

Die wirtschaftliche Bedeutung der Bio-Direktvermarktung

BÖL vernetzt –
Bio-Wertschöpfungsketten

27.05.2026

FiBL



Gefördert durch



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

WiBiDi – Die wirtschaftliche Bedeutung der Bio-Direktvermarktung

BÖL-Projekt von Juli 2023 bis Juni 2026 (verlängert bis Dezember 2026)
gefördert vom BMLEH

Partner: FiBL, AMI, Bioland, Ecozept

AP 1 Koordination

AP 2 Status Quo der Direktvermarktung – bisherige Methoden

AP 3 Methoden zur Erfassung - Literaturrecherche, Auswertung ASE, Haushaltspanel, Nachbarländer...

AP 4 Volkswirtschaftliche Bedeutung - Entwicklung einer Erhebungsmethode für regelmäßiges Monitoring

AP 5 Betriebswirtschaftliche Bedeutung – Methoden zur betriebswirtschaftlichen Erfassung, Weiterentwicklung Datenerfassung mit KennDi

AP 6 Wissenstransfer

Auswertungen der Agrarstrukturerhebung

Ergebnisse ASE 2023

Datengesamtheit: N = 255.010



Rückgang der Betriebe

Von 2020 bis 2023 um rund **3 %** gesunken (von 262.776 auf 255.010 Betriebe).



Strukturwandel hält an

Trend zu größeren Betrieben setzt sich fort. Genutzte Fläche pro Betrieb stieg von 63 auf **65 Hektar** (2020–2023).



Wachstum im Ökolandbau

10 % mehr Betriebe mit ökologischem Landbau im Zeitraum von 2020 bis 2023.

Erfassungsgrenzen

- ▶ > 5 ha LF
- ▶ > 1,0 ha Dauerkulturfläche
- ▶ > 0,5 ha Obstanbaufläche
- ▶ > 0,5 ha Gemüse im Freiland
- ▶ > 0,1 ha Gewächshäuser

Ergebnisse Statistikauswertung 2023

Struktur der Direktvermarktung (DV) nach Produktionsweise

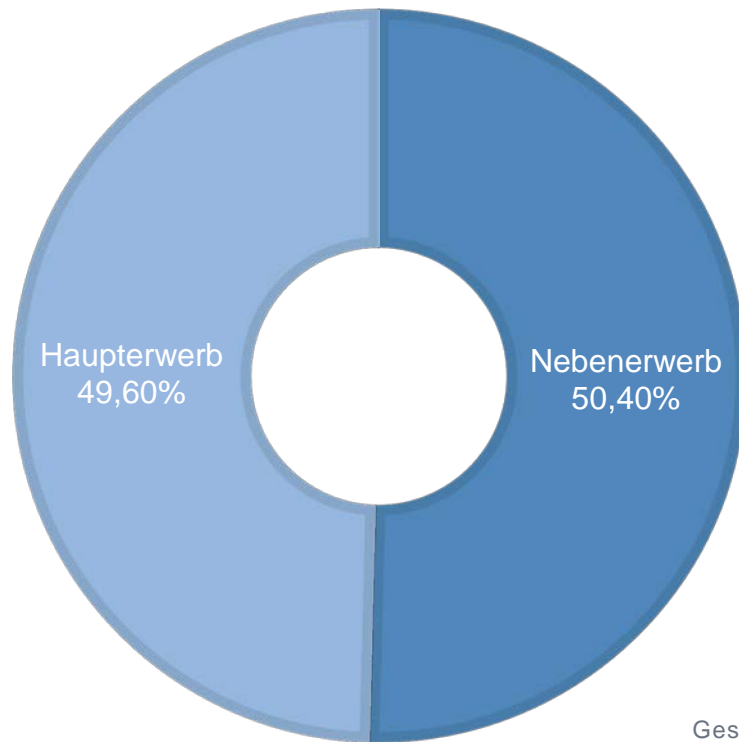
DV-Betriebe gesamt Anteil aller Betriebe	13,9%	Konventionell Anteil konv. DV-Betriebe	10,3%	Bio-Betriebe Anteil Bio-DV-Betriebe	28,3%
--	--------------	--	--------------	---	--------------

Bundesland / Region	Lw. Betriebe gesamt (N=255.010)	Betriebe mit DV (konv. und bio)	Konv. Betriebe mit DV	Bio-Betriebe mit DV
Schleswig-Holstein + HH	12.139	1.420	1.121	299
Niedersachsen + HB	34.172	4.136	3.461	675
Nordrhein-Westfalen	33.568	4.156	3.548	608
Hessen	15.295	2.553	1.892	661
Rheinland-Pfalz	15.313	3.745	3.057	688
Baden-Württemberg	37.500	6.687	5.109	1.578
Bayern	81.558	8.503	5.961	2.542
Saarland	1.068	249	164	85
Brandenburg + Berlin	5.416	898	643	255
Mecklenburg-Vorpommern	4.746	666	400	266
Sachsen	6.489	1.401	1.145	256
Sachsen-Anhalt	4.154	464	375	89
Thüringen	3.593	577	450	127
Summe	255.010	35.456	27.327	8.129

