

Bundesverband
Naturkost Naturwaren

Medientag BIOFACH und VIVANESS – Bilanzpressekonferenz Situation Naturkostfachhandel

Elke Röder – Geschäftsführung Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V.

Bundesverband
Naturkost Naturwaren

Naturkost wächst weiter kräftig

- Das Umsatzvolumen im Naturkostfachhandel steigt von 2,5 Milliarden EUR in 2013 auf 2,74 Milliarden EUR in 2014.
- Umsatzsteigerung um 9,6%**
- Umsatzsteigerung im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel: ca. 1,9 %

Umsatzvolumen Naturkostfachhandel in Milliarden

Jahr	Umsatzvolumen (Milliarden EUR)
2013	2,5
2014	2,74

Bundesverband
Naturkost Naturwaren

Wachstumstrend Naturkost langfristig

- Rückblick auf die letzten fünf Jahre: Stabiles und überdurchschnittliches Wachstum.
- Umsatzsteigerung seit 2010 um 44%**
- Umsatzsteigerