beobachten die befragten Fachleute viele positive Veränderungen. Staatliche Eingriffe (Kantinenrichtlinie) würden sich positiv auswirken und neue Akteure würden gezielt in diesen Bereich investieren, so dass hier neue Bewegungen festzustellen wären (mehr zu diesem Thema im folgenden Kapitel, das die Ergebnisse einer spezifischen Fachleute-Befragung zur AHV wiedergibt).



Kasten 2: Kurzzusammenfassung Fachleutefragung Bio in Baden-Württemberg

Der Bio-Sektor in Baden-Württemberg zeigt insgesamt eine positive Entwicklung, auch wenn die Nachfrage-Krise 2022 die Branche stark belastet hat. Stabile Netzwerke und Bio-Verbände haben die Situation abgefedert – allerdings mit sinkenden Margen. Rückumstellungen blieben aus, die Dynamik neuer Umstellungen verlangsamte sich jedoch deutlich.

Die Politik blieb auch in Krisenzeiten ein verlässlicher Unterstützer. Als stärkste „Verbündete“ der Bio-Branche werden weiterhin Verbraucherinnen und Verbraucher gesehen.

Fachleute bewerten die Krise heute als „Härtetest“, nur eine Minderheit hält das Marktpotenzial für Bio für ausgeschöpft und äußert Kritik an Bio-Förderung.

Auf Erzeugerebene bremsen Preisdruck, verstärkte Produktionsrisiken und attraktive konventionelle Märkte weitere Umstellungen. Wachstum wird eher bei bestehenden Betrieben erwartet.

Der Generationswechsel in Landwirtschaft und im Lebensmittelhandwerk bleibt eine zentrale Herausforderung, die Beratung und Unterstützung erfordert. Strukturen in Verarbeitung und Vermarktung haben sich bewährt, doch Kostendruck, Downtrading und die Schwächung klassischer Absatzkanäle wie Bäckereien, Metzgereien oder Naturkostfachhandel senken die Wertschöpfung.

In der Außer-Haus-Verpflegung eröffnen sich neue Chancen, die durch politische Impulse befördert werden. Mittelfristig wird eher eine Angebotsknappheit als eine Überproduktion erwartet, da Preissignale für die Umstellungen auch ökologische Landwirtschaft fehlen und der Handel Preisobergrenzen setzt.

Die Fachleute aus der baden-württembergischen Land- und Lebensmittelwirtschaft stehen einer Ausdehnung des Ökolandbaus weiterhin aktiv und zuversichtlich gegenüber.



4. Bewertung der Außer-Haus-Verpflegung für Bio-Lebensmittel aus Fachleute-Sicht

Hauptzielgruppe der Außer-Haus-Verpflegung-Befragung war – wie mit der Auftraggeberin abgestimmt – die Lieferseite: rund die Hälfte der befragten Personen waren Vertreter oder Vertreterinnen von Lieferbetrieben (Herstellung und Handel). Es wurden weiterhin vier Einrichtungen auf Abnehmerseite befragt (Küchen, Catering, Trägereinrichtungen). Fünf Personen aus dem Feld „Beratung / Begleitung“ wurden interviewt. Die insgesamt 17 telefonisch geführten Tiefeninterviews fanden im Zeitraum März bis Juli 2025 statt.

Die Gespräche waren ausnahmslos von einem konstruktiv-positiven Klima geprägt.

4.1. Bewertung der kürzlich zurückliegenden Entwicklung

Die allgemeine **Marktentwicklung im Bereich Bio** wird von den Befragten durchweg positiv eingeschätzt. Anders als in vielen anderen Branchen des Alltags-Konsums sind keine Rückgänge zu verzeichnen, was die Stabilität und das Vertrauen in diesen Markt unterstreicht. Allerdings zeigt sich, dass das Wachstum derzeit überwiegend einstellig bleibt und damit deutlich schwächer ausfällt als in früheren Jahren. In der Außer-Haus-Verpflegung liegt der Bio-Marktanteil zudem weiterhin unter dem des allgemeinen Lebensmittelmarktes (geschätzte max. 2 % gegenüber ca. 6 %). Dennoch wird die Entwicklung von den Akteuren als solides Fundament für die kommenden Jahre gesehen. Vor allem in einem Umfeld, das von Unsicherheiten geprägt ist, gilt die kontinuierliche Nachfrage nach Bio als verlässlicher Faktor. Sie signalisiert, dass Bio trotz aller Herausforderungen mittlerweile fest im AHV-Markt verankert ist und sich langfristig weiter etablieren kann.

Besonders dynamisch verläuft das Wachstum in bestimmten **Segmenten der Außer-Haus-Verpflegung**. Hier zeigt sich ein klarer Trend: Die Betriebsgastronomie wächst am stärksten, gefolgt vom Bereich Pflege und danach vom Bildungssektor. In Betriebskantinen spielt dabei auch das wachsende Bewusstsein für Gesundheit und Mitarbeiterzufriedenheit eine Rolle, weshalb Unternehmen in ihren Konzepten zu „**gesellschaftlicher Verantwortung der Unternehmen** (Corporate Social Responsibility, CSR)“ Bio-Verpflegung in den Kantinen vorsehen. Im Pflegebereich stehen Aspekte wie eine hochwertige Ernährung und die Verantwortung gegenüber den Bewohnerinnen und Bewohnern im Vordergrund. Im Bildungssektor wiederum ist Bio oft eng mit pädagogischen Konzepten verbunden, die Kindern und Jugendlichen einen bewussteren Umgang mit Lebensmitteln vermitteln sollen. Diese drei Bereiche gelten deshalb als besonders wichtige Treiber für die weitere Entwicklung.

Die **Gründe für das Wachstum** sind vielfältig und greifen ineinander. Eine wesentliche Rolle spielen die Zielvorgaben der öffentlichen Hand, insbesondere durch die Landeskantinenrichtlinie, die verbesserte Rahmenbedingungen setzt. Hinzu kommt die Selbstverpflichtung vieler Betriebskantinen, im Rahmen eines gesundheitsorientierten Betriebsmanagements auf eine nachhaltige und ausgewogene Ernährung zu achten. Parallel dazu zeigt sich eine klare Konzentration auf regionale Produktgruppen wie Gemüse, Getreide oder Milchprodukte, die nicht nur ökologisch, sondern auch logistisch



Vorteile bieten. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Verringerung des Preisabstands zwischen biologischen und konventionellen Produkten. Dadurch wird Bio für Einrichtungen wirtschaftlich akzeptabel (wobei in der privaten Wirtschaft das Preishindernis weniger zu Buche schlägt als in den öffentlichen Einrichtungen). Zudem haben sich Cateringunternehmen und der Großhandel in den vergangenen Jahren strukturell besser aufgestellt: mehr Personal, klarere Strukturen und ein breiteres Sortiment sorgen für verlässliche Lieferketten und bessere Umsetzbarkeit in der Praxis.

Trotz dieser positiven Rahmenbedingungen gibt es auch **bremsende Faktoren**, die das weitere Wachstum erschweren. An erster Stelle steht der Kaufkraftschwund: Viele Verbraucherinnen und Verbraucher sind aufgrund der anhaltenden Krisen wirtschaftlich verunsichert. Diese multifaktorielle Krise führt zu Zurückhaltung bis hinein in die Kantinen – sowohl bei privaten Haushalten als auch bei öffentlichen Trägern, die mit knappen Budgets kalkulieren müssen. Diese Verunsicherung bremst die Bereitschaft, in Bio-Produkte zu investieren, obwohl der langfristige Wille zur Umstellung vorhanden ist. Gerade in der Außer-Haus-Verpflegung bedeutet dies, dass Küchenleitungen oft zwischen Anspruch und Realität abwägen müssen. Dennoch sehen die Befragten diese Faktoren eher als temporäre Hindernisse und nicht als grundsätzliche Gefährdung der positiven Entwicklung.

Besonders hervorzuheben sind die zahlreichen **Erfolgsbeispiele und Leuchttürme**, die sich auf allen Ebenen des Außer-Haus-Verpflegungsmarktes finden lassen. Sie zeigen eindrücklich, dass Bio in der Praxis erfolgreich umgesetzt werden kann – sei es in Schulen, in Kliniken, in Senioreneinrichtungen oder in großen Betriebskantinen. Diese Vorbilder fungieren nicht nur als Beleg für die Machbarkeit, sondern inspirieren auch andere Einrichtungen, ähnliche Wege zu gehen. Durch die Sichtbarkeit solcher Leuchttürme wächst das Vertrauen in Bio weiter und die Akzeptanz steigt sowohl bei den Verantwortlichen als auch bei den Gästen. Langfristig können diese Best-Practice-Beispiele dazu beitragen, dass die Nachfrage nach Bio in der Außer-Haus-Verpflegung kontinuierlich zunimmt und sich fest etabliert.

4.2. Bewertung des politischen und institutionellen Rahmens

Die Verwaltungsvorschrift Kantine, eine Regelung, die u. a. Anforderungen für Bio und für Regionalität im Angebot der Landeskantinen stellt, wird von den Befragten insgesamt sehr positiv bewertet. Sie ist in den relevanten Kreisen gut bekannt und wird als wichtiges Instrument angesehen, um eine nachhaltigere Essensversorgung in öffentlichen Einrichtungen zu fördern. Dennoch gibt es Kritikpunkte, die wiederholt angesprochen wurden. So reicht der Zuschuss (1 €/ Mahlzeit) nach Ansicht vieler nicht aus, um die Mehrkosten für hochwertige und insbesondere biologische Lebensmittel zu decken. Zudem wird der zu lange Zeithorizont bemängelt, innerhalb dessen die Ziele umgesetzt werden sollen – Veränderungen verlaufen so zu langsam. Auch wird die fehlende Verbindlichkeit der Maßnahmen kritisiert: Zu vieles ist freiwillig, und es mangelt an einer konsequenten Kontrolle. Ein weiteres Problem stellt der Bekanntheitsgrad in der Zielgruppe dar, insbesondere in den Kantinen selbst. Hier wäre noch das Phänomen eines „Klubs der Informierten“ festzustellen. Während die Angehörigen von Verwaltung und



Politik die Richtlinie gut kennen, ist sie bei den Küchenleitungen häufig weniger präsent. Zudem zeigt sich, dass bei einigen Verantwortlichen der Begriff „bio“ mit „regional“ gleichgesetzt wird, was zu Missverständnissen führt. Auch wenn zwischen den Begriffen differenziert wird, zeigt sich, dass viele Akteurinnen und Akteure den Fokus vermehrt auf die regionale Herkunft der Produkte setzen, statt auf die ökologische Erzeugung. Dadurch gehen wichtige Inhalte und Zielsetzungen der Richtlinie verloren.

Die **Bio-Musterregionen** sind in der Befragung sehr positiv bewertet worden. Sie sind bei den Akteurinnen und Akteuren gut bekannt und die Präsenz der sogenannten „Kümmerer und Kümmererinnen“, die sich aktiv um die Begleitung kümmern, wird von vielen geschätzt. Diese Nähe und Unterstützung vor Ort schaffen Vertrauen und erleichtern den Zugang zu bio-regionalen Strukturen. Dennoch zeigen sich auch hier Einschränkungen: Meist sind es eher kleinere Küchen, die tatsächlich von den Angeboten der Bio-Musterregionen profitieren. Große Einrichtungen, die eigentlich eine große Wirkung entfalten könnten, werden bislang weniger eingebunden. Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die Ausrichtung: In vielen Projekten stehen vor allem die Interessen der (oft kleinteiligen) Erzeugerbetriebe im Vordergrund. Das ist zwar nachvollziehbar, führt aber dazu, dass die Belange der Küchen mit ihren spezifischen Herausforderungen teilweise zu wenig berücksichtigt werden. Dadurch entsteht ein Ungleichgewicht, das langfristig die Akzeptanz schwächen könnte. Insgesamt sind die Bio-Musterregionen ein wichtiges Instrument, das aus Sicht vieler Befragter weiter gestärkt und breiter aufgestellt werden sollte.

