

Vermarkung von Bio-Produkten

Marktsituation – Vermarktungswege – staatliche Unterstützung

2025



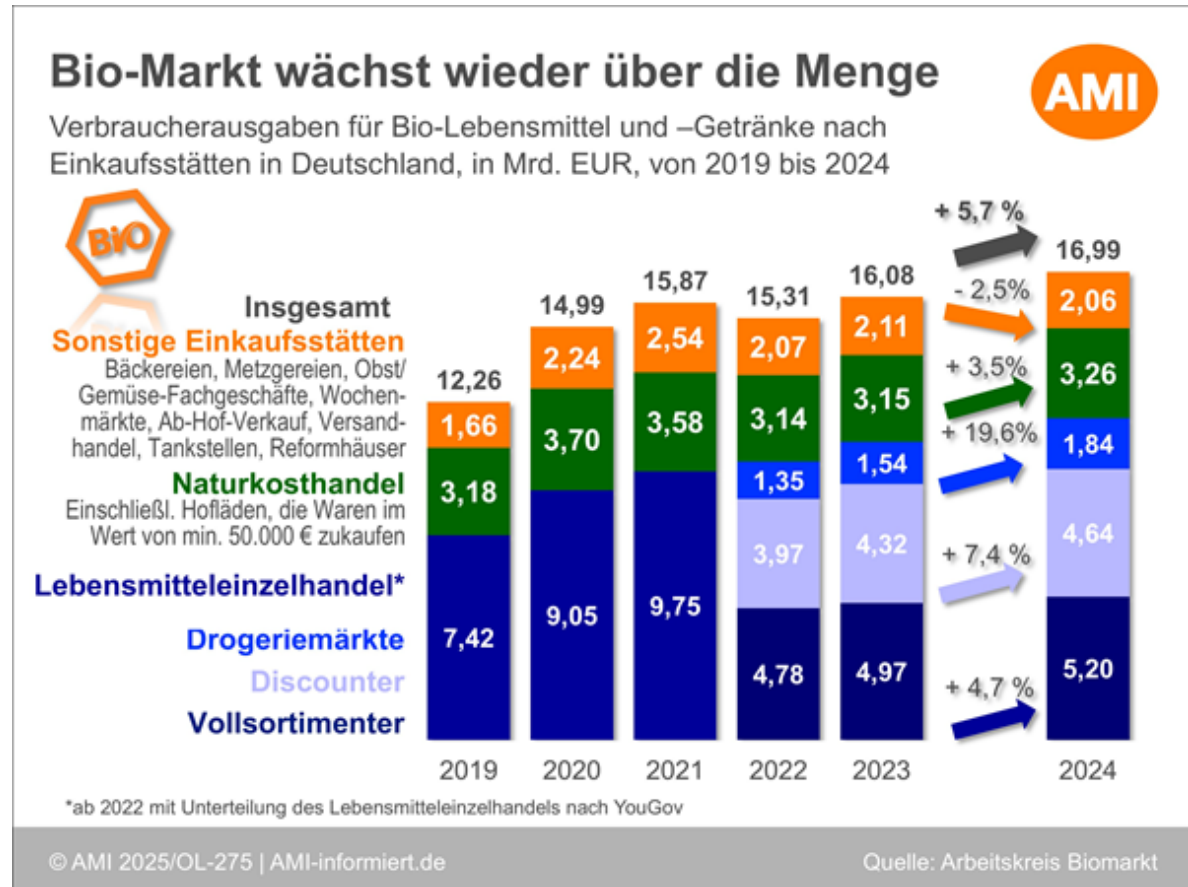


Inhalt

1. Entwicklung des Öko-Marktes
2. Vermarktung von Bio-Produkten
3. Unterstützung durch die Agrarverwaltung

Entwicklung des Öko-Marktes

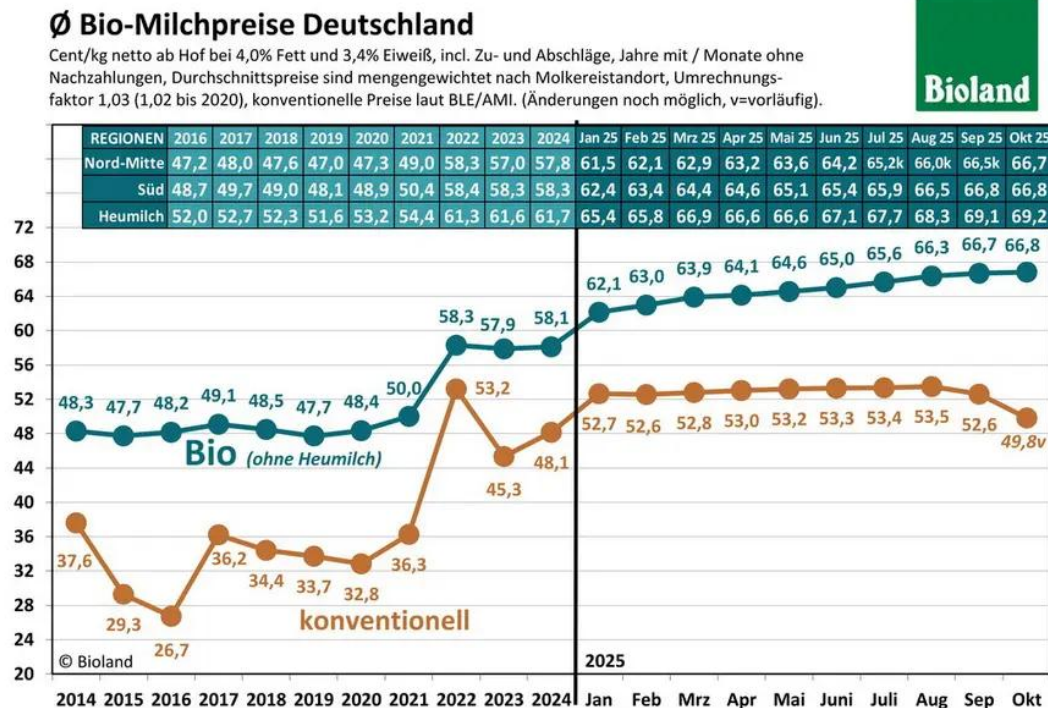
- I Bio-Markt wächst dynamisch
- I LEH wächst am stärksten
- I Bio-Lebensmittel preisstabil, weniger von der Inflation betroffen als konv. Lebensmittel