Erwerbsform der Direktvermarktung

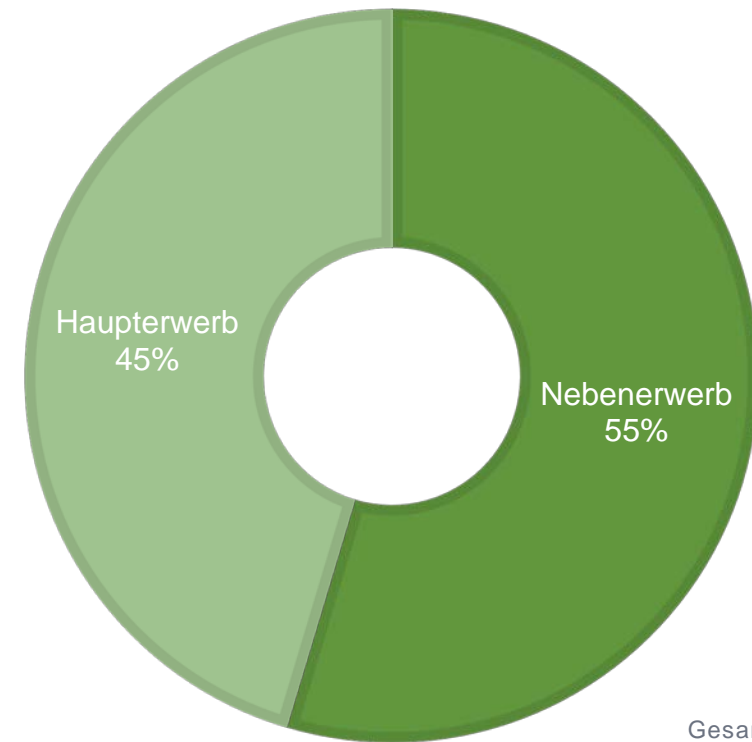
Struktur nach Haupterwerb und Nebenerwerb bei Direktvermarktern

Direktvermarktungsbetriebe



Gesamtanzahl
N = 29.031

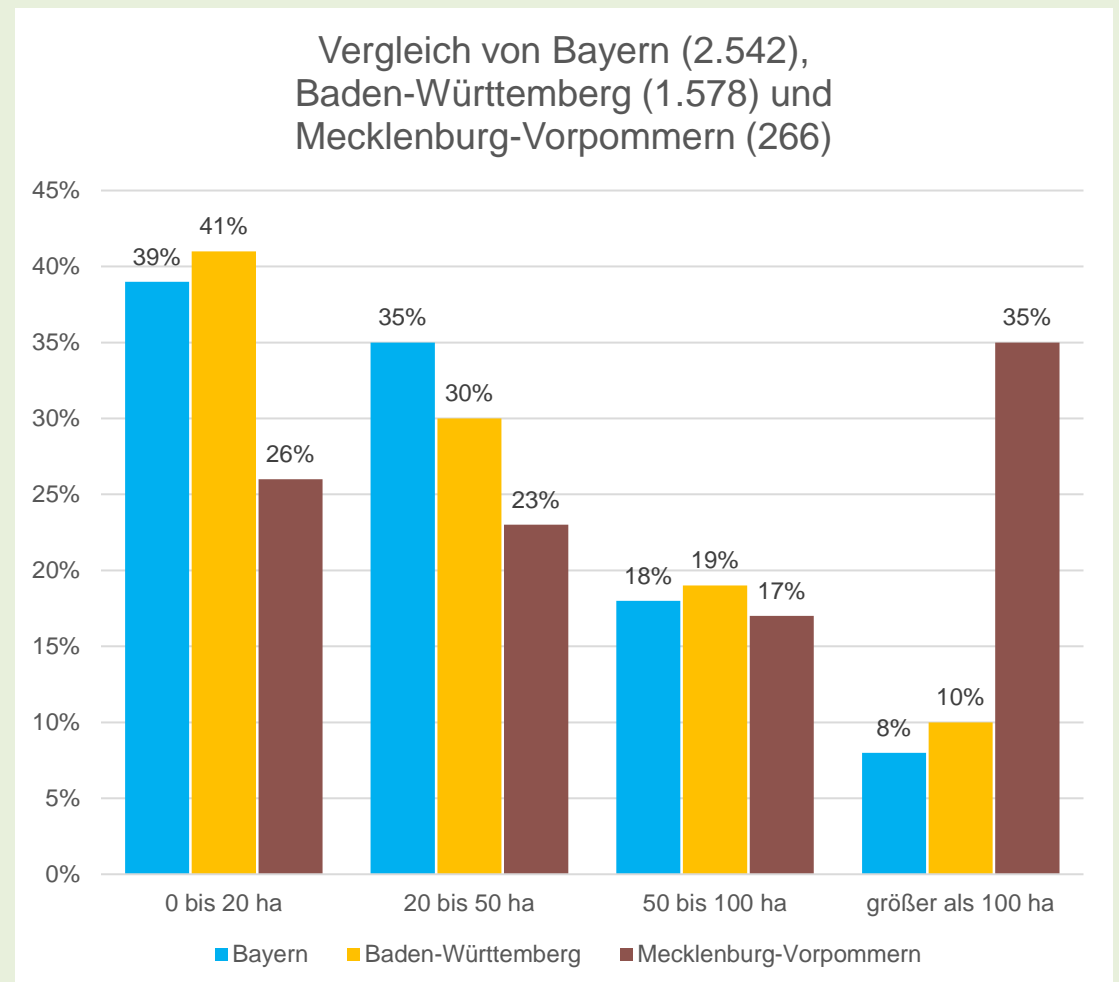
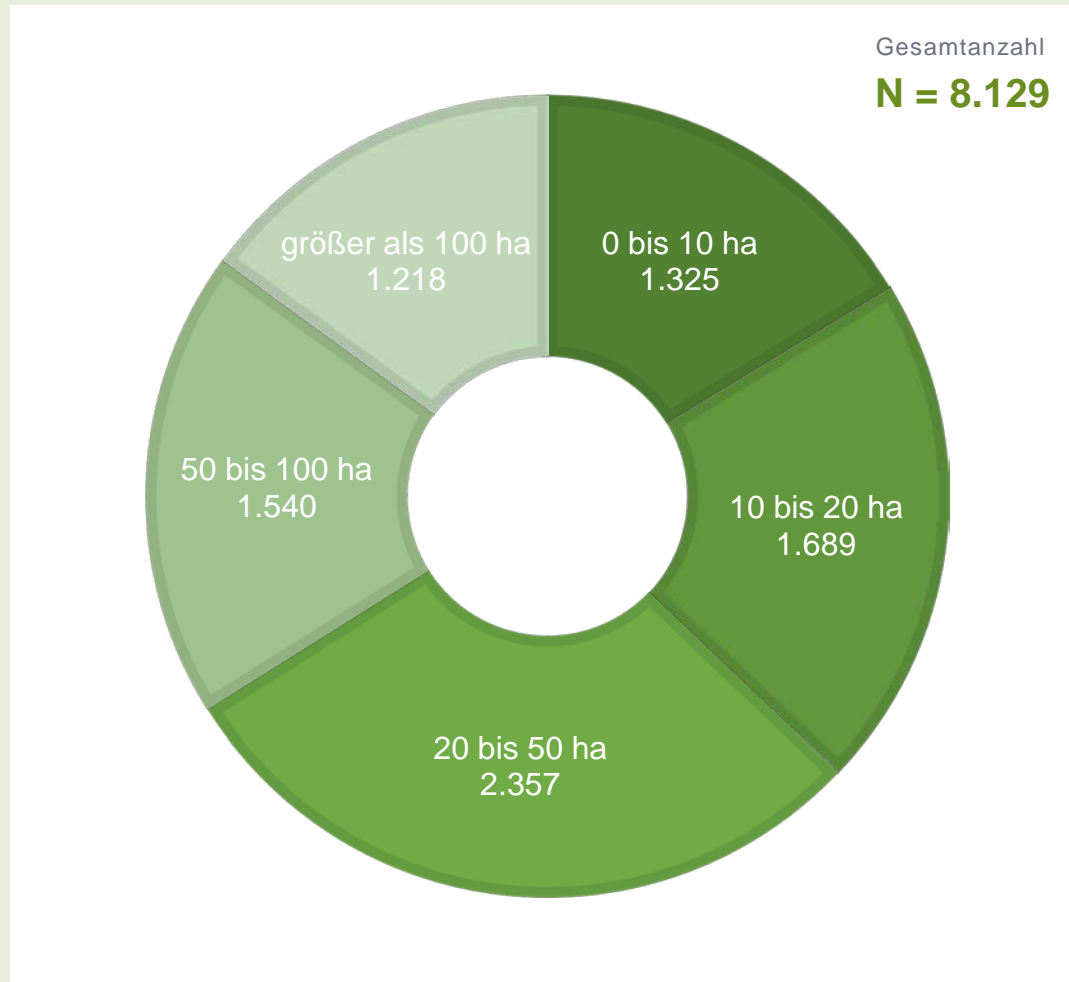
Bio-Direktvermarktungsbetriebe