Das **Biozeichen Baden-Württemberg** genießt in der Befragung eine besonders hohe Bekanntheit und wird von vielen als gut eingeführtes und hilfreiches Instrument wahrgenommen. Es schafft Orientierung und vermittelt Vertrauen in die Herkunft und Qualität der Produkte. Gleichzeitig bringt es aber auch Herausforderungen mit sich. Ein wesentlicher Kritikpunkt ist das sogenannte „Inseldenken“: Regionalität wird durch das Bio-Zeichen stark auf Baden-Württemberg fokussiert, dabei endet nachhaltige und regionale Bio-Wertschöpfung nicht an Landesgrenzen. Viele Küchen und Lieferbetriebe wünschen sich hier mehr Flexibilität. Hinzu kommt, dass die Anforderungen an die Lieferbetriebe sehr hoch sind. Vor allem die Dokumentationspflicht wird als aufwendig und teilweise hinderlich beschrieben. Kleinere Betriebe können diesen Anforderungen oft nur schwer gerecht werden. Das führt dazu, dass das Bio-Zeichen zwar anerkannt und geschätzt wird, in der praktischen Umsetzung aber teilweise als Hürde wahrgenommen wird. Eine Entlastung bei den bürokratischen Pflichten oder eine bessere Unterstützung der Betriebe könnten hier Abhilfe schaffen.



Die Instrumente **RIBE**¹¹, **RiWert**¹² und **RiZert**¹³ des Bundes sind nach wie vor nicht allen bekannt – auch nicht in der eigentlichen Zielgruppe. Dies zeigt, dass die bisherige Kommunikation und Bewerbung nicht ausreichen, um die Reichweite dieser Instrumente sicherzustellen. Gerade Küchenleitungen oder Verantwortliche in öffentlichen Einrichtungen wissen teilweise gar nicht, welche Möglichkeiten es hier gibt, oder welche Vorteile diese Systeme für sie hätten. Entsprechend gering ist die Nutzung. Darüber hinaus wird bemängelt, dass die mit diesen Instrumenten verbundenen Anreize zu schwach sind. Ohne eine klare Motivation oder einen spürbaren Vorteil bleibt der Einsatz auf freiwilliger Basis sehr überschaubar. Viele Befragte sehen daher einen deutlichen Verbesserungsbedarf, sowohl in der Bewerbung dieser Instrumente als auch in der konkreten Ausgestaltung. Höhere Anreize, eine einfachere Handhabung und zielgerichteter Information könnten helfen, den Stellenwert von RIBE, RiWert und RiZert zu erhöhen.

Sehr positiv hervorgehoben wird dagegen die **Zusammenarbeit mit den Biostädten sowie mit den Bio-Verbänden**. Sie wird von den Befragten als wichtig, konstruktiv und erfolgreich eingeschätzt. Die Vernetzung zwischen Kommunen, regionalen Initiativen und Verbänden sorgt für eine Bündelung von Kompetenzen und schafft Synergieeffekte. Insbesondere die Bio-Verbände werden als kompetente Partner wahrgenommen, die sowohl den Betrieben als auch den Küchen praxisnah zur Seite stehen können. Auch die Biostädte haben durch ihre Sichtbarkeit und Vorreiterrolle eine wichtige Funktion in der öffentlichen Wahrnehmung. Die Zusammenarbeit in diesen Netzwerken wird deshalb als ein entscheidender Faktor angesehen, um die Umsetzung der Ziele im Bereich Bio und Regionalität weiter voranzubringen. Viele Befragte wünschen sich, dass diese Zusammenarbeit langfristig intensiviert und noch breiter aufgestellt wird, um eine nachhaltige Wirkung im gesamten Land zu erzielen.

4.3. Bewertung der zukünftigen Entwicklung

Die Potenziale für Bio in der Außer-Haus-Verpflegung werden von den Befragten überwiegend als hoch eingeschätzt. In allen relevanten Segmenten gibt es zahlreiche Ansatzpunkte und Entwicklungsmöglichkeiten, die sich bereits heute abzeichnen. Besonders deutlich zeigt sich dies in der **Betriebsgastronomie** der privaten Wirtschaft, wo

¹¹ Mit der [Richtlinie zur Förderung der Beratung von Unternehmen der Außer-Haus-Verpflegung zum vermehrten Einsatz von Produkten des ökologischen Landbaus](#) (RIBE-AHV) fördert das Bundesprogramm Ökologischer Landbau die Beratung zur Einführung von bzw. zur Ausweitung des Angebots von Bio-Lebensmitteln in Unternehmen der AHV. Dabei wird eine Steigerung des Bio-Anteils in den Verpflegungseinrichtungen auf mindestens 30 Prozent des monetären Wareneinsatzes bezogen auf den Gesamtwareneinsatz angestrebt.

¹² Mit der [Richtlinie zur Förderung von Bio-Wertschöpfungsketten \(RIWERT\)](#) fördert das Bundesprogramm Ökologischer Landbau den Aufbau und die Weiterentwicklung von tragfähigen Wertschöpfungskettenpartnerschaften für heimische Bio-Produkt

¹³ Mit der [Richtlinie zur Förderung der Ausgaben zur Bio-Zertifizierung von Unternehmen der Außer-Haus-Verpflegung im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau \(RIZERT-AHV\)](#) fördert das Bundesprogramm Ökologischer Landbau die Ausgaben zur Bio-Zertifizierung und Kontrolle von Unternehmen der AHV in den ersten zwei Jahren.



Bio vielfach als Teil der Unternehmenskultur verstanden wird. Hier fungiert die Kantine zunehmend als „Ort des Zusammenkommens“ und hat damit eine wichtige soziale Funktion. In dienstleistungsorientierten Unternehmen wie Banken, Versicherungen oder großen Büros prägt das Image der Kantine den Gesamteindruck des Arbeitgebers entscheidend mit. Gerade in diesem Umfeld lassen sich vegetarische und vegane Konzepte hervorragend mit Bio verknüpfen, was zudem in Einklang mit Zielen wie der Planetary Health Diet steht. Diese Kombination macht Bio besonders attraktiv und zukunftsweisend.

Im **Bildungsbereich** bieten sich ebenfalls große Chancen. Das Ganztagsfördergesetz wird in den kommenden Jahren zu einem deutlichen Ausbau der Schulverpflegung führen und dadurch den Bedarf an qualitativ hochwertigen Angeboten weiter steigern. Schulen haben spezifische Rahmenbedingungen, die Bio-Produkten neue Absatzmöglichkeiten eröffnen. Besonders groß ist das Potenzial im Bereich Bio-Tiefkühlprodukte, da sie sowohl logistisch als auch qualitativ den Anforderungen im Schulalltag gerecht werden. So können Bio-Komponenten einfacher in den Speiseplan integriert werden, ohne dass es zusätzlichen Aufwand in den Küchen erfordert. Gleichzeitig eröffnen sie die Möglichkeit, die Verpflegung an Schulen langfristig gesünder und nachhaltiger zu gestalten. Damit entsteht eine Schnittstelle zwischen pädagogischen Zielen, Ernährungssicherheit und ökologischer Verantwortung.

Auch der **Bereich Pflege** gewinnt für Bio zunehmend an Bedeutung. Mit der demografischen Entwicklung und einem zunehmenden Anteil älterer Menschen in der Gesellschaft steigt die Zahl der Menschen, die in Senioreneinrichtungen oder Krankenhäusern versorgt werden müssen. Private Krankenkassen fördern zunehmend qualitativ hochwertige Ernährung, und Einrichtungen erkennen den Wert einer gesunden und nachhaltigen Verpflegung für das Wohlbefinden ihrer Bewohnerinnen und Patienten. Gerade in Krankenhäusern spielt die Ernährung eine entscheidende Rolle für die Genesung, sodass Bio (als „Zeiger“ für hochqualitative und frische Lebensmittel) hier nicht nur ein Imagefaktor, sondern auch ein gesundheitlicher Vorteil sein kann. Die Pflegebranche gilt daher als Wachstumsfeld, in dem Bio künftig noch stärker Fuß fassen könnte, wenn die Rahmenbedingungen (Finanzen, Begleitung) verbessert werden. Als Hürde in diesem Bereich werden jedoch die fehlenden finanziellen Mittel für die Verpflegung genannt, welche das Potenzial einschränken können.

Trotz des hohen Potenzials gibt es im Bio-Außer-Haus-Verpflegungsmarkt **erhebliche Herausforderungen**. Besonders häufig genannt wird die Schwierigkeit, geeignete Lieferanten zu finden und die Verfügbarkeit von Bio-Produkten sicherzustellen. Selbst wenn grundsätzlich Interesse besteht, scheitert die Umsetzung oft an mangelnden Strukturen oder unzureichendem Angebot. An zweiter Stelle steht die Kostenfrage: Bio ist nach wie vor teurer als konventionelle Ware, auch wenn sich der Preisabstand verringert hat. Für viele Einrichtungen mit knapp kalkulierten Budgets bleibt das eine Hürde. Diese beiden Faktoren bremsen das Wachstum.

Entsprechend wurden **konkrete Maßnahmenvorschläge** gesammelt. Dazu gehören verbindliche Bio-Zielvorgaben seitens der Politik (in allen Bereichen) sowie eine Förderung oder Bezuschussung der Essenspreise, um die Mehrkosten abzufedern. Auch Umstellungsberatung wird als zentraler Baustein gesehen, damit Küchen konkrete Unterstützung bei der Einführung von Bio erhalten. Besonders betont wurde: „Keine



Studien, sondern direkte Vermittlung und finanzielle Unterstützung.“ Gefordert wird also mehr Praxisnähe und weniger Theorie. Darüber hinaus sollen Instrumente wie das Regionalfenster stärker genutzt werden, wobei eine flexiblere Definition von Regionen helfen könnte, den Handlungsspielraum zu erweitern. Statt punktueller Bio-Aktionswochen wünschen sich die Befragten eine kontinuierliche, ganzjährige Kommunikation, um Bio dauerhaft präsent zu halten.

Ein entscheidender Punkt in allen Rückmeldungen lautet: **Die wichtigste Stelle für Veränderungen in der Lieferkette ist die Küche.** Weder die Gäste noch die Lieferbetriebe, sondern die Küchenleitungen selbst haben den größten Hebel, Bio auf die Teller zu bringen. Dort wird entschieden, wie Produkte eingekauft, verarbeitet und kombiniert werden. Deshalb ist es so wichtig, Küchenleitungen zu befähigen, den ersten Schritt zu gehen – ganz im Sinne des Mottos „10 % Bio kann jeder!“. Mit diesem niederschweligen Einstieg könnte eine breite Basis geschaffen werden, die den Weg für eine schrittweise Erhöhung des Bio-Anteils ebnet.

Abschließend ist festzuhalten, dass in den Gesprächen die Gemeinschaftsverpflegung (öffentlich und privat) im Mittelpunkt stand. Die Außer-Haus-Verpflegung umfasst aber auch den großen Bereich **der Individual-Gastronomie**, dessen Volumen weiter höher ist. Entsprechend hoch ist das Potenzial dort, allerdings ist dieses Potenzial aufgrund der Kleinteiligkeit auch wesentlich schwerer zu heben.