Entwicklung des Öko-Marktes

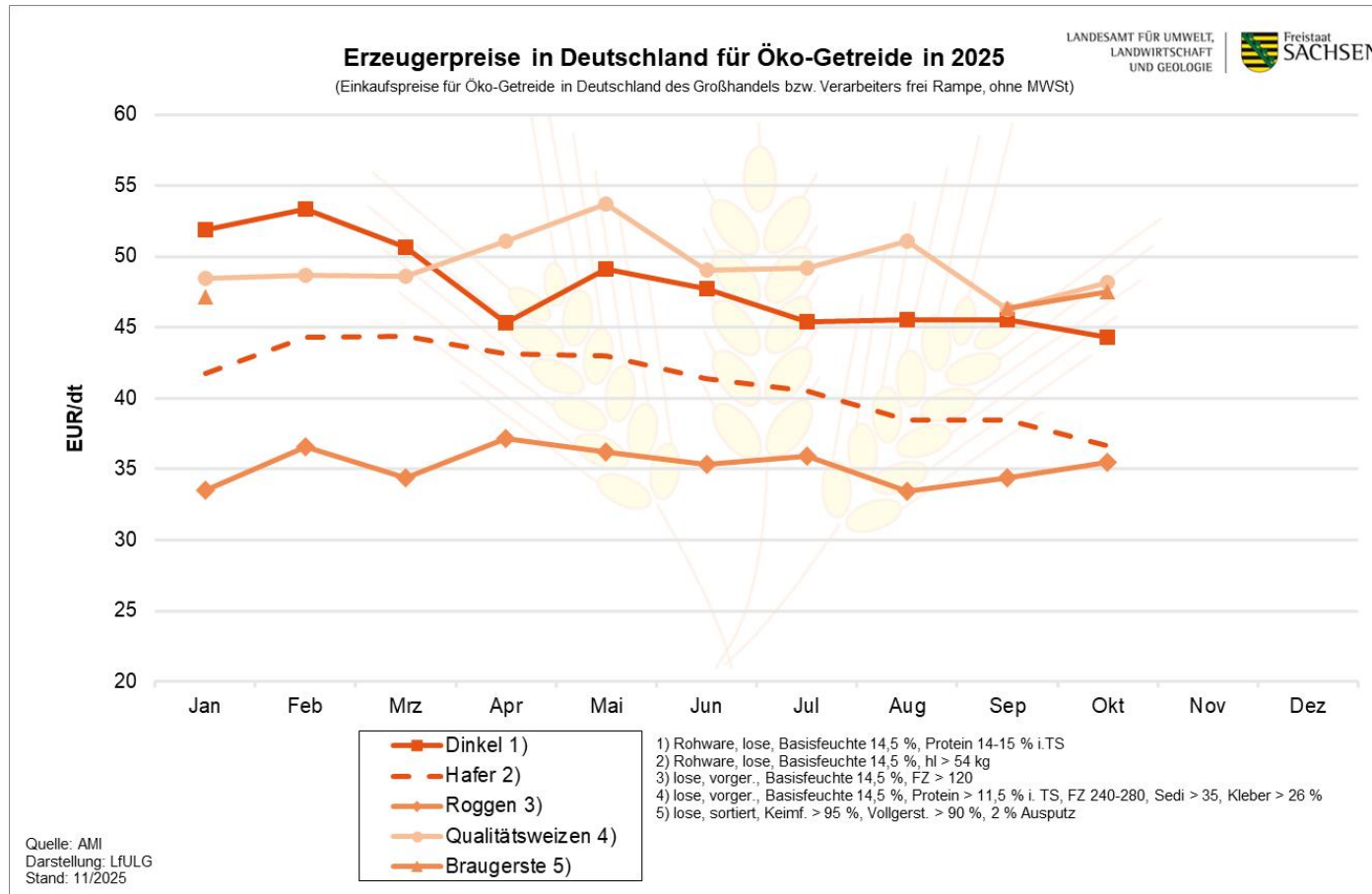
Preisentwicklungen

- Ökologische Landwirtschaft ist arbeits- und kostenaufwendiger → niedriger Erträge je Hektar bzw. Leistung je Tier
- Wirtschaftliche Problematik, wenn konventionelle und ökologische Preise sich aufeinander zubewegen