Gesamtanzahl
N = 6.468

Anteil der Bio-Direktvermarkter

Struktur nach Größenklassen der Fläche

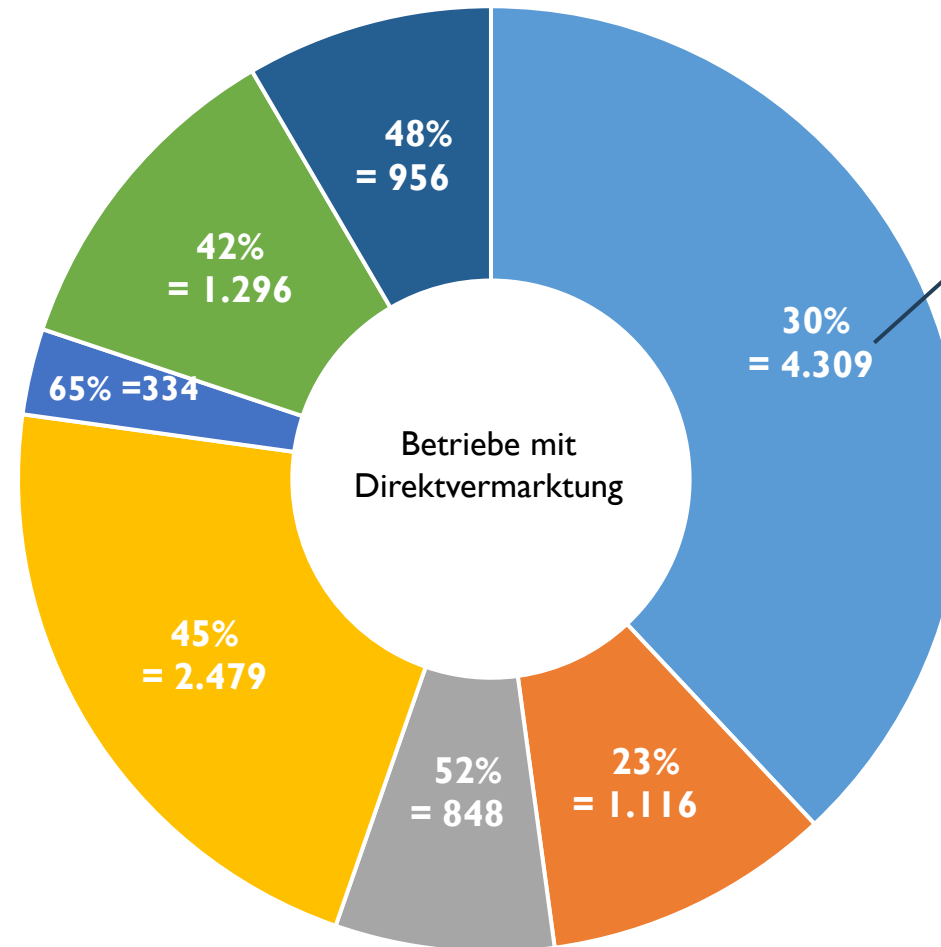


Anteil tierhaltende Bio-Direktvermarkter

Struktur der Tierhaltung in Bio-Betrieben

Bio-Betriebe mit Tierhaltung

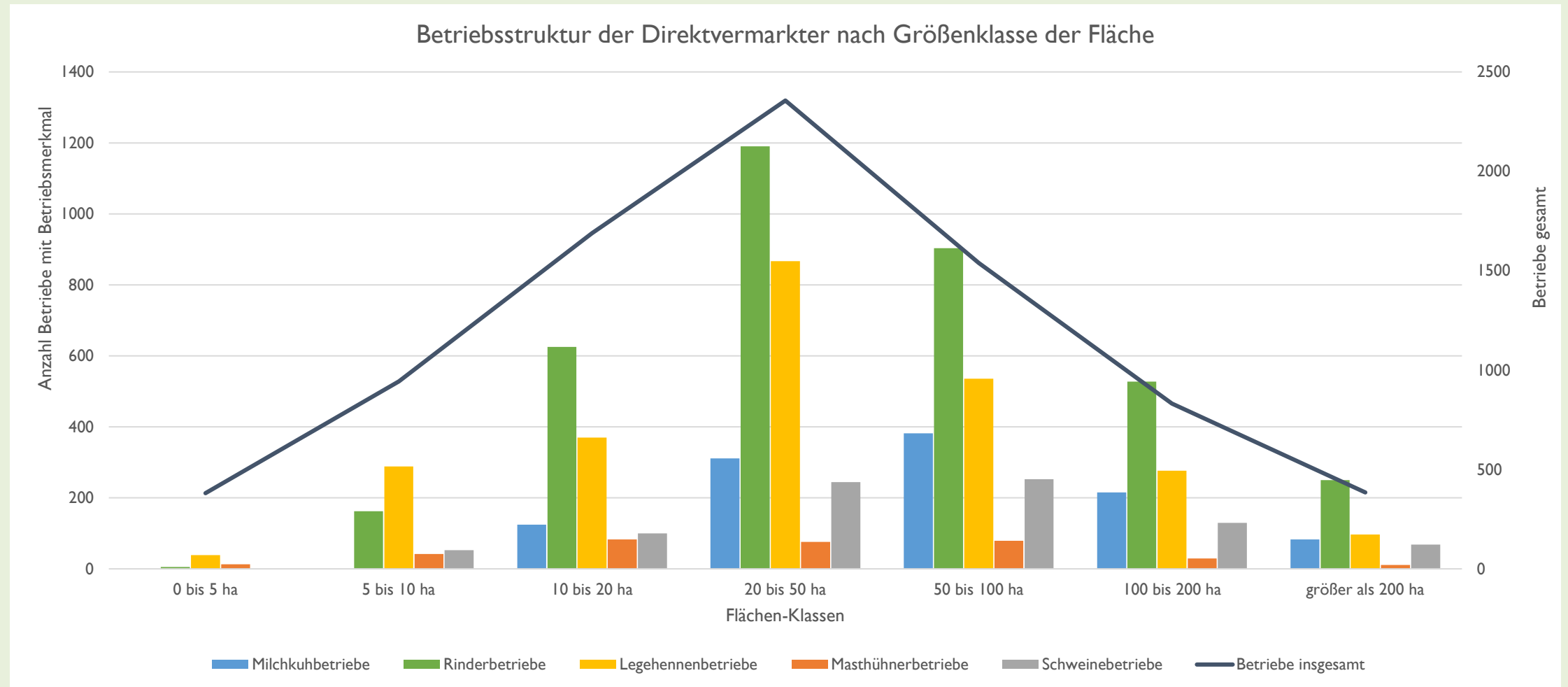
- Rinderhaltung allg. = 14.166 Betriebe
- Milchkühe = 4.888 Betriebe
- Schweinehaltung = 1.642 Betriebe
- Legehennenhaltung = 5.401 Betriebe
- Masthähnchenhaltung = 517 Betriebe
- Schafhaltung = 3.062 Betriebe