Kasten 3: Kurzzusammenfassung Fachleutefragung AHV

Die **Landeskantinenrichtlinie (Verwaltungsvorschrift Kantine)** wird positiv bewertet, ist aber noch mit Schwächen behaftet: Der Zuschuss von 1 € reicht nicht aus, Umsetzungszeiträume sind zu lang, Verbindlichkeit und Kontrolle fehlen. In Kantinen selbst ist die Bekanntheit noch gering, teils wird „bio“ fälschlich mit „regional“ gleichgesetzt.

Die **Bio-Musterregionen** sind bekannt und geschätzt, doch profitieren bisher eher kleinere Küchen; häufig stehen die Interessen der Erzeuger stärker im Vordergrund. Das **Biozeichen Baden-Württemberg** genießt Vertrauen, wird aber wegen hoher Bürokratie und einer zu engen Landesgrenze kritisiert. RIBE, RiWert und RiZert sind wenig bekannt und bieten zu geringe Anreize. Sehr positiv wird die Zusammenarbeit mit Biostädten und Verbänden gesehen.

Die **Marktentwicklung** ist stabil ohne Rückgänge, allerdings einstellig im Wachstum und noch hinter dem allgemeinen Lebensmittelmarkt. Besonders dynamisch sind Betriebsgastronomie, Pflege und Bildung. Treiber sind politische Vorgaben, Selbstverpflichtungen, regionale Schwerpunkte, sinkender Preisabstand und besser aufgestellter Großhandel. Bremsend wirken Kaufkraftschwund und allgemeine Krisen, dennoch gibt es viele erfolgreiche Leuchttürme.

Die **Potenziale** sind insgesamt hoch: Betriebsgastronomie als „Ort des Zusammenkommens“, verknüpft mit Gesundheit, vegetarisch/vegan und Planetary Health. Schulen bieten Chancen durch das Ganztagsfördergesetz und Bio-Tiefkühlprodukte, Pflegeeinrichtungen durch den demografischen Wandel. Größte Hürden bleiben Produktverfügbarkeit und Kosten. Gefordert werden verbindliche Bio-Ziele, Zuschüsse, Umstellungsberatung, flexiblere Regionaldefinition und ganzjährige Kommunikation. Entscheidend sei die Küche als Hebel der Veränderung – mit dem Leitsatz: „10 % Bio kann jeder!“

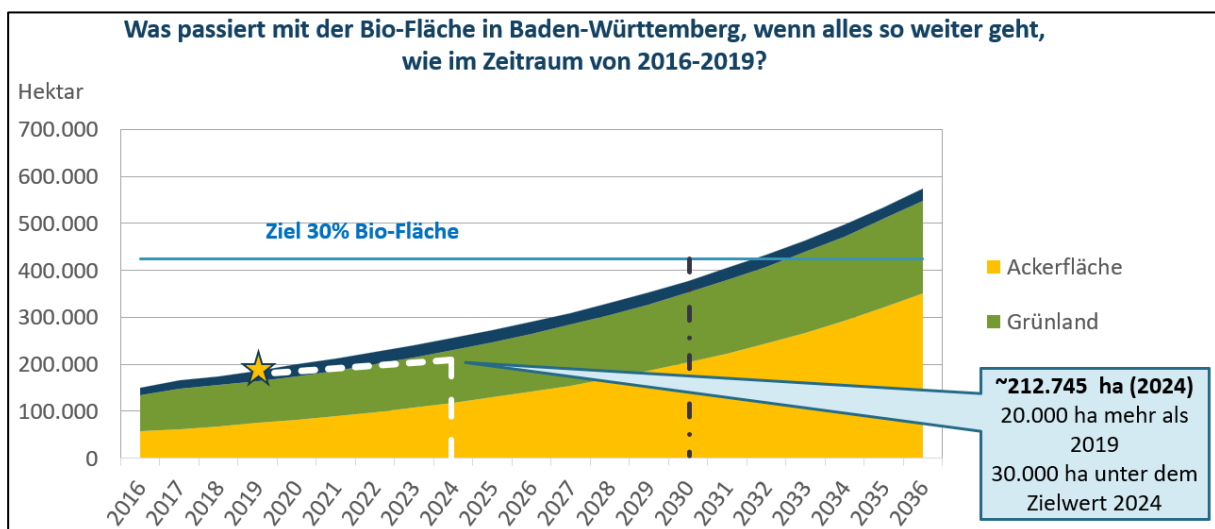
5. Auf dem Weg zu 30 % Bio: Aktueller Stand und Potenzial

Im folgenden Kapitel stellen wir die in 2020 erarbeiteten Szenarien für Entwicklungen von Bio-Anbau- und Marktentwicklung der tatsächlichen Entwicklung gegenüber und stellen Ziele und Situationen in Perspektive.

5.1. Bio-Anbaufläche: Entwicklungsszenarien aus 2020 und aktueller Stand

Im Jahr 2020 wurde für die Baden-Württembergische Bio-Landwirtschaft die Umstellungsdynamik der davorliegenden Jahre fortgeschrieben. Nach diesem Szenario wäre das Ziel „30% Bio-Fläche“ 2 Jahre nach dem Zieljahr, also im Jahr 2032 erreicht worden. Dieses Szenario zeigt Abbildung 25.

Abbildung 25: Bio-Flächen-Szenario bis 2036, auf Basis der Entwicklung 2016-2019.



Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Projektergebnisse

Die tatsächliche Entwicklung bleibt hinter dem Szenario zurück. Zwar hat die Bio-Fläche seit 2019 zugenommen, es fehlen aber rund 30.000 ha, um im Zielkorridor zu bleiben.

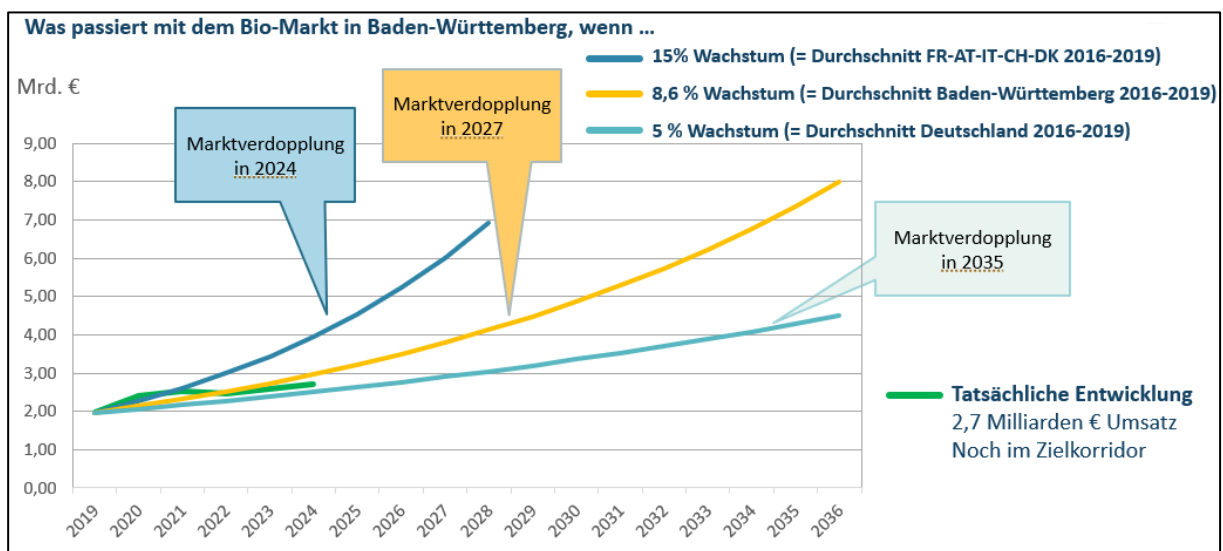
Wie in den voranstehenden Kapiteln beschrieben, fehlt es vor allem bei den flächenintensiven Produktionszweigen (Milchwirtschaft, Getreideanbau) an Dynamik und insgesamt hat sich die Angebotsseite des Bio-Markts in Baden-Württemberg langsamer entwickelt als es nach der Entwicklung 2016-2019 zu erwarten gewesen wäre.

5.2. Entwicklungsszenarien für den Öko-Markt

Auf der Nachfrage- bzw. Markt-Seite hatten wir im Vorgängerbericht im Jahr 2020 ebenfalls in Szenarienform (siehe Abbildung 26) fortgeschrieben, wobei für denselben Zeitraum (2016-2019) drei Bezugsrahmen gewählt wurden:

- Die Bio-Marktentwicklung in Deutschland
- Die Bio-Marktentwicklung in Baden-Württemberg
- die Bio-Marktentwicklung im Durchschnitt der Länder Dänemark, Österreich, Frankreich, Schweiz, Italien und Frankreich.

Abbildung 26: Szenarien für die Entwicklung des Bio-Markts



Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Projektergebnisse und FiBL Statistics 2020

Die damals entwickelten Szenarien sollen kurz beschrieben werden:

- Im Fall der Fortsetzung der Marktentwicklung wie sie in der Vergangenheit für Deutschland typisch war, langsam wachsen.
- Würde der Bio-Markt so weiterwachsen, wie er in den letzten Jahren in Baden-Württemberg vorangeschritten ist, so würde er die Bio-Flächenentwicklung überholen.
- Im Fall eines Marktwachstums wie es in den letzten Jahren in umliegenden Ländern beobachtet wurde, würde sich der Bio-Markt rasch verdoppeln.

Die tatsächliche Entwicklung war sehr überraschend. Zuerst hat sich der Markt mit 22 % Wachstum sogar schneller entwickelt als im optimistischsten Szenario. Diese Entwicklung ist auf die Corona-Sondersituation zurückzuführen. Sie wurde in der Folge durch die multifaktorielle Nachfragekrise rasch nach unten korrigiert. Aktuell liegt die Marktentwicklung noch innerhalb Zielkorridors der 2020er-Szenarien.

Es ist festzuhalten, dass sich die Bio-Nachfrage besser entwickelt als das Bio-Angebot. In allen Produktbereichen ergeben sich mehr oder weniger ausgeprägte Nachfrage-Überhänge (siehe S. 29).



5.3. Potential der Gemeinschaftsverpflegung

In Kapitel 2.5 konnte die potenzielle Bedeutung der privaten und öffentlichen Gemeinschaftsverpflegung (als Teilbereiche der Außer-Haus-Verpflegung) dank verbesserter Datenlage neu bewertet werden.

Die folgende Tabelle 26 zeigt das Potential für ausgewählte Produktgruppen für den Fall auf, dass die gesamte private und öffentliche Gemeinschaftsverpflegung zu 30 % auf Bio umgestellt wird. Die Mengen werden zur aktuellen Produktion in Beziehung gesetzt.

Tabelle 26: Potential der privaten und öffentlichen Gemeinschaftsverpflegung (rund 370 Mio. Essen /Jahr)

Produktgruppe	Wenn alle Einrichtungen 30 % Bio-Lebensmittel einsetzen, würden ... % der aktuellen Erzeugung aufgenommen
Kartoffeln	100 %
Rindfleisch	30 %
Milch/Milchprodukte	12 %
Speisegetreide	12 %

Quelle: eigene Berechnungen siehe voranstehende Kapitel

Die Zahlen legen nahe, dass die Gemeinschaftsverpflegung signifikante Mengen aufnehmen kann.