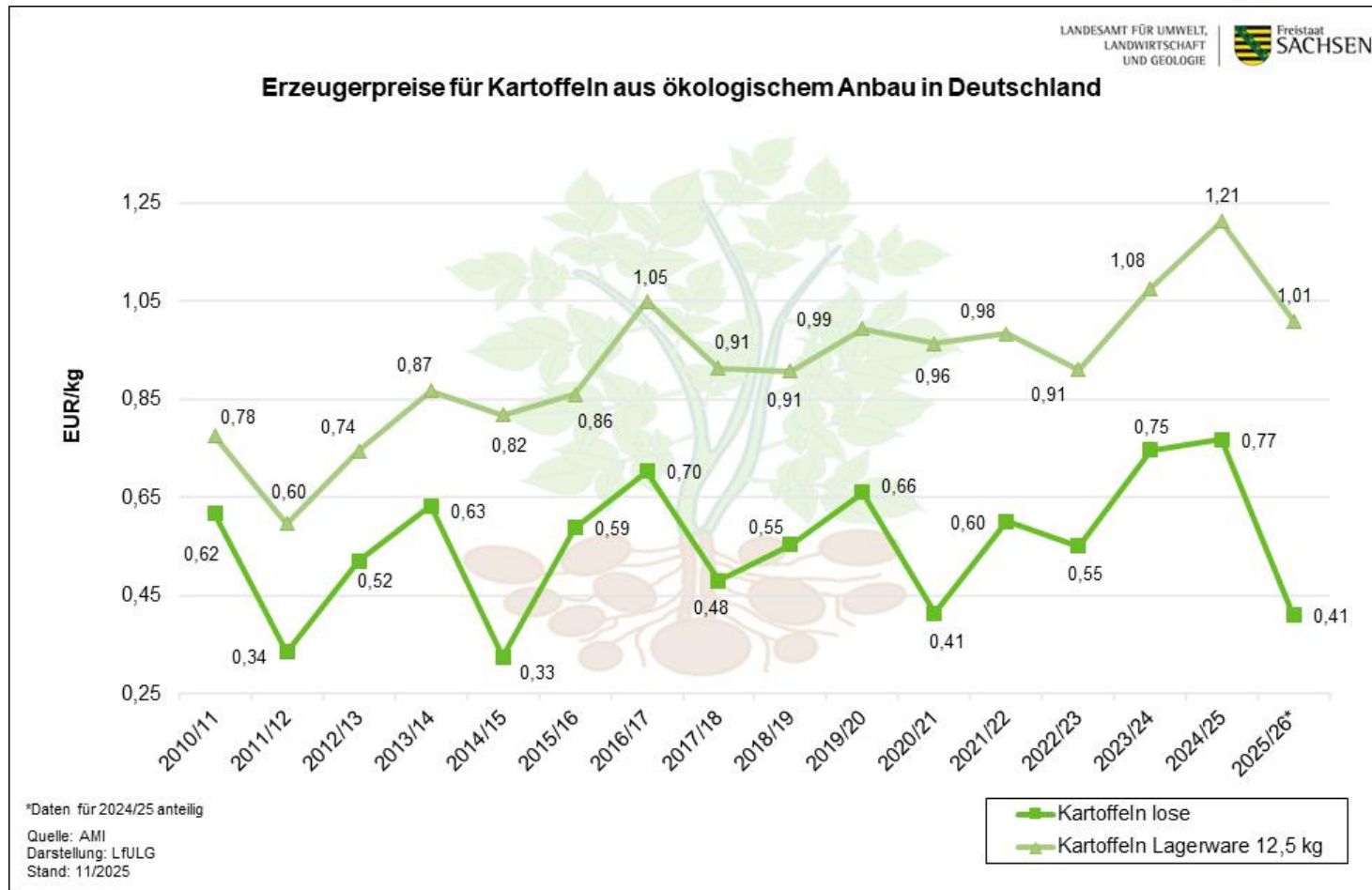
Entwicklung des Öko-Marktes

Preisentwicklungen



Entwicklung des Öko-Marktes

Preisentwicklungen



Entwicklung des Öko-Marktes

Online MitmachMarkt Ost

Mittwoch, 3. Dezember 2025, 18-21 Uhr

für Bio- und konventionelle Landwirte. Wir suchen kurz-, mittel- und langfristig mehr Lieferanten, denn die Nachfrage des Handels steigt.

Mit Markteinschätzungen und online Arbeitskreisen zu:

Bio-Eier: Anton Wessels, Columbus Frischei

Bio-Geflügel: Daniel Willnat, Freiländer Bio Geflügel

Bio-Schweine: Dr. Sandra Erdmann,
LFW Ludwigsluster Fleisch- und Wurst-Spezialitäten

Bio-Rind: Torsten Hein, Biopark Markt und Nico Drögmöller, LFW

Bio-Getreide (3 Räume):

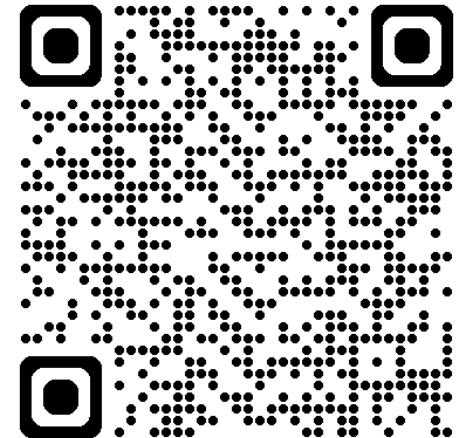
1. *Bäckermarkt Berlin:* Felix Wasmuth, Märkisches Landbrot
Katja Schwab, Bio Backhaus, Tony Beumer, Beumer und Lutum

2. *Erzeugergemeinschaften:* Steffen Mucha, ÖBS Ökobauernhöfe
Sachsen, Annelie Fellinghauer, Öko-Korn Nord

3. *Mehl- und Futter-Mühlen:* Louisa von Münchhausen, Gut Rosenkrantz

Bio-Soja: Amos Ramsauer, agriprotein

Bio-Ölpflanzen: Berthold Dreher, dreher bio



Teilnahme kostenlos; Anmeldung erforderlich: [hier www.bio2030.de](https://www.bio2030.de)

Die Plätze werden in der Reihenfolge der Anmeldungen vergeben.

Vermarktung von Bio-Produkten

Anderes Produkt	Andere Partner
Andere Produktionsverfahren in Erzeugung und Verarbeitung führt zu besserer Qualität	Bio-Verbände (Beratung, Bündelung, Label, Netzwerk)
Erweiterte Qualitätsparameter (Naturbelassenheit, Tierwohl, Regionalität, Verpackung, soziale Aspekte)	Konzentration der Abnehmer auf Bio-Segment (Erzeugergemeinschaften, Bio-Verarbeiter, Naturkosthandel)
Andere Verbraucher - Hohe Bedeutung von Vertrauen	Größere Preisschwankungen, da kleinerer Markt

- Höhere Preise, aber auch höhere Produktionskosten
- **Vermarktung anders organisieren**