- Ziegenhaltung = 1.986 Betriebe



Lesebeispiel:
30% aller
rinderhaltenden Bio-
Betriebe sind
Direktvermarkter

Bio-Direktvermarktung nach Größenklassen Fläche

Betriebsstruktur der Direktvermarkter nach Größenklasse der Fläche



Direktvermarktung Ackerbau – Kartoffeln

Struktur des Kartoffelanbaus nach Produktionsweise

25% aller konv. Betriebe mit Kartoffelanbau sind Direktvermarkter

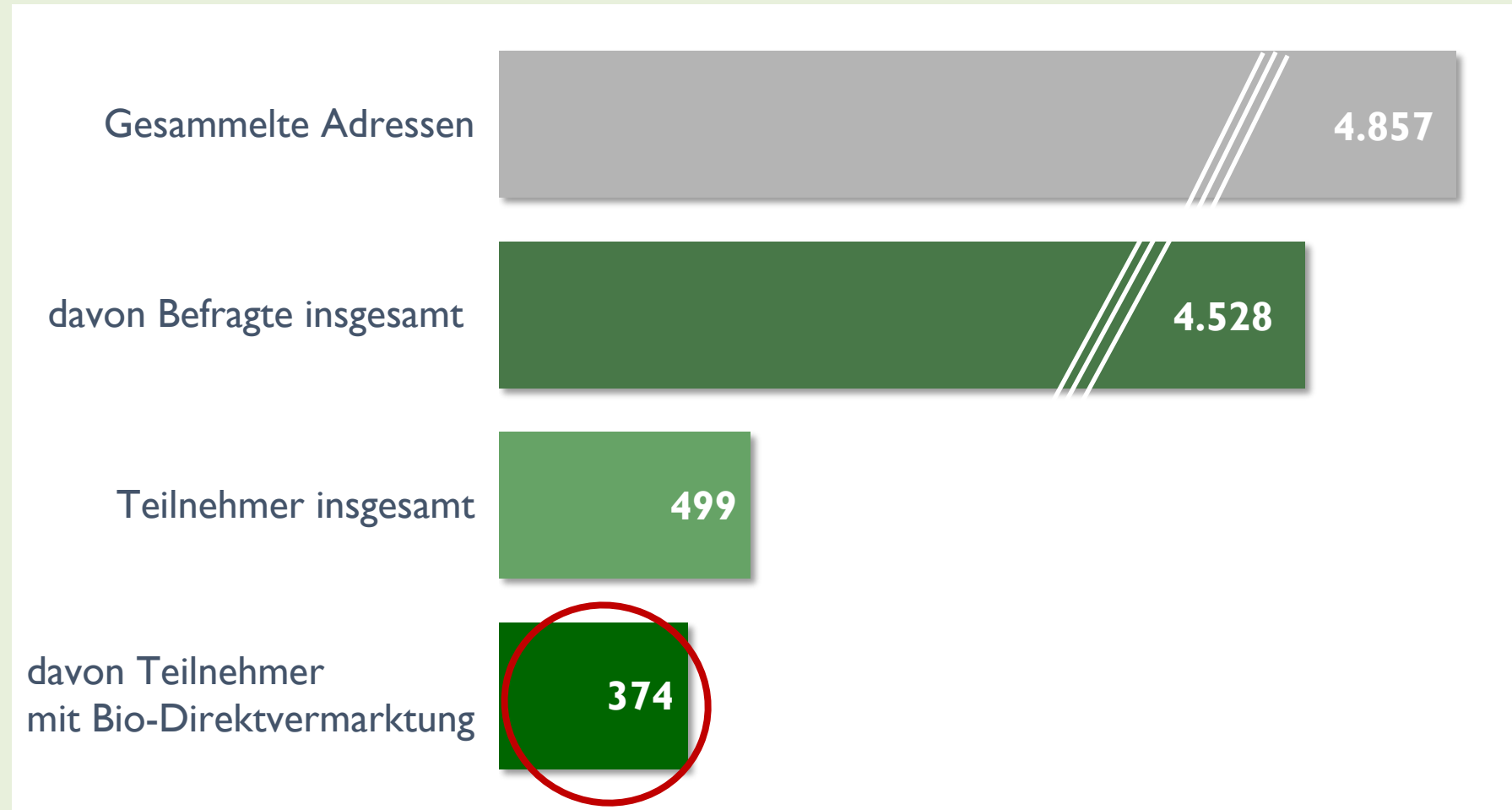
50% aller Biobetriebe mit Kartoffelanbau sind Direktvermarkter