Bei Bio-Kartoffeln könnte die Anbaufläche verdoppelt werden, wenn 30 % des Gemeinschaftsverpflegungs-Bedarfs aus regionaler Erzeugung gedeckt werden sollen. Das entspricht zwar nur rund 800 ha Anbaufläche, aber der strukturelle Effekt kann erheblich sein. Einige Unternehmen haben in den letzten Jahren in die Aufbereitung von Gemüse und Kartoffeln investiert, so dass hier ein nennenswertes Wertschöpfungspotenzial besteht.

Bei Rindfleisch kann die zusätzliche Absatzmenge einen positiven Impuls auf dem regionalen Bio-Rindfleisch-Markt erzeugen, der aktuell von geringer Wertschöpfung gekennzeichnet ist.

Im Milchbereich, wo die in Baden-Württemberg verarbeitete Menge in den letzten Jahren gestiegen ist, können die zusätzlichen Mengen z. B. in Form von Projekten mit dem regionalen Bio-Zeichen positive Effekte erzielen.

Im Getreidebereich können durch das Einbeziehen des regionalen Bäckerei-Handwerks und ebenfalls unter Einsatz des regionalen Biozeichens symbolträchtige Wertschöpfungsketten geschaffen werden.



5.4. Strategische Ausrichtung des weiteren Handelns

Ausgehend von den bisher getroffenen Feststellungen können für das weitere Handeln eine Reihe von Empfehlungen getroffen werden.

Die Entwicklung in den letzten fünf Jahren hat die Nachfrageseite des Bio-Markts (Konsum, Verarbeitung, Handel) günstiger beeinflusst als die Angebotsseite mit der landwirtschaftlichen Bio-Erzeugung.

Das Bio-Flächenwachstum ist damit zur zentralen Herausforderung geworden. Um näher an das Flächenziel von 30 % heranzukommen, gilt es flächenintensive Produktionen wie die grünlandbasierte Milch- und Viehwirtschaft sowie den Ackerbau voranzutreiben. Der Anspruch besteht dabei in der Größenordnung von mehreren 10.000 ha je Jahr. Dies kann nur durch erhebliche Anstrengungen gelingen.

Die Faktoren, die heute die dynamische Entwicklung der Bio-Flächen behindern, liegen weniger innerhalb des Bio-Sektors als in der gesamten Wirtschaft und der Landwirtschaft im Allgemeinen, namentlich mit den dort festzustellenden Phänomenen:

- Gesunkene und weiterhin sinkende Kaufkraft verbunden mit einer weiter voranschreitenden Polarisierung der Nachfrage (Preiseinstiegs-Ware versus Hochpreissegment)
- Strukturwandel und Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel
- Strukturwandel und Konzentration im Lebensmittelhandwerk
- Generationswechsel in Wirtschaft und Landwirtschaft
- Gestiegenes Preisniveau für konventionelle landwirtschaftliche Erzeugnisse und geringer Preisabstand zu Bio-Erzeugnissen.

Das zukünftige Handeln muss also über den Bio-Bereich und auch über die Land- und Lebensmittelwirtschaft hinausgreifen, und dabei auf die Wirkung auf die landwirtschaftliche Erzeugung bedacht sein.

Die Strategie kann sich auf vier Punkte ausrichten, siehe nachstehende Abbildung:

Abbildung 27: Strategische Orientierung

Vier Orientierungspunkte:

1. Erhöhung der Wirtschaftlichkeit der Bio-Erzeugung
2. Stärkung der bio-regionalen Wertschöpfungsketten
3. Begleitung des Struktur- und Generationswandels in der Landwirtschaft
4. Stärkung des Mittelstands in der Lebensmittelwirtschaft und im Handel



Quelle: eigene Darstellung

Dabei beziehen sich die Punkte 1 und 2 vor allem auf die Bio-Branche und die Punkt 3 und 4 sowohl auf die bio- als auch auf die konventionelle Wirtschaft. Das verdeutlicht, dass Handlungsbedarf in bisher wenig aktivierten Bereichen (allgemeine Wirtschaft) besteht.

Die strategischen Eckpunkte werden im Folgenden kurz erläutert, bevor wir zu den Handlungsempfehlungen kommen.

1. Die **Erhöhung der Wirtschaftlichkeit der Bio-Landwirtschaft** ist der Kerninhalt der Strategie. Die geringe Umstellungsrate der letzten Zeit ist im Wesentlichen auf die weniger deutliche wirtschaftliche Vorzüglichkeit der Bio-Produktion zurückzuführen. Kosten senken, Rahmenbedingungen verbessern und Wertschöpfung erhöhen sind also Kernaufgaben für die Zukunft. Je nach Bereich kann die Hauptaufgabe in der Stückkosten-Senkung liegen oder in der effizienteren Herausstellung von regionalen und bio-spezifischen wertgebenden Merkmalen. Die Erhöhung der Wirtschaftlichkeit über angehobene Flächenprämien wird dabei als Instrument nicht gewünscht und erscheint auch nicht sinnvoll, denn der Markterlös ist langfristig entscheidender. Dieser Markterlös kann auch durch mehr horizontale Zusammenarbeit auf landwirtschaftlicher Ebene begünstigt werden (hier bestehen bereits Ansätze, Maschinen-, Einkaufs- und Vermarktungszusammenschlüsse).
2. Die **Stärkung bio-regionaler Wertschöpfung** soll erlauben, die besondere Wertschätzung der Kundschaft/Käuferschaft für bio-regionale Produkte in Wertschöpfung für den Sektor umzusetzen – durch die positive Abhebung gegenüber Produkten, die diese Eigenschaften nicht erfüllen. Dieser Ansatz wirkt auch auf Ebene der Verarbeitung, wo verstärkt regionale Bio-Rohwaren eingesetzt werden, wenn die Verarbeitungsprodukte am Markt gute Erlöse erzielen. Der Inhalt „Bio&Regional“ kann mit dem Biozeichen Baden-Württemberg kommuniziert werden. Aber alle regional ausgerichteten Bio-Vermarktungsprojekte sind zu



stärken und auch die klangvollen Teil-Regionen wie Alb, Schwarzwald oder Bodensee sind entsprechend in Wert zu setzen¹⁴. Die Präsenz des Leitmotivs „Bio&Regional“ in allen Vermarktungskanälen, Wertschöpfungsketten und Projekten kann Sog- und Hebeleffekte auf den ganzen Sektor erzeugen. Hier liegt nach wie vor zusätzliches Wertschöpfungspotenzial.

3. Die **Begleitung des Struktur- und Generationswandels in der Landwirtschaft** ist für den Bio-Bereich besonders kritisch, da hier bereits umgestellte Bio-Flächen durch Betriebsübernahme oder durch Weitergabe an zukunftssträchtige Bio-Betriebe zu sichern sind. Auch konventionelle Flächen können im Zuge des Strukturwandels an wachstumsfähige Bio-Betriebe übergehen. Dabei ist das Wachstum der Betriebe als Zukunftschance aktiv zu fördern. Ebenso gilt es, Betriebsübernahmen durch Menschen ohne landwirtschaftlichen Familienhintergrund fördernd und fachlich zu begleiten, da diese Interessentengruppe scheinbar immer zahlreicher wird. Gleiches gilt für einen Neueinstieg oder eine Betriebsgründung.
4. Die **Stärkung des Mittelstands** in der Lebensmittelwirtschaft und die Begleitung des Struktur- und Generationswechsels dort ist herausfordernd, da die Tendenz zur Konzentration (Handel, Bäckereien) oder zur Aufgabe (Metzgereien, Fleischereien) geht. Dennoch bietet die typisch baden-württembergische Landwirtschafts- und Wirtschaftsstruktur Potenzial. Durch Angebote an Investitionsförderung, Kompetenz-Bildung und durch die Vernetzung und Ausbildung, sollen mehr mittelständische Betriebe im Lebensmittelhandwerk zur Aufnahme von Bio-Verarbeitung ermutigt werden. Die Konzentrationsprozesse in Handwerk (v. a. Bäckereien) und Handel (v. a. Naturkost-Fachgeschäfte) können begleitet werden, damit regionale Bio-Vermarktungsprojekte trotz Strukturänderung fortgesetzt werden können. In diesen Vermarktungskanälen ist auch eine besonders hohe Wertschöpfung für die regionale Bio-Wirtschaft möglich. Für diese Maßnahmen die im Wesentlichen außerhalb des landwirtschaftlichen Bereichs liegen, sind die Netzwerke und Instrumente des Wirtschaftsministeriums zu aktivieren.

Insgesamt ist eine Stärkung der bestehenden Strukturen anzustreben, damit das regionale Vermarktungsgefüge noch wettbewerbsfähiger wird und im Stande ist, das Nachfragepotenzial nach bio-regionalen Lebensmitteln wertschöpfend zu heben.

¹⁴ Möglicherweise mit dem Kennzeichnungs-Ansatz „Regionalfenster“ der auch in der Gemeinschaftsverpflegung Einsatz finden kann. <https://www.regionalfenster.de/>



5.5. Handlungsempfehlungen für den weiteren Ausbau von Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft

Aus den vorherigen Kapiteln können grundsätzliche Bedingungen an das Wachstum der landwirtschaftlichen Bio-Erzeugung abgeleitet werden. In den Fachleutegesprächen haben wir diese Anforderungen thematisiert und Handlungsempfehlungen gesammelt.

Diese Handlungsempfehlungen haben wir in einem Fachleute-Workshop ergänzt, bewertet und priorisiert (die Priorisierung ist eines der Workshop-Ergebnisse).

Die Ergebnisse legen eine Optimierung und Ergänzung des vorhandenen Instrumentariums zur Förderung des Bio-Sektors in Baden-Württemberg nahe. Hierbei ist zunächst noch einmal festzuhalten, dass die bereits getroffenen Maßnahmen auf hohe Zufriedenheit bei den wirtschaftlich Handelnden stoßen.

Die Handlungsempfehlungen werden im Folgenden nach Handlungssträngen geordnet wiedergegeben und kommentiert. Die Original-Handlungsempfehlungen wurden dabei z. T. redaktionell überarbeitet. Eine teilweise inhaltliche Überschneidung liegt in der Natur der Sache.

5.5.1. Handlungsstrang Vernetzung und Kooperation

Auch im bereits gut vernetzten Bio-Sektor Baden-Württemberg wünschen sich Akteurinnen und Akteure des Bio-Markts weitere Vernetzungsarbeit.

Tabelle 27: Vernetzung und Kooperation

Handlungsempfehlung	Umsetzung – was, wer?	Priorität
Die Vernetzung in der Landwirtschaft (horizontal) weiter verstärken	Umsetzung mit Berufsverbänden und Bio-Verbänden	Mittel
Landwirtschaftliche Erzeugung und regionale Lebensmittelwirtschaft und den Handel (horizontal und vertikal) weiter vernetzen, neue Unternehmen einbeziehen. Dabei aus dem Bio-Sektor eindeutig herausgehen in die allgemeine Lebensmittelwirtschaft, unter Einbeziehung des Wirtschaftsministeriums.	Bedarfsermittlung, Aktion „FBW meets Bio“, Strategiedialog - Fortsetzung Marktbereich Mit Maschinenringen, Bio-Verbänden, Erzeugergemeinschaften Wirtschaftsministerium, Handwerkskammern, LEH, Verbände, EZGs, Tourismus und Event-Branche	Hoch
Großhandelsunternehmen dabei unterstützen, ein regionales Bio-Sortiment aufzubauen, z.B. durch Kooperationen zwischen Bio-Spezialisten und den konventionellen Großhändlern	Neue Gesprächsräume schaffen, alle Produkte in allen Kanälen anbieten Verbände, Gastro-Großhandel	Hoch

Quelle: eigene Zusammenstellung

So könnten die Netzwerke in der Landwirtschaft dahingehend erweitert werden, dass mehr Direktkontakte zwischen der Bio-Landwirtschaft und dem konventionellen Berufsstand entstehen, um für noch mehr Information zu den wirtschaftlichen Bedingungen und Besonderheiten der Bio-Produktion auf Praxisebene zu sorgen. Die konventionellen Institutionen (Bauernverbände, Erzeugerringe, Maschinenringe etc.) sind hier noch wesentlich intensiver einzubeziehen und mehr Verschränkungen mit den Aktivitäten der Bio-Verbände können geschaffen werden (z. B. mehr gemeinsame Veranstaltungen). Diese Vernetzung kann auch konkret in den Strukturen der Erfassung und Verarbeitung noch verbessert werden.