Vermarkung von Bio-Produkten

Indirekte Vermarktung

= Vermarktung über Zwischenhändler

- Wertschöpfungskette eines Produktes ist individuell
→ mehrere Verarbeitungsstufen oder Zwischenhändler möglich



Bioladen/
Hofladen



I Verbände

- I Beratung und Unterstützung der Betriebe in Vermarktungsfragen
- I Vermittlung von Marktpartnern und Erzeugerzusammenschlüssen
- I Kooperationen der Anbauverbände mit LEH



I Erzeugerorganisation (EO)

- I Sicherstellen der Abnahme, Bündelung des Angebotes, Qualitätssicherung, Lagerung, Vereinfachung der Vermarktung



Vermarktung von Bio-Produkten

- Vertragsgebundene Vermarktung



Vorteil	Nachteil
Absatzsicherheit & Kontinuierliche Belieferung	Feste Preis- und Mengenbindung
Lieferung von großen Chargen möglich	Enge Regulierung von Qualitäten und Lieferzeitpunkten
Vertraglich vereinbarte Mengen & Preise	Wenig Verhandlungsspielraum, da Abnehmer meist besser Marktposition

Vermarktung von Bio-Produkten

- Landwirtschaftliche Direktvermarktung



Direktvermarktung

- Hofladen & Wochenmarkt, Abo-Kisten & Liefersdienst
- Online Bestellplattform
- Smart Stores



Händler

- Nutzung von Konzepten von Dritten mit größerer Vermarktungsreichweite
- Bio-Großhandel, LEH, Marktschwärmer



Solawi

- Sicherstellung der Finanzierung der landwirtschaftlichen Produktion durch feste Mitglieder & Beiträge
- Mitglieder erhalten vielfältige, regionale Nahrungsmittel

Vermarktung von Bio-Produkten

- Landwirtschaftliche Direktvermarktung

Was sind Vor- und Nachteile der landwirtschaftlichen Direktvermarktung?



Vorteil	Nachteil
Regionale & frische Ware durch kurze Wege	Höhere Investitionen (Kühltechnik, EDV) und Personalkosten
Handelsspanne bleibt beim Erzeuger	Alle Kosten und Pflichten sind beim Direktvermarktenden
Hohe Kundenbindung durch direkten Kontakt → Außenwahrnehmung und Transparenz	Verbrauchererwartungen an Sortimentsumfang
Keine Abhängigkeiten vom Händler	Abhängigkeit direkt vom Verbraucher, eigene Werbung nötig

Institutionen und Projekte des SMEKUL



Kompetenzzentrum Ökologische Landbau

- **Stärkung und Ausbau der Öko-Landbaus in Sachsen**
- Angewandte Forschung in Zusammenarbeit mit Bio-Partnerbetrieben & Wissenstransfer



AgiL Sachsen

- **Information, Vernetzung und Beratung** für alle Fragen zur **Regionalvermarktung**
- Unterstützung beim Aufbau von Wertschöpfungsketten insbesondere zum Handel



Bio-Regio-Modellregionen

- Entwickeln von **regionalen Wertschöpfungsketten** in Modellregionen
- bio-regio-sachsen.de

Institutionen und Projekte des SMEKUL



Stadt-Land-Küche

- **bio-regionale und regionale Lebensmittel für die Gemeinschaftsverpflegung**



Regionalportal www.regionales-sachsen.de

- **Datenbank Direktvermarkter mit Bio-Anbietern**
- Für Verbraucher und Großverbraucher, Gastro



Bio-Erlebnistage: 29. August bis 04. Oktober 2026

- **Hoffeste, Mitmachtage, Informationen und Geniessen**
- Für Verbraucher

Unterstützung durch die Agrarverwaltung

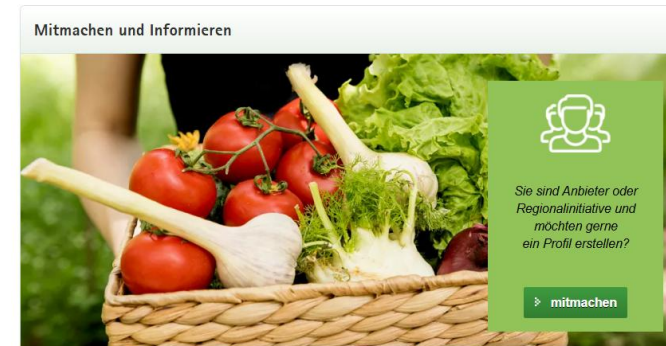
Regionalität

I Regionalportal **REGIONALES.SACHSEN.DE**

- I **Kostenloser Internetauftritt für jeden Direktvermarkter**
- I Zielgruppe insbesondere Verbraucher und Unternehmen die Partner suchen