	konv. Betriebe mit Kartoffeln	konv. Direktvermarkter mit Kartoffeln	Bio- Betriebe mit Kartoffeln	Bio-Direktvermarkter mit Kartoffeln
Schleswig-Holstein + HH	285	147	120	67
Niedersachsen + HB	3.571	922	384	178
Nordrhein-Westfalen	3.085	859	225	120
Hessen	1.592	445	363	195
Rheinland-Pfalz	1.337	417	162	86
Baden-Württemberg	3.285	1.076	740	430
Bayern	7.164	1.247	1.514	701
Saarland	163	47	32	21
Brandenburg + Berlin	483	172	123	74
Mecklenburg-Vorpommern	280	89	98	48
Sachsen	735	256	113	64
Sachsen-Anhalt	330	70	57	25
Thüringen	376	93	62	24
Summe	22.687	5.840	3.993	2.034

Befragung von Bio-Direktvermarktern – Ergebnisse der Onlinebefragung

Wie hoch war die Beteiligung?

Anzahl der Rückläufe unserer Online-Befragung

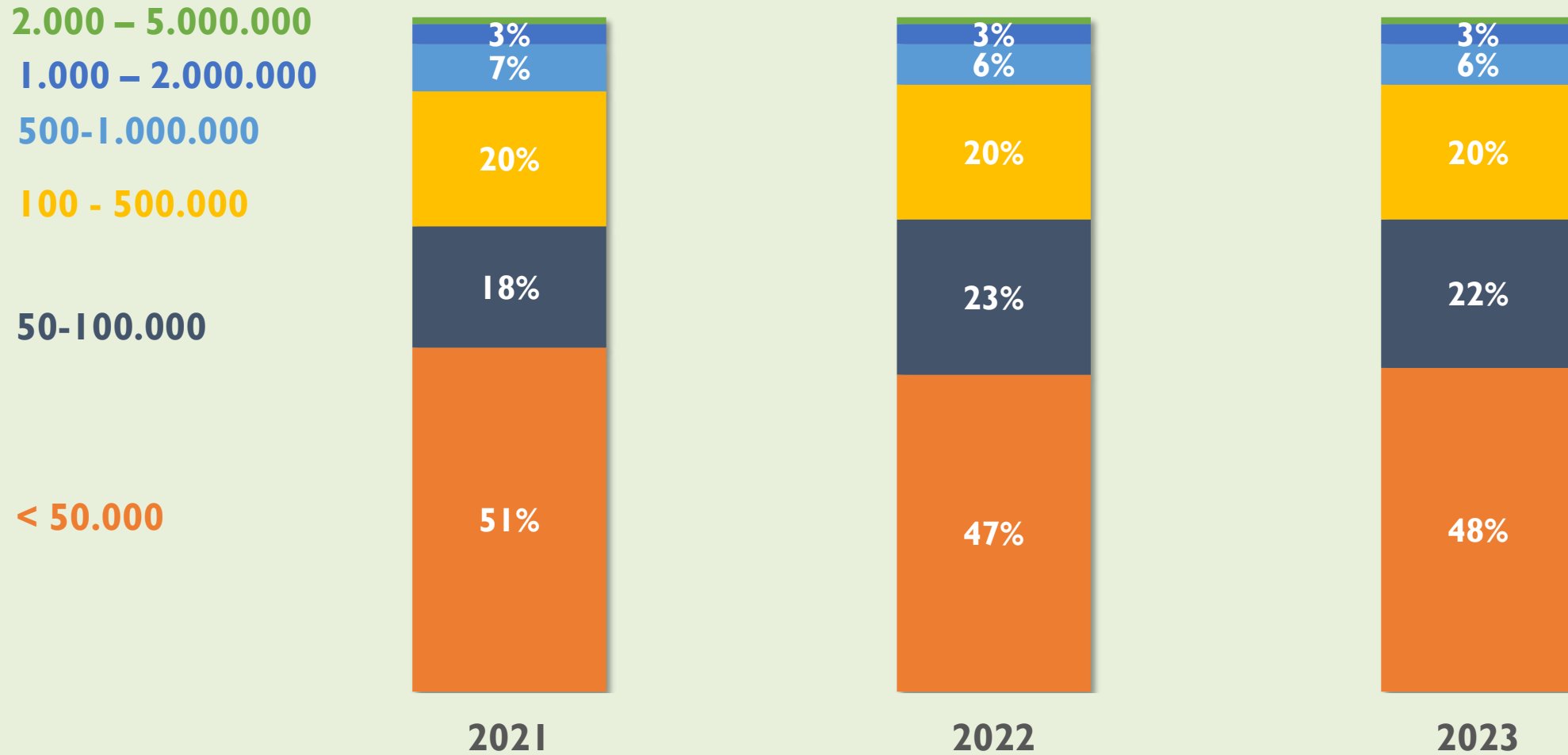


11%*
Rücklauf
-quote

*bezogen auf
Teilnehmer
insgesamt

Umsatzverteilung nach Größenklassen

Umsatzverteilung in EUR nach Größenklassen anhand der Befragung



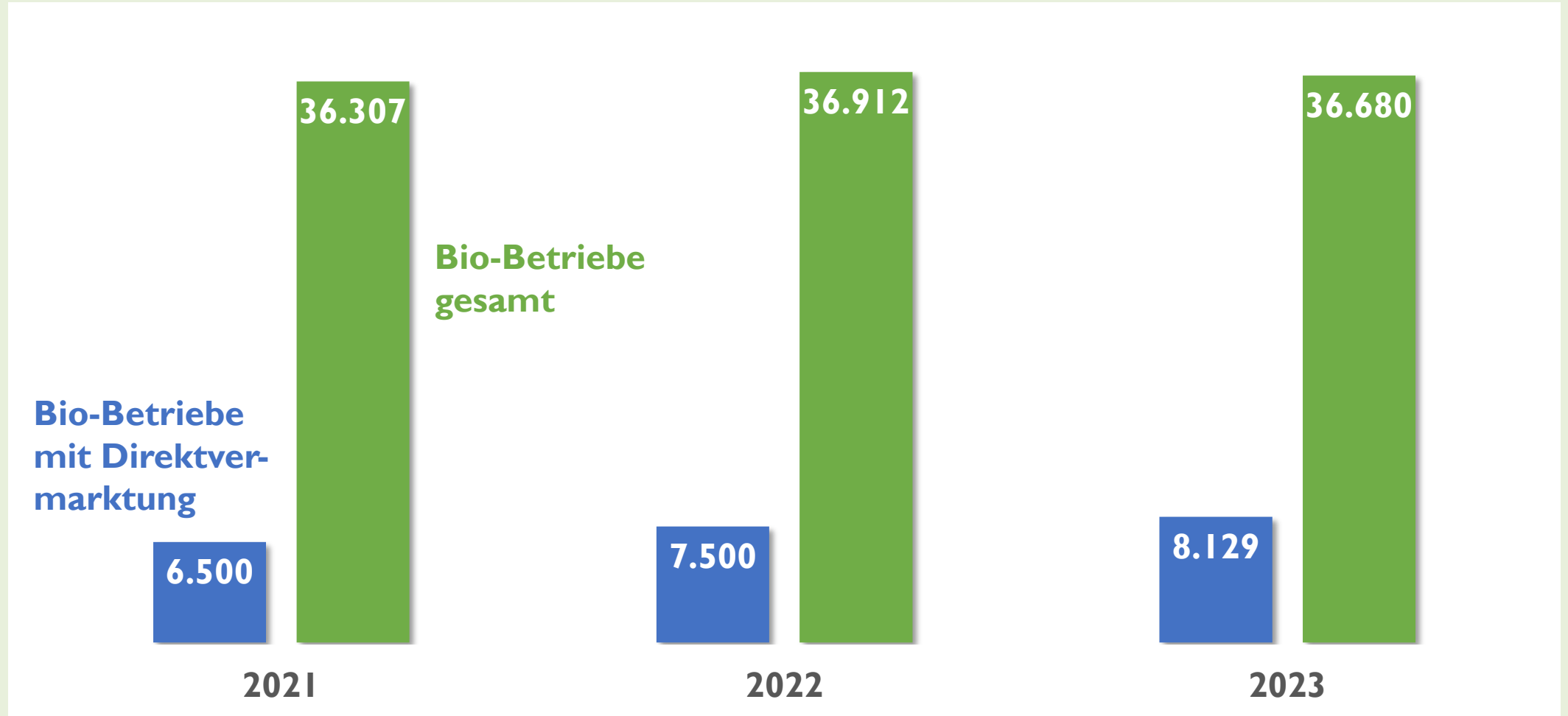
Durchschnittliche Umsätze

Durchschnittlicher Umsatz nach Größenklassen anhand der Befragung, nach Jahren

Umsatz-Größenklassen in EUR	2021	2022	2023
<50.000	26.937	25.520	22.298
50-100.000	76.488	70.886	69.295
100-500.000	269.590	305.423	290.177
500-1.000.000	657.899	704.884	743.143
1.000-2.000.000	1.400.000	1.375.000	1.350.330
2.000-5.000.000	3.200.000	3.000.000	3.000.000