Die stärkere Vernetzung ist auch auf Ebene der regionalen Verarbeitung und des Handels gewünscht. Hier geht es zum einen darum, die vertikale Kommunikation von der Landwirtschaft bis zum Handel weiter zu intensivieren (hierfür gibt es in Baden-Württemberg einige Erfolgsbeispiel, z. B. in der Gemüse- oder in der Schweinefleischproduktion mit dem regionalen Einzelhandel). In diesem Bereich leisten die Bio-Verbände bereits gute Arbeit und sie können noch stärker von den Institutionen der konventionellen Wirtschaft (IHKs, Handwerkskammern etc.) unterstützt werden. Aber auch die horizontale Kommunikation gilt es zu intensivieren, um Praxiserfahrungen und Vermarktungswissen z. B. auf Management-Ebene mit neuen Gruppen von Unternehmen



zu teilen. Hier stößt die Aktion „FBW¹⁵ meets bio“ auf positives Echo, eine regelmäßige Wiederholung erscheint sinnvoll. Auch der „Strategiedialog“¹⁶ wurde positiv in seiner Vernetzungswirkung bewertet.

Für diese ersten drei Handlungsempfehlungen ist öffentliches Handeln nicht erforderlich, sie können vollumfänglich von den Institutionen der privaten Wirtschaft initiiert und durchgeführt werden. Bestehende Termine und Veranstaltungen können kosteneffizient genutzt werden. Öffentliche Unterstützung, z. B. durch politische Trägerschaft, finanzielle Unterstützung oder Kommunikation kann zusätzliche Wirkung erzeugen. Entscheidend erscheint, dass der Kreis der Trägerinstitutionen über den Bereich der Land- und Lebensmittelwirtschaft hinaus erweitert wird (z. B. Wirtschaftsministerium, Tourismus, Kultur, Sport, etc.).

¹⁵ FBW meets bio: die Fördergemeinschaft für Qualitätsprodukte aus Baden-Württemberg und die MBW Marketinggesellschaft haben in dieser Veranstaltung konventionelle und Bio-Unternehmen vernetzt. <https://www.gemeinschaftsmarketing-bw.de/fbw-meets-bio-insel-mainau-18-05-2022/>

¹⁶ Strategiedialog zur Zukunft der Landwirtschaft und der biologischen Vielfalt – ein von der Landesregierung getragener Prozess (2022-2024) der mit einem „Gesellschaftsvertrag“, unterzeichnet von Wirtschaftsunternehmen, Verbänden und Institutionen, abgeschlossen wurde. <https://stm.baden-wuerttemberg.de/de/themen/unsere-strategiedialoge/strategiedialog-landwirtschaft>

5.5.2. Handlungsstrang Wertschöpfungsketten und Markt

Hier wurden Empfehlungen vor allem für den Bereich Außer-Haus-Verpflegung ausgesprochen.

Tabelle 28: Wertschöpfungsketten und Markt

Handlungsempfehlung	Umsetzung – was, wer?	Priorität
Verarbeitung und Herstellung bei der Bewerbung ihres großküchentauglichen Sortiments unterstützen	Marketingmaßnahmen, auf B2B-Ebene und Fachmessen (Intergastra etc.) IHK, DEHOGA, Handel, Verbände, MBW	Mittel
In den Bio-Musterregionen Fokus auf die Verknüpfung setzen und dabei von der Nachfrageseite ausgehen	Küchen-Coaching durch praxisnahe Fachleute, Kompetenzen verstetigen MLR	Mittel
AHV: Schwerpunkt auf die Leuchttürme legen und dabei (auch) auf bekannte Botschafter aus der Individualgastronomie setzen	Erfolgsgeschichten multiplizieren MLR, Bio-Musterregionen, Verbände	Mittel
„Schmeck den Süden“ verstärkt auf Bio ausweiten	Die bisherige erfolgreiche Arbeit von MBW und DEHOGA von „Regional“ verstärkt auf „bio und regional“ orientieren.	Mittel

Quelle: eigene Zusammenstellung

Um die Außer-Haus-Verpflegung besser mit regionalen Bio-Lebensmitteln bedienen zu können, wünschen sich Unternehmen in Verarbeitung und Handel Unterstützung in der Kommunikation, um Entscheiderinnen und Entscheider im Einkauf der Verpflegungseinrichtungen effizienter ansprechen zu können. Erneut können hier Verbände der allgemeinen Lebensmittelwirtschaft aktiv werden oder Träger der öffentlichen Hand.

Die Bio-Musterregionen spielen bereits eine interessante Rolle im Aufbau von Vermarktungsprojekten in der Gemeinschaftsverpflegung. Diese Projekte seien allerdings noch häufig auf die Möglichkeiten des Angebots (Landwirtschaft) und dort auch eher auf die kleineren Betriebe ausgerichtet. Eine stärkere Ausrichtung auf die Bedarfe der Nachfrageseite sei erforderlich, um mehr Wirkung zu erzielen. Das kann durch entsprechende Richtungsvorgabe seitens des MLR an die Bio-Musterregionen erfolgen, begleitet von Schulungen und Fortbildung (B2B – Beziehungen).

Unterstützend kann dabei die Kommunikation über bzw. durch die „Leuchttürme“ selbst wirken – nämlich jene Einrichtungen, die tagtäglich vormachen, wie man ein bio-regionales Verpflegungsangebot erfolgreich umsetzt. Dabei sollten nicht nur die öffentlich



getragenen Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung mobilisiert werden, sondern auch „strahlstarke“, weil bekannte und beliebte Einrichtungen der privatwirtschaftlichen Bedien- oder Schnellgastronomie.

5.5.3. Handlungsstrang Kommunikation

Mehr Kommunikation zu „Bio aus der Region“ steht weiterhin im Fokus.

Tabelle 29: Kommunikation

Handlungsempfehlung	Umsetzung – was, wer?	Priorität
Regionale Vermarktung weiter verbessern	Biozeichen Baden-Württemberg intensiver bewerben MLR, Handel, Verbände, Sport und Tourismus	Mittel
Bio-Kommunikation und Bio-Regio-Kommunikation: stärker auf Events ausrichten	Festivals, Konzerte, Messen, Straßenfeste, Sportereignisse, Jahrmärkte... Kommunen, Städte, Vereine	Hoch
Vorurteile in den konventionell wirtschaftenden Betrieben (Landwirtschaft) abbauen	Mit Maschinenringen, Bio-Verbänden, Erzeugergemeinschaften	Gering
Vorurteile in den konventionell wirtschaftenden Betrieben (Lebensmittelwirtschaft!) abbauen	Mehr Austausch, Institutionen vernetzen (Aus-, Fortbildung) Wirtschaftsministerium, Handwerkskammern	Mittel

Quelle: eigene Zusammenstellung

Wie bereits in der Vergangenheit wird von den Fachleuten weiterhin betont, dass das **Biozeichen Baden-Württemberg** effizient ist, aber noch intensiver in der Öffentlichkeit beworben werden könnte. Die Zuständigkeit liegt dabei bei den Verbänden, dem Handel und dem Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) und (operationell federführend) bei der MBW. Je sichtbarer das Label wird, desto stärker kann es zur Kaufentscheidung beitragen und die regionale Herkunft sowie die Glaubwürdigkeit von Bio-Produkten unterstreichen. Dabei kann ein neuer Schwerpunkt gesetzt werden: die **Ausrichtung der regionalen Bio-Kommunikation auf Veranstaltungen und Events aller Art**. Die Verknüpfung von Information und Erleben bietet große Chancen, um eine breite und neue Zielgruppe zu erreichen. Festivals, Konzerte, Messen, Straßenfeste oder Sportereignisse eignen sich, um Bio erlebbar zu machen und gleichzeitig den Dialog mit Verbraucherinnen und Verbrauchern zu stärken. Hier sind insbesondere **Kommunen, Städte und Vereine** gefragt, solche Ansätze systematisch in ihre Veranstaltungsplanung zu integrieren bzw. in die Veranstaltungen, die in ihrem Einzugsbereich stattfinden durch entsprechende Anregungen (z. B. Auflagen in punkto Nachhaltigkeit) den Bio-Aspekt zu integrieren.



Ein zentrales Handlungsfeld betrifft den **Abbau von Vorurteilen in konventionell wirtschaftenden Betrieben**. In der Landwirtschaft können insbesondere **Maschinenringe, Bio-Verbände und Erzeugergemeinschaften** dazu beitragen, durch Austausch und gemeinsame Projekte Vertrauen aufzubauen.

Genauso wichtig ist dies in der **Lebensmittelwirtschaft**, wo mehr institutionelle Vernetzung und Programme der Aus- und Fortbildung helfen können, Barrieren abzubauen und gegenseitiges Verständnis zu fördern. Hier sind das **Wirtschaftsministerium und die Handwerkskammern** als Partner von zentraler Bedeutung.

5.5.4. Handlungsstrang Investitionsförderung

Die Information über Investitionsförderung kann weiter verbessert werden.

Tabelle 30: Investitionsförderung

Handlungsempfehlung	Umsetzung – was, wer?	Priorität
Hilfestellung bei der Fördermittelidentifikation und Nutzung durch Förderlotsen	Digitale Fördermittelfinder, Orientierungsstelle Banken, Bio-Verbände	Gering
Investitionsförderung zur Schließung von Verarbeitungslücken: abgestimmt mit der Branche, niederschwellig	Fokus auf Lücken (keine Überkapazitäten generieren); Passgenauigkeit u. Zugänglichkeit verbessern für kleine/mittlere Investitionen Wirtschaftsministerium, Handwerks- und Handelskammern, Innungen, Banken	Gering

Quelle: eigene Zusammenstellung

Der Zugang zu Fördermitteln kann aus Sicht der Fachleute weiter vereinfacht werden, wenn besser dazu informiert wird. Förderlotsen, digitale Fördermittelfinder oder eine zentrale Orientierungsstelle (öffentliche Hand) können die Hürden bei der Antragstellung deutlich verringern. Die Banken spielen hier eine besondere Rolle, sie stehen bei Finanzierungsfragen der Betriebe und Projekte in erster Linie, haben aber nicht den vollen Überblick über die öffentliche Förderung und gelegentlich auch Schwierigkeiten, die Projekte im Bereich Bio-Lebensmittel richtig einzuschätzen. Für die Banken ist die öffentliche Förderung ein wichtiger Indikator für die Seriosität eines Projekts, aber klein- und mittelständische Unternehmen oder landwirtschaftliche Betriebe verlassen sich oft auf die Banken, diese Fördermöglichkeiten zu identifizieren.