I **Regionalfenster mit Sachsen-Logo**

- I **Bundesweit einheitliche Kennzeichnung** von regionalen Produkten
- I Kontrolliert mittels eines Prüf- und Sicherungssystems über alle Stufen der Wertschöpfung hinweg
- I **Sämtliche Verarbeitungsschritte müssen in Sachsen stattfinden** und ein Großteil der verwendeten und wertgebenden Zutaten aus Sachsen stammen



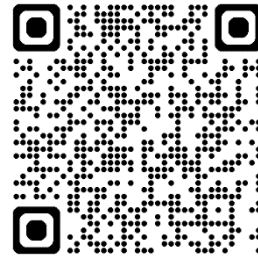
Regionalportal REGIONALES.SACHSEN.DE
ist eine Initiative des Sächsischen Staatsministeriums
für Umwelt und Landwirtschaft



Unterstützung durch die Agrarverwaltung Förderungen

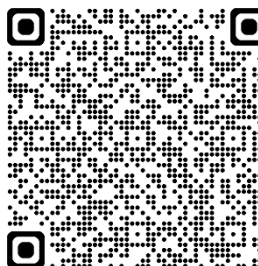
Investitionsförderung

- I Richtlinie LIW/2023 → für Landwirte und Landwirtinnen (aktiv nur nach Förderaufruf)
 - I Teil C I. Investitionen in landwirtschaftliche Betriebe einschließlich des Garten- u
 - I Teil C II. Existenzgründungen und Hofnachfolge
- I Richtlinie Marktstrukturverbesserung → für Verarbeitung oder Vermarktung (Erzeugerorganisationen)
 - I Investitionen in Gebäude, bauliche und technische Anlagen sowie Maschinen und Geräte



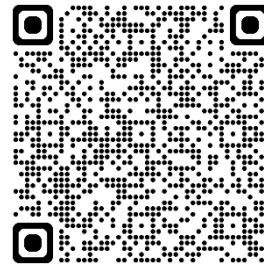
Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Marketingmaßnahmen

- I Richtlinie AbsLE (für Landwirtschaftsbetriebe mit angeschlossener Direktvermarktung)
 - I Teilnahme an Aktionen zur Absatzförderung (Messen, Produktpräsentationen, Ausstellungen, Märkte, Marketingkonzeptionen von mind. 3 Unternehmen)



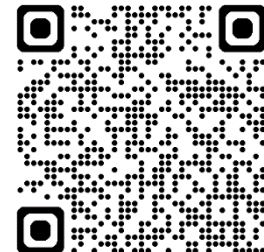
Unterstützung durch die Agrarverwaltung Förderungen

Förderrichtlinie Ökologischer/Biologischer Landbau (FRL ÖBL/2023)



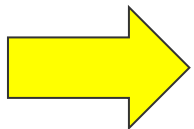
Förderrichtlinie Existenzgründungs- und Hofnachfolgeprogramm (FRL EHP/2021)

Zweck



Klären Sie folgende Fragen vor Beginn der Vermarktung

- I Rechtliche und betriebsinterne Rahmenbedingungen (Standort, Arbeitskräfte und Kapital)
- I Abnehmer (Anzahl, Entfernung, räumliche Verteilung, Ansprüche an Serviceleistungen)
- I Handel (Häufigkeit und Umfang von Bestellungen)
- I Konkurrenz (Art, Lage, Stärken und Schwächen)



Indirekte Vermarktung an Händler?
Direktvermarktung der Endprodukte?

Kontakt für Fragen im Kompetenzzentrum Ökolandbau

Christoph Müller

Telefon: ☎ 035242 631 7955

E-Mail: ✉ christoph.mueller@ifulg.sachsen.de

Schwerpunkte

- Anbauversuche
- Klimaanpassungs- und Klimaschutzmaßnahmen
- Klimabilanzierung



❖ Leitung Praxislabor Verarbeitung und Qualität

Angelika Hoppe

Telefon: ☎ 035242 631 7951

E-Mail: ✉ angelika.hoppe@ifulg.sachsen.de

Schwerpunkte

- Hofnahe Verarbeitung
- Vorratsschutz, Reinigung und Gemeindegrennung
- Qualitätsmanagement und Sensorik
- Bio- und Lebensmittelrecht
- Umstellung und Förderung Bio-Verarbeitung