Anzahl der (direktvermarktenden) Bio-Betriebe

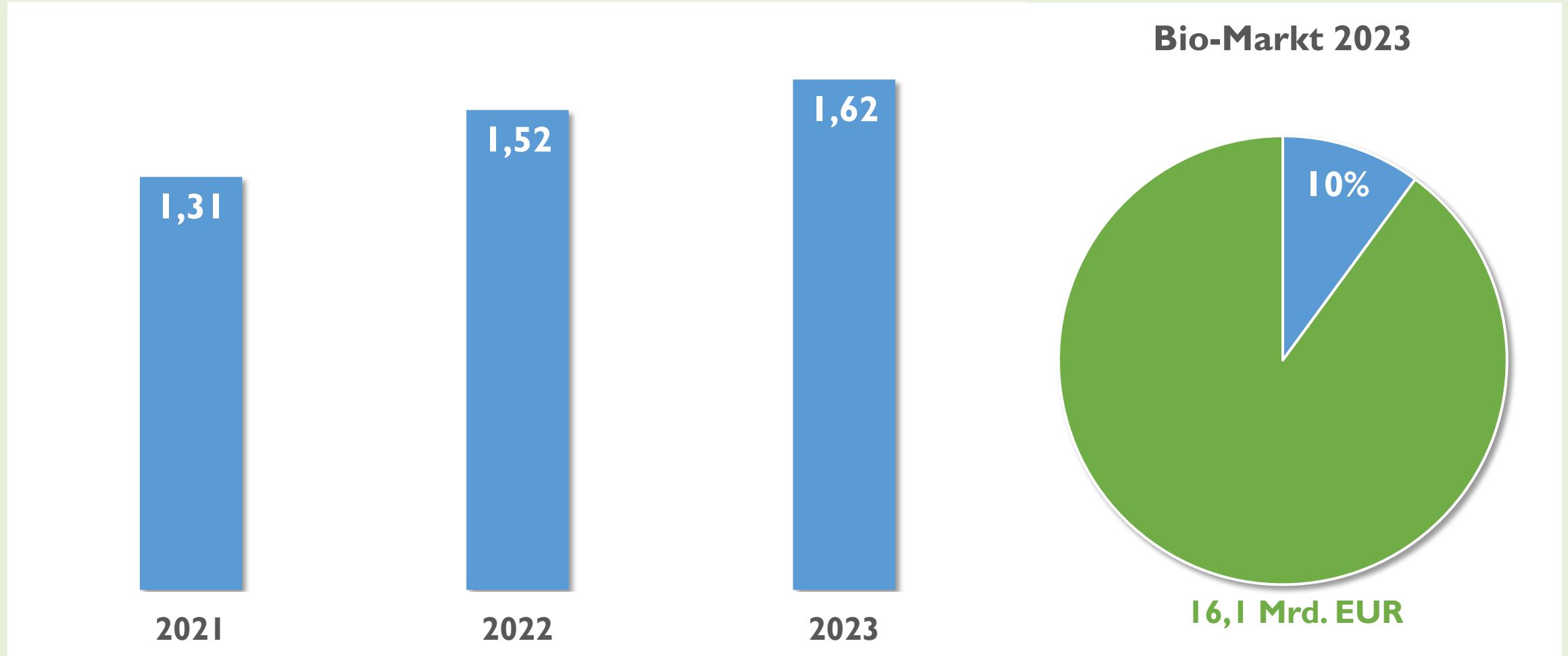
Nach Jahren



Quelle: FiBL; eigene Schätzung nach FiBL; BLE

Hochrechnung – Bio in der Direktvermarktung

Nach Jahren, in Mrd. EUR



Betriebswirtschaftliche Auswertung - KennDi

Erweiterung Online-Tool KennDi

Entwicklung:

- 2018: KennDi als Online-Tool für die Ermittlung von Kennzahlen für Hofläden
- Seitdem jährlicher Zahlenvergleich und Erfahrungsaustausch
- Jährlich ermittelte Kennzahlen helfen in der betriebswirtschaftlichen Beratung

Herausforderung:

- Betriebe möchten auch andere Vermarktungswege analysieren und vergleichen

Ziel:

- Erweiterung KennDi um zusätzliche Vermarktungswege
- Erhebung von betriebswirtschaftlichen Daten, die bisher statistisch nicht erfasst werden

Identifizierung relevanter Vermarktungswege

- Wochenmarkt
- Hofgastronomie
- Lieferdienst
- SB-Verkauf
- Fleisch auf Vorbestellung / Fleischpakete
- Online-Shop

KennDi 2.0: Spezifische Kennzahlen je Vermarktungsweg

Lieferdienst:

- Gefahrene km pro Woche
- Gefahrene km pro Kunde
- Packzeit pro Kunde

Hofgastronomie

- Umsatz pro Sitzplatz
- Sitzplatzauslastung pro Tag
- Anzahl Sitzplätze pro qm Fläche

Wochenmarkt

- lfd. m Marktstand
- Umsatz je lfd. Meter
- Gefahrene km je Markttag

Fleischpakete

- Umsatz pro Schlachttier
- Arbeitszeit pro Schlachttier
- Umsatz pro kg Schlachtgewicht

KennDi 2.0: Betriebsinterner Kennzahlenvergleich

Meine Kennzahlen

Jahre im Vergleich

Wochenmarkt

4 Jahre

		2024	2023	2022	2021
Ergebnis					
Rohertrag	€	0,00	191.786,51	155.678,20	163.718,81
Gewinn	€	0,00	65.606,41	36.816,36	35.068,24
Gewinn je Unternehmer-Akh	€	0,00	62,30	34,96	33,30
Kalkulatorischer Gewinn nach Unternehmerlohn	€	0,00	34.016,41	5.226,36	3.478,24
Umsatz und Arbeitszeit					
Gesamtanzahl Arbeitsstunden	Anz.	0,00	5.122,52	5.644,08	4.885,40
Umsatz pro Arbeitsstunde	€	0,00	89,99	75,85	97,87
Öffnungsstunden pro Woche	Std.	0,00	22,63	22,25	23,36
Verkaufsstunden pro Öffnungs-/Markttag	Std.	0,00	8,17	8,15	8,15