Auch die **Bio-Verbände** können hier (vernetzt mit den Banken und Förder-Institutionen) noch aktiver sein. Potenzial für mehr Bio und Zugänge zu Unternehmen bieten der BWGV sowie der Verband der Agrargewerblichen Wirtschaft.

Ein weiteres Handlungsfeld stellt die **Investitionsförderung zur Schließung von Verarbeitungslücken** dar. Ziel ist es, gezielt dort anzusetzen, wo in der

Wertschöpfungskette Engpässe bestehen. Entscheidend ist eine enge **Abstimmung mit den Branchenakteuren**, um Bedarfe realistisch zu erfassen und passgenaue Förderinstrumente zu entwickeln. Besonders im Fokus stehen dabei **kleine und mittlere Investitionen**, die häufig bislang nur eingeschränkt Unterstützung erfahren. Durch eine niederschwellige (unkomplizierter und mit niedrigeren Mindest-Volumina) Ausgestaltung der Förderprogramme kann der Zugang erleichtert werden – auch für Betriebe, die keine großen Investitionsvolumina stemmen können.

Für die Umsetzung erscheint es sinnvoll, das **Wirtschaftsministerium** zu mobilisieren, das mit seinen Netzwerken und Institutionen den Wirkungskreis erweitern kann. Außerdem die **Handwerks- und Handelskammern** sowie die **Banken**, die durch Beratung zur besseren Information beitragen können.

5.5.5. Handlungsstrang Beratung, Schulung und Fortbildung

In diesem Bereich können neue Institutionen aus der konventionellen Wirtschaft mobilisiert werden (siehe folgende Tabelle).

Tabelle 31: Beratung, Schulung und Fortbildung

Handlungsempfehlung	Umsetzung – was, wer?	Priorität
Schulungen von Personal zu Bio-Lebensmitteln (LEH, Fachhandel, (Koch-)Handwerk, inklusive des mittleren Managements)	Bildung, Schulung, Vernetzung Forschung und Lehre IHK, Handwerkskammern, DEHOGA, Handel, Verbände; Kultusministerium	Hoch
Beratung und Begleitung bestehender wachstumsfähiger Bio-Betriebe verbessern/ Flächenpool	Beratungszugang vereinfachen, Verbände, Beratungseinrichtungen, Ämter	Mittel
Beratungsangebot (Landwirtschaft) in Hinblick auf Kostensenkung optimieren: gutes bio produzieren – zu niedrigen Kosten!	Fortbildung anpassen Verbände, (Fach-) Schulen	Gering

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die **Schulung von Personal zu Bio-Lebensmitteln** im Lebensmitteleinzelhandel, Fachhandel und Handwerk ist ein zentrales Handlungsfeld. Dabei sollte auch das mittlere Management (Einkauf, Marketing) gezielt einbezogen werden. Neben klassischer Weiterbildung geht es gerade im mittelständischen Handel auch um die Verknüpfung mit Analysen von **Erlösen und anderen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen**, um die betriebswirtschaftliche Wirkung von Bio-Produkten sichtbar zu machen. Bei der Umsetzung können mithelfen: insbesondere die **IHK**, der **DEHOGA**, Verbände des **Einzelhandels** sowie die **Bio-Verbände**.

Die **Beratung und Begleitung wachstumsfähiger Bio-Betriebe** ist ein weiterer Schwerpunkt. Um die Entwicklung solcher Betriebe abzusichern und zu fördern, muss die Beratung teilweise neu ausgerichtet werden, um die Betriebe in ihrer Flächenentwicklung

zu unterstützen. Ergänzend könnte hier ein **Flächenpool** bzw. eine **Flächenbörse** eingerichtet werden, die systematisch von den **Berufsverbänden** organisiert wird.

Schließlich gilt es, das **Beratungsangebot in der Landwirtschaft** gezielt auf **Kostensenkung** auszurichten. Die Herausforderung besteht darin, hochwertige Bio-Produkte zu wettbewerbsfähigen Kosten zu erzeugen. Dafür müssen bestehende **Fortbildungsangebote** angepasst werden, um Wissen zu effizientem Ressourceneinsatz und kostensparender Produktion zu vermitteln. In der Verantwortung stehen hier die **Verbände** sowie die **Fach- und Berufsschulen**, bei denen bereits viel Handwerkszeug zu diesem Thema zur Verfügung steht.

5.5.6. Handlungsstrang Strukturen, Ressourcen & Rahmenbedingungen

Generationswechsel und Ausbau der bestehenden Bio-Erzeugerbetriebe können durch angepasste Strukturen erleichtert werden.

Tabelle 32: Strukturen, Ressourcen & Rahmenbedingungen

Handlungsempfehlung	Umsetzung – was, wer?	Priorität
Generationswechsel gestalten: Programme zur Hofnachfolge und Existenzgründung fördern	Bestandaufnahme, Vermittlung Mit Maschinenringen, Bauernverbände, Landjugendverbände, Bio- Verbänden, Erzeugergemeinschaften, BWGV	Gering
Stallumbau / Neubau durch kommunale Beteiligungsverfahren erleichtern (alte Forderung)	Kommunen, Banken einbeziehen	Mittel
Kommunen gezielt aktivieren: Bio als Mittel zum Zweck z. B. des Wasserschutzes	Vergabe kommunaler Flächen, gezielte Förderung Kommunen, Wasserzweckverbände, Offizialberatung, Beratungswesen allg.	Mittel

Quelle: eigene Zusammenstellung

Der **Generationswechsel in der Landwirtschaft** stellt eine bekannte Herausforderung dar. Um Hofnachfolgen und Existenzgründungen (ohne landwirtschaftlichen Familienhintergrund) erfolgreich zu gestalten, sind spezielle **Programme zur Bestandaufnahme und Vermittlung** notwendig. Gemeinsam mit **Maschinenringen, Bio-Verbänden und Erzeugergemeinschaften** können geeignete Strukturen aufgebaut werden, die den Übergang erleichtern und jungen Menschen den Einstieg in die Landwirtschaft ermöglichen.

Ein weiterer Handlungsbereich betrifft den **Stallumbau und Neubau**. Für die dynamische Bio-Veredelungswirtschaft in Baden-Württemberg liegt hier ein Entwicklungshindernis. Um diese Prozesse zu erleichtern, sind **kommunale Beteiligungsverfahren** auszubauen



und transparenter zu gestalten. Die Rolle der **Banken** ist hierbei zu überdenken, diese stehen Projekten in der Land- und Lebensmittelwirtschaft aus lückenhafter Kenntnis heraus oft zögerlich gegenüber.

Schließlich sollten **Kommunen gezielt aktiviert** werden, Bio als Instrument für übergeordnete Ziele wie den **Wasserschutz** einzusetzen. Hierzu gehören die **Vergabe kommunaler Flächen** für Bio-Landwirtschaft sowie eine gezielte zusätzliche Förderung, die von **Kommunen, Verbänden und Beratungsstellen** gemeinsam ausgestaltet werden kann. So entstehen auch neue Netzwerke mit der Zivilgesellschaft.

5.5.7. Handlungsstrang Innovation, Forschung und Entwicklung

Hier werden Grundsatzaufgaben mit langer Wirkungsdauer vorgeschlagen.

Tabelle 33: Innovation, Forschung und Entwicklung

Handlungsempfehlung	Umsetzung – was, wer?	Priorität
Analyse und Optimierung von Wertschöpfungsketten von Koppelprodukten	Verwertung von Beiprodukten und Reststoffen EIPs, Hochschulen, Landesanstalten	Gering
Praxisnahe Forschung z. B. zur Anbau-Optimierung (Verfahren, Sorten, Technik, Betriebsmittel)	Grundlagen- und angewandte Forschung (Kostensenkung, Schädlingsmanagement, Digitalisierung) Hochschulen, Bund, Land	Gering

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die Analyse und Optimierung von Wertschöpfungsketten für Koppelprodukte bietet Potenzial, um die Verwertung von Beiprodukten und Reststoffen zu verbessern. Durch Kooperationen zwischen EIPs, Hochschulen und Landesanstalten können Strategien entwickelt werden, die ökologische und ökonomische Vorteile verbinden und zu einer effizienteren Nutzung von Ressourcen beitragen.

Darüber hinaus ist praxisnahe Forschung notwendig, um die Anbau-Optimierung in den Bereichen Verfahren, Sorten, Technik und Betriebsmittel weiter voranzubringen. Ziel ist es, die Produktionskosten zu senken, Schädlingsmanagement zu verbessern und digitale Lösungen einzubinden. Diese Aufgaben liegen vor allem bei den Hochschulen sowie in der Verantwortung von Bund und Land, die entsprechende Grundlagen- und Anwendungsforschung fördern und finanzieren sollten. Wichtige Akteure sind die Lehr- und Versuchsanstalten des Landes. Sie machen angewandte Forschung und sich wichtige Bildungsorte im Agrarbereich.



5.6. Weitere Handlungsansätze

Die bisher angeführten Handlungsempfehlungen gehen aus den Fachleutegesprächen und dem durchgeführten Workshop im Rahmen des Projektes „Eva-Bio“ hervor.

Im Folgenden werden Vorschläge für weiteres Handeln vorgestellt, welche aus vergleichbaren Projekten hervorgegangen sind. Dazu zählen die Studien zu Bio-Märkten, die Ecozept in Zusammenarbeit mit der AMI in den Bundesländern Brandenburg und Schleswig-Holstein¹⁷ im Zeitraum 2023-2025 durchgeführt hat, sowie der Marktbericht zu innovativen Kulturen, den Ecozept im Jahr 2024 im Auftrag der LfL Bayern erstellt hat.

Die Zielvorstellungen bleiben dieselben. Es geht zum einen darum, möglichst große Flächen auf Bio-Bewirtschaftung umzustellen, weshalb Produktionszweige mit großem Flächenbedarf besonders beachtet werden:

- Grünlandwirtschaft bzw. Milchviehhaltung und extensive Rinderhaltung;
- Ackerbau: Getreide und andere Druschfrüchte.

Zum anderen geht es um möglichst hohe Wertschöpfung auf landwirtschaftlicher Ebene:

- Kostensenkung, betriebswirtschaftliche Optimierung;
- Wertschöpfung in der Vermarktung, einschließlich Gemeinschaftsverpflegung.

Ausgehend von diesen Feststellungen werden im Folgenden für die Bereiche Grünland und Ackerland weitere Handlungsempfehlungen vorgestellt.

5.6.1. Wertschöpfungskette Grünlandwirtschaft, Milcherzeugung

Die grünlandbasierte Landwirtschaft stellt ein großes Flächenpotenzial für die Bio-Erzeugung dar. Milchviehhaltung und extensive Rinderhaltung lassen sich vergleichsweise leicht auf eine biologische Wirtschaftsweise umstellen.

Der Strukturwandel in der Milchviehhaltung betrifft konventionelle Betriebe stärker als Bio-Betriebe, so dass hier eine grundsätzliche Wachstumsmöglichkeit besteht.

Während die Nachfrage nach konventionellen Milchprodukten wenig dynamisch ist, steigen die Umsätze für Bio-Milchprodukte kontinuierlich. Baden-Württemberg verfügt dabei über eine Reihe von gut aufgestellten Bio-Molkereien und die Menge der im Bundesland verarbeiteten Bio-Milch konnte in den letzten Jahren deutlich gesteigert werden.

Die geringen Umstellungszahlen in der Bio-Milcherzeugung haben vor allem eine konjunkturelle Ursache: die kürzlich gestiegenen Preise für konventionelle Milch lassen die Umstellung wirtschaftlich weniger attraktiv erscheinen. Dabei ist die betriebswirtschaftliche Überlegenheit der Bio-Milcherzeugung über einen längeren Zeitraum wissenschaftlich gut belegt (z. B. 56 % höherer Gewinn je Kuhplatz) (LfL, 2025). Dabei ist zugleich die Kostenseite zu betrachten, auf der eine Optimierung notwendig erscheint.

¹⁷ Der Bio-Marktbericht Schleswig-Holstein wurde noch nicht veröffentlicht, er liegt den Autoren und Autorinnen der Eva-Bio Studie vor.



Die Unsicherheit sowie die Umsetzung der aktuellen Anforderungen zur Weide für Öko-Pflanzenfresser waren ebenso ein Hemmnis für Umstellungen.

Folgende Handlungsempfehlungen können für die Wertschöpfungskette „Milch“ ausgesprochen werden:

- Informationskampagne zur Bio-Milchviehhaltung: Durchführung in Kooperation der Landesbehörden (LEL) mit den Molkereien und den Berufsverbänden
- Beratungsoptimierung zu kostengünstiger Milchviehhaltung: Grundfutterleistung, Grundfuttererzeugung, -werbung und -lagerung, Mist - Futter - Kooperationen mit Ackerbaubetrieben (Durchführung durch verschiedene Beratungseinrichtungen und Schulungen, in Zusammenarbeit mit beispielsweise den Maschinenringen, der Landmaschinenbranche und den Berufsverbänden)
- Verstärkte Kommunikation für die regionalen Bio-Milch-Erzeugnisse (unter dem regionalen Bio-Zeichen): Federführung durch die MBW, Umsetzung durch die Wirtschaft und ihre Verbände.
- Schulung, Beratung und Investitionshilfe für milchverarbeitende Erzeugerbetriebe mit Direktvermarktung: Umsetzung durch die Institutionen der Begleitung und Beratung, die Berufsverbände und die Institutionen der Investitionsförderung (einschließlich Banken).
- Maximierung des Einsatzes von regionalen Milcherzeugnissen und regionalen Rindfleisch-Erzeugnissen in der Gemeinschaftsverpflegung

Schließlich kann angeregt werden, Teil-Regionen mit besonders hohem Grünlandanteil zu Gebieten mit emblematisch hohem Bio-Anteil zu entwickeln. So könnte das Ziel gefasst werden, im Schwarzwald den Bio-Anteil an die 50 % Marke heranzuführen. Heute sind bereits mehr als ein Viertel der Grünlandflächen im Regierungsbezirk Freiburg Bio-Flächen.

5.6.2. Wertschöpfungskette Ackerbau und Druschfrüchte

In den Ackerflächen liegt weiteres Flächenpotenzial. Der Sektor hat sich gut entwickelt und es gibt in den Bereichen Erfassung und Lagerung, Handel und Vermahlung erfolgreiche Unternehmen, die weit über die Landesgrenzen hinauswirken. Die vergangenen Jahre waren vielfach von zukunftsgerichteten Investitionen geprägt, mit denen sich der Sektor gut für einen weiteren Wachstumsschritt aufgestellt hat. Zwei Aspekte finden besondere Beachtung:

- Die stark zugenommene Haltung von Bio-Geflügel und von Bio-Schweinen bietet einen regionalen Absatzmarkt für diejenigen Druschfrüchte, die für die menschliche Ernährung nicht geeignet sind (z. B. aus Qualitätsgründen, diese Anteile können je nach Frucht und Erntejahr ca. die Hälfte der erzeugten Menge ausmachen).
- Die regionale Erzeugung von Hülsenfrüchten hat stark zugenommen und auch in die Aufbereitung und Verarbeitung dieser Erzeugnisse wurde investiert. Damit stellt sich die Bio-Landwirtschaft in diesem innovativen Sektor zukunftsgerichtet auf.

Der Kostendruck hat dabei stark zugenommen.



Für die Wertschöpfungskette „Druschfrüchte“ kann folglich empfohlen werden:

- Kostenreduzierung (diese zentrale Anforderung wurde bereits angesprochen, siehe S. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**): Konkret kann eine weitere Optimierung der Wirtschaftlichkeit der Fruchtfolge durch folgende Maßnahmen erfolgen: Ausweitung des Anbaus von Hülsenfrüchten, Verbesserung der Verwertungsmöglichkeiten von Luzerne und Klee gras (z. B. durch verstärkte Mist-Futter-Kooperationen mit der Veredelungswirtschaft). Hier sind Beratung und Vernetzung durch die berufsständische und öffentliche Begleitung gefordert.
- Förderung innovativer Anbauverfahren (auch zur Kostenreduzierung): Erweiterung des Sortenangebots, Förderung pflugloser Bodenbearbeitung, verstärkter Einsatz von Drohnen und Robotern. Hier können die Landesanstalten in Zusammenarbeit mit den Berufsverbänden; bio und konventionell, aktiv werden. Auslastung von Technik ist ein wichtiger Faktor für deren kostengünstige Nutzung.
- Etablierung von Hülsenfrüchten zu einem Exzellenz-Sektor: Sortenentwicklung und Anbauversuche, Bildung eines Wirtschafts-Clusters mit Landtechnik, Sortenwesen, Verarbeitungstechnik-Maschinenbau, Aufbereitung und Lebensmittelwirtschaft. Die Federführung kann beim Wirtschaftsministerium unter Einbeziehung der Branche (mehrere Vorzeigeunternehmen in Baden-Württemberg) liegen. Auf vorhandene Projekte wie das LeguNet (LeguNet (Leguminosen Netzwerk) - Infodienst - LTZ Augustenberg) kann hier verwiesen werden.
- Einsatz von Hülsenfrüchten in der Gemeinschaftsverpflegung stärken: nachhaltige und kostengünstige Integration in Speisepläne, Fortbildungsangebote für Köchinnen und Köche, Produktentwicklung (Rezepturen, Gebindegrößen). Die Landesanstalten können hierbei federführend sein, in Zusammenarbeit mit den vorgelagerten Bereichen der Großküche.

Damit besteht eine große Zahl an Handlungsempfehlungen. Diese können z. B. in einem zweistufigen Verfahren operationalisiert werden:

- Gemeinsame Arbeitssitzung der Landesbehörden aus Landwirtschafts- und Wirtschaftsverwaltung: Priorisierung, Verteilung der Aufgaben, Festlegung der Umsetzungsfristen und Berichts-Rhythmen.
- Fachöffentliche Arbeitssitzung mit Branchenverbänden und Vertreterinnen und Vertretern der Wirtschaft: Arbeitsteilung, Synergien mit dem öffentlichen Handeln, Ko-Finanzierung.

Die Handlungsempfehlungen aus dem Vorgängerbericht (Gider et al., 2021) können dabei ebenfalls herangezogen werden.

Bio kann damit insbesondere in einem Land wie BW, in den noch vielfältige Strukturen vorhanden sind, als wichtiges Element regionaler Wirtschaftsförderung gesehen werden.



6. Zusammenfassung und Fazit

Das Ziel, im Jahr 2030 zwischen 30 und 40 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche in Baden-Württemberg in Bio-Landwirtschaft zu nutzen, erscheint nach den jüngsten Entwicklungen nicht mehr erreichbar. Die Gründe dafür liegen vor allem in makro-ökonomischen, gesamtgesellschaftlichen und geopolitischen Entwicklungen.

Der Bio-Sektor in Baden-Württemberg wächst nach wie vor und ist auf dem richtigen Weg. Einige Produktionszweige mit besonders hoher Wertschöpfung (Veredelungswirtschaft) und innovativem Charakter (Hülsenfrüchte) haben sich sehr gut entwickelt. Aber insgesamt ist in der Entwicklung der Bio-Anbauflächen eine Verlangsamung eingetreten. Damit besteht ein Nachfrageüberhang, der prinzipiell ein weiteres Wachstum der Erzeugung ermöglicht.

Um die Umstellung auf Bio erneut zu befördern, sind Anpassungen und Anstrengungen der Wirtschaft und der öffentlichen Hand erforderlich. Dabei ist der Wirkungskreis zu erweitern und Kräfte aus der allgemeinen Wirtschaft (Wirtschaftsministerium, konventionelle Branchenverbände, das Bankenwesen, Bildungs- und Ausbildungseinrichtungen, etc.) sind in Planung und Umsetzung einzubeziehen.

Die öffentliche Hand schafft durch Förderprogramme, Beratung und Begleitung der Landwirtschaft bereits gute Bedingungen für den biologischen Landbau (Umstellung und Beibehaltung). Weitere wirksame Hebel öffentlichen Handelns liegen in der Kommunikation und in der Förderung von Bio-Lebensmitteln in der AHV.

Wirtschaftsakteure können durch intensivere Nutzung der bereits bestehenden und gut funktionierenden Netzwerke noch mehr Verbindungen zur (Bio-)Erzeugung eingehen. Hier sind insbesondere Unternehmen aus den Bereichen Verarbeitung und Handel gefragt, die bisher noch keine oder kaum Bio-Waren verarbeiten / handeln.

Nach wie vor liegt viel Potenzial in der Kombination von typisch baden-württembergischen Stärken, wie der mittelständisch geprägten und innovationsfreudigen Wirtschaft, der Authentizität und selbstbewussten Kundenkommunikation sowie der Spitzenqualität der heimischen Bio-Produktion. Das wird z. B. in der Veredelungswirtschaft auch sehr gut genutzt, in vertikaler Zusammenarbeit mit dem Handel. Ähnliches kann im Bereich der Eiweißpflanzen- / Hülsenfrüchte noch weiter ausgebaut werden, in diesem innovativen Sektor setzt Baden-Württembergs Bio-Wirtschaft bereits Zeichen.

Im mittelständischen Ernährungshandwerk besteht hier eine Herausforderung, denn Bäckereien und Fleischereien verlieren an Marktbedeutung. Damit dieser für die Wertschöpfung in authentischen Bio-Vermarktungsketten wichtige Kanal entgegen den Konzentrationsprozessen und dem Strukturwandel weiterhin besteht, ist eine eigene Strategie erforderlich. Ähnliches gilt für den Naturkostfachhandel. Hier sind die wirtschaftlichen Akteure selbst verantwortlich, sich proaktiv und zukunftsfähig aufzustellen.

Die optimierte Vernetzung von regionaler Landwirtschaft und regionaler Verarbeitung mit dem Handel und das diesbezügliche Engagement der Unternehmen ist die Voraussetzung für weiteres Wachstum, für Marktstabilität und regionale Wertschöpfung. Mehr Bio bedeutet, dass eine deutliche Öffnung über den Bio-Sektor hinaus erforderlich ist.