Beispielansicht

KennDi 2.0: Branchenauswertung

Wochenmarkt 2023

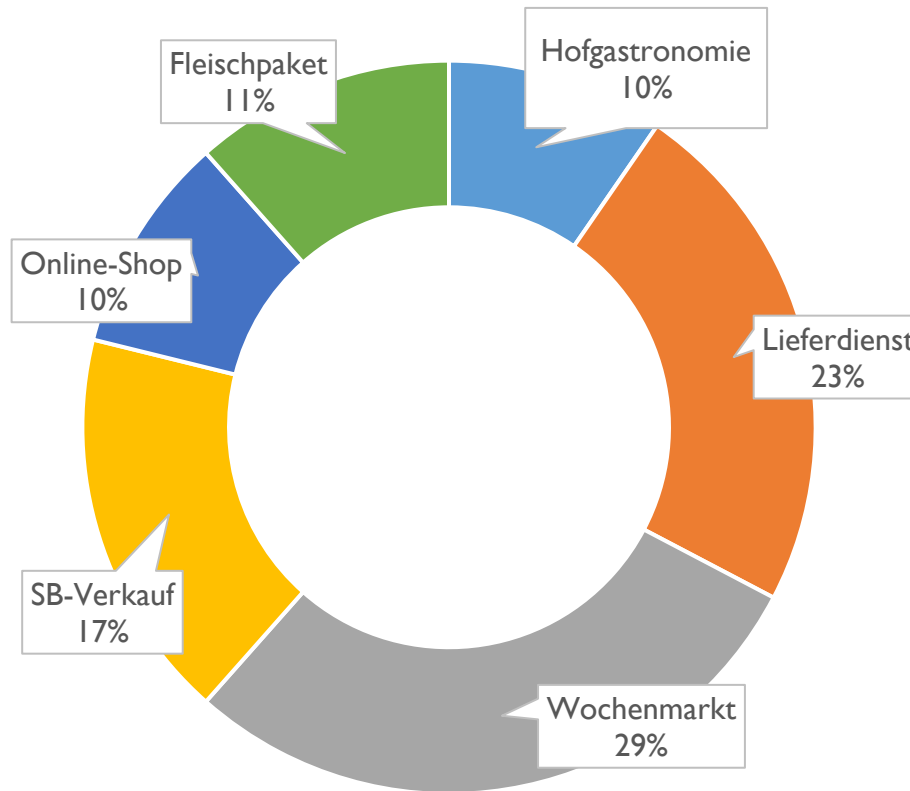
Wochenmarkt »Wochenmarkt« / Jahr 2023

	Mein Betrieb	Ø Größencluster 5-10 lfd. Meter (max N=5)	Ø Umsatzcluster bis 200.000 € (max N=6)	Ø alle Betriebe (max N=7)
Erlöse				
Umsatzerlöse	€ 192.863,00	186.257,24	116.969,78	174.309,83
Sonstige Erlöse	€ 0,00	zu wenig Daten	zu wenig Daten	zu wenig Daten
Gesamterlöse	€ 192.863,00	186.257,24	116.969,78	174.309,83
Aufwand				
Wareneinsatz	€ 110.846,00 Anteil in % am Umsatz 57,47 %	118.931,10	79.437,72	111.068,69
Personalkosten	€ 59.848,19 Anteil in % am Umsatz 31,03 %	33.049,62	22.497,94	33.049,62

Beispielansicht

Bisher erhobene Vermarktungswege

Lesehilfe:
10% der
erhobenen
Vermarktungswege
sind Online-Shops
(ein Betrieb kann
mehrere
Vermarktungswege
haben)






Eine vorläufige Zusammenfassung

Zusammenfassung

Die Bio-Direktvermarktung ist ein wirtschaftlicher Faktor im Biomarkt

- ✓ 28,3 % aller Biobetriebe haben den Betriebszweig Direktvermarktung gewählt
- ✓ 45 % aller tierhaltenden Bio-Betriebe sind auch Direktvermarkter
- ✓ Für das Jahr 2023 betrug der geschätzte bundesweite Jahresumsatz 1,62 Mrd. €, bzw. 10% des Biogesamtmarktes
- ✓ Betriebswirtschaftliche Analysen sind eine notwendige Voraussetzung für eine erfolgreiche Direktvermarktung

Zusammenfassung - Ländervergleich

	Frankreich 	Österreich 	Schweiz 
Gesamtzahl der landw. Betriebe (2020):	389.000	154.000	48.000
Anzahl direktvermarktende Betriebe lt. amtl. Statistik (2020):	90.024 (davon 21.517 Bio)	Ca. 30.000	12.600 (erwirtschaften 7% des Gesamtertrags der schw. Landwirtschaft)
Anteil Direktvermarkter lt. amtl. Statistik (2020):	23% (sog. „circuits courts“)	27%	26%
Durchschnittlicher Jahres-Umsatz pro Betrieb in € (2021, 2020):	47.000€ (für 1.220 Bio-Betriebe)	33.165€ (16 Betriebe) bzw. 52.000€ (Schätzung)	34.000€ (für 7.300 Bio (Knospe)-Betriebe)
Wichtigste Produkte in der Direktvermarktung (Anteil der Betriebe in %):	Bio-Direktvermarktung: Wein (39,7%), Obst/Gemüse (30,8%), Milchprodukte und Eier (12,3%), Fleisch (9,9%)	Fleisch/Fleischwaren (40 %), Milch (28 %), Wein (17 %)	Besonders bedeutend bei Kirschen (38% des Betriebserlöses), Eier (28%), Beeren (18%), Obst und Wein (8%)
Erfassungsgrenzen:	✗	✓ (3 ha und Mindesttierbestand)	✓ (1 ha und Mindesttierbestand)
Regelmäßigkeit:	Jährlich (Bio) und alle drei Jahre	Jährlich und alle drei Jahre	Jährlich und alle drei Jahre

Quelle: Zusammenstellung Ecozept; **FNAB: französischer Bio-Bauernverband; ***LWK= Landwirtschaftskammern und LFI = Ländliches Fortbildungsinstitut,

Zusammenfassung – Vorschläge

- ✓ Regelmäßige/jährliche Erhebung zur Direktvermarktung, zusätzlich zu LWZ und ASE
- ✓ Veröffentlichung der DV-Betriebe in der LWZ/ASE, unterteilt nach bio und konv.
- ✓ DV als zusätzliches Mindestkriterium/Erfassungsgrenze zur Meldepflicht in der LWZ/ASE
- ✓ Erfassung der DV als Betriebszweig (bio/konv) im Testbetriebsnetz/Thünen-FADN
- ✓ Unterstützung der Panelinstitute (YouGov, NielsenIQ) bei der Erfassung der Einkaufsstätten außerhalb des LEH

Vielen Dank!

Für Rückfragen

Axel Wirz

FiBL Deutschland e.V.

✉ axel.wirz@fibl.org

FiBL

Carmen Maier

Bioland

✉ kenndi@bioland.de

Bioland

Diana Schaack

AMI

✉ diana.schaack@ami-informiert.de

AMI

Michael Böhm

Ecozept

✉ boehm@ecozept.de

ECOZEPT