7. Literatur und Quellen

- AMI. (2015). Marktbilanz Ökolandbau 2015.
- AMI. (2020a). AMI-GfK-Daten zum Bio-Konsum in Baden-Württemberg (Auswertung liegt den Autorinnen und Autoren vor) [Dataset].
- AMI. (2020b). GfK: Nachfrage der privaten Haushalte in Baden-Württemberg: Obst [Dataset].
- AMI. (2020c). Marktbilanz Ökolandbau 2020.
- AMI. (2020d). Strukturdaten Baden-Württemberg (Auswertung liegt den Autorinnen und Autoren vor) [Dataset].
- AMI. (2021). Markt Bilanz Öko-Landbau 2021 Kapitel 6-Nachfrage [Dataset].
- AMI. (2022a). Markt Bilanz Öko-Landbau 2022 Kapitel 6-Nachfrage [Dataset].
- AMI. (2022b). Marktbilanz Öko-Landbau 2022 [Dataset].
- AMI. (2024). Marktbilanz Öko-Landbau 2024 [Dataset].
- AMI. (2025a). Bericht: Markt Bilanz Öko-Landbau 2025.
- AMI. (2025b). GfK-YouGov Auswertung Bio-Frischeprodukte Baden-Württemberg 2025 [Dataset].
- AMI. (2025c). Markt Bilanz Öko-Landbau 2025 Kapitel 6-Nachfrage [Dataset].
- AMI. (2025d). Markt Bilanz Öko-Landbau 2025 Kapitel 7—Verbraucherpreise [Dataset].
- AMI. (2025e). Marktbilanz Öko-Landbau 2025 [Dataset].
- BLE. (2025). Zahlen zu den Öko-Flächen und Öko-Betrieben in Deutschland.
<https://www.oekolandbau.de/aktuelles/bio-marktinformationen/oeko-flaeche-und-oeko-betriebe-in-deutschland/>
- BÖLW. (2025). Branchenreport 2025.
- DESTATIS. (2024). Statistischer Bericht: Landwirtschaftliche Betriebe—Ökologischer Landbau. Berichtszeitraum 2023 (No. 41121).
- DESTATIS. (2025). Landwirtschaftliche Betriebe mit ökologischem Landbau, Tiere in Betrieben mit ökologischem Landbau, Tiere in ökologischer Haltung: Bundesländer, Stichtag, Tierarten [Dataset].
- DFV. (2024). Jahrbuch 2024.
https://www.fleischerhandwerk.de/fileadmin/fleischerhandwerk/03_Presse/DFV_Jahrbuch_2024_150dpi.pdf
- DGE (Hrsg.). (2022). DGE-Qualitätsstandard für die Verpflegung in Kliniken (1. Auflage, 1. korrigierter Nachdruck).
https://www.dge.de/fileadmin/dok/gemeinschaftsgastronomie/dge-qualitaetsstandards/DGE-Qualitaetsstandard_Kliniken.pdf
- DGE. (2024). Wie viele Menschen essen in Deutschland täglich in der Gemeinschaftsverpflegung?
<http://www.dge.de/blog/2024/wie-viele-menschen-essen-in-deutschland-taeglich-in-der-gemeinschaftsverpflegung/>
- Fachleutebefragung. (2025).
- Gider et al. (2021). Produktions- und Marktpotenzialerhebung und—Analyse für die Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung ökologischer Agrarerzeugnisse und Lebensmittel aus Baden-Württemberg.
- Hoinle, B., Greiner, A., Bauer, C., & Bürker, F. (2025). Strategien für mehr bioregionale Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.15295241>
- KTBL (Hrsg.). (2015). Faustzahlen für den Ökologischen Landbau (2. Auflage). Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft, KTBL.
- KTBL. (2021). Kennzahlen für die Kontrolle im ökologischen Landbau. Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft e. V. (KTBL).
- LEL Schwäbisch Gmünd. (2019). Ökologische Erzeugnisse [Dataset].
- LEL Schwäbisch Gmünd. (2020). Eier und Geflügel.
- LEL Schwäbisch Gmünd. (2022). Land Baden-Württemberg: Zahlen Anbau und Viehhaltung 2022 [Dataset].
- LEL Schwäbisch Gmünd. (2024). Dienstbezirk-Auswertung GA-Jahr 2024 [Dataset].
- LEL Schwäbisch Gmünd. (2025). RPK-Daten: Anzahl der Bio-Erzeugerbetriebe und der ökologisch bewirtschafteten Fläche in Baden-Württemberg (nach Kontrollverfahren der VO 2018/848) [Dataset].
- LfL. (2025). Ökonomische Entwicklung einer über zehn Jahre hinweg identischen Gruppe von Milchviehbetrieben auf Grundlage der bayerischen Buchführungsergebnisse.
<https://www.lfl.bayern.de/iba/tier/333365/index.php>
- LfL. (2025). Öko-Speisekartoffeln—LfL Deckungsbeiträge und Kalkulationsdaten.
<https://www.stmelf.bayern.de/idb/oekospeisekartoffeln.html>



- Milchindustrieverband e. V. (2025). Zahlen—Daten—Fakten 2024. https://milchindustrie.de/wp-content/uploads/2024/09/ZahlenDatenFakten_2024-1.pdf
- MLR. (2024a). *Arbeitskräfte in landwirtschaftlichen Betrieben in Baden-Württemberg 2023 nach Art der Beschäftigung, Geschlecht, Größenklassen der landwirtschaftlich genutzten Fläche (LF), Rechtsformen und sozialökonomischen Betriebstypen nach betriebswirtschaftlicher Ausrichtung sowie Personen nach Altersklassen* [Dataset].
- MLR. (2024b). *Gemeinsamer Antrag 2024*.
- MLR. (2024c). *Landwirtschaftliche Betriebe mit ökologisch bewirtschafteten Flächen 2023 nach jeweiligen Flächen und Anbaukulturen* [Dataset].
- MLR. (2024d). *Landwirtschaftliche Betriebe mit ökologischem Landbau in Baden-Württemberg nach Größenklassen der landwirtschaftlich genutzten Fläche seit 1999* [Dataset].
- MLR. (2024e). *Landwirtschaftliche Betrieben mit ökologischem Landbau 2023 nach Anzahl der Arbeitskräfte und Arbeitsleistung, nach Größenklassen der landwirtschaftlich genutzten Fläche (LF) sowie Rechtsform und sozialökonomischen Betriebstypen* [Dataset].
- MLR. (2024f). *Ökologisch bewirtschaftete Flächen in Baden-Württemberg seit 2003* [Dataset].
- MLR. (2024g). *Ökologische Viehhalter und -bestände in Baden-Württemberg seit 2003* [Dataset].
- MLR. (2025). *Das EU-Schulprogramm*. <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/ernaehrung/eu-schulprogramm/allgemeine-informationen>
- Statistisches Bundesamt (Destatis). (2024). *Bevölkerung nach Nationalität und Bundesländern*. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/bevoelkerung-nichtdeutsch-laender.html>
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. (o. J.). *Rinderbestand und -haltungen (HIT-Auswertung)*. Abgerufen 26. August 2025, von <https://www.statistik-bw.de/Landwirtschaft/Viehwirtschaft/05035050.tab?R=LA>
- TRACES NT (Edt.). (2025). *Bescheinigung für ökologische/biologische Unternehmer—TRACES NT*. <https://webgate.ec.europa.eu/tracesnt/directory/publication/organic-operator/index#!?sort=-issuedOn&countryCode=DE®ionIds=21381&activities=preparation&showAdvancedSearch>

8. Anhang

8.1. Anhang: Angebotspotential auf Basis der Bio-Kartoffelflächen in BW

	Bio-Kartoffel Erntemenge (Ø ha-Ertrag Kartoffeln bio * Fläche Bio- Kartoffeln)	Bio- Kartoffelmenge abzüglich Sortierverluste	Sortierte Bio- Kartoffelmenge abzüglich Anteil Pflanzkartoffeln und Lagerverluste nach 5 Monaten	Bio- Kartoffelmenge abzüglich Schälverluste
	t	t	t	t
	16.346	11.442	9.268	4.634
Faktoren Verluste/Ernte	1	0,7	0,6	0,3
je Hektar	21,7	15,2	12,3	6,2

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis von (LfL, 2025; MLR, 2024b)

8.2. Anhang: Bedarf Rindfleisch

Bereich	Anteil Bio	Jährlicher Verbrauch von Rindfleisch	Bedarf Schlachtgewicht	Bedarf Rinderanzahl
		Anteil von Rindfleisch am gesamten Fleischverbrauch	Benötigtes Gesamt- Schlachtgewicht der Tiere (bei 55 % Ausbeute)	Erforderliche Anzahl Bio- Kühe bei angenommenem Ø Schlachtgewicht (0,355 t)
	%	t	t	Anzahl
Öffentliche GV	100	2.090	3.800	10.704
	30	627	1.140	3.211
Betriebs- gastronomie	100	2.660	4.836	13.622
	30	798	1.451	4.087
Summe 100 % Bio:		4.700		24.300
Summe 30 % Bio:		1.400		7.300

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis von (DESTATIS, 2025; KTBL, 2021)

8.3. Anhang: Flächen und Erträge Getreide

	Flächen BW	Korrektur- faktor Speiseware	Flächen für Speiseware	Ertrag	Erntemenge Speisegetreide jährlich
	Gesamt- flächen			Mittelwert	
	ha		ha	t / ha	t
Sommer- weichweizen	1.095	0,4	438	4	1.752
Sommer- hartweizen	74	0,4	29	4	118
Winterweich- weizen	9.473	0,4	3.789	5,5	20.841
Winter- hartweizen	111	0,4	44	5,5	243
Sommerroggen	30	0,6	18	3,75	68
Winterroggen	2.106	0,6	1.264	4	5.055
Sommer-Dinkel	45	0,7	32	3,75	119
Winter-Dinkel	5.868	0,7	4.108	3,75	15.405
Summe	18.803		9.722		43.600

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis von (KTBL, 2021; MLR, 2024b)

8.4. Anhang: Schema Erzeugung und Verbrauch

Produktgruppe	Bio-Erzeugung	Erläuterungen	Bio-Gesamtkonsum	Erläuterungen
Gemüse (Freiland und unter Schutzabdeckung)	48.000 t	Freiland-Fläche seit 2020 um mehr als 1/3 gewachsen, stärkere Mengenschwankungen Schutzabdeckungs-Fläche um 20% gewachsen	89.000 t	Nachfragemenge um 20% gestiegen Selbstversorgung gestiegen, mehr Verarbeitung Keine Überschüsse
Getreide (Weizen, Roggen, Dinkel)	43.600 t	Flächenzuwachs seit 2020: 16 %, stärkere Mengen- und Qualitätsschwankungen, Tendenz zur Unterversorgung	100.000 t (Mehläquivalente Brot, Backwaren, Gebäck, Teigwaren etc.)	Nachfragemenge seit 2019 um mehr als 30% gestiegen Wertschöpfung unter Druck
Obst (heimisch) Davon Äpfel	50.000 t 45.000 t	Geringes Wachstum? Komplexe Datenlage	54.000 t 25.000 t	Nachfragemenge gering gewachsen (5 - 10 %), starke jährliche Schwankungen, keine Überschüsse
Kartoffeln (Speise)	14.000 t	Geringer Flächenzuwachs, stärkere Schwankungen in (verwertbarer) Menge	26.000 t (Speisekartoffeln)	Nachfragemenge konstant Bessere Aufbereitung Mangel an Rohware
Eier	117,3 Mio. Stück	Deutlicher Zuwachs der Legehennen-Betriebe von 600 (2016) auf 1.000 (2023) Tierzahl verdoppelt	386 Mio. Stück	Geringes Marktwachstum Regionale Versorgung verbessert Keine Überschüsse
Milch	235.000 t	Anzahl der Bio-Milchkühe gesunken (- 7 %), Milcherzeugung um ca. 4 % gesunken Regionale Anlieferung erhöht	386.000 t	Marktwachstum (Menge) seit 2019 : 20%
Fleisch	15.000 t	Schweine: 48 % Wachstum Masthühner: Erzeugung mehr als verdoppelt Rind: 10 % Wachstum Schaf: 10 % Wachstum	23.300 t	Marktwachstum seit 2019 geschätzt auf + 50 % (Basis: AMI, DE) Regionale Versorgung verbessert Keine Überschüsse

8.5. Anhang: Schema Außer-Haus-Verpflegung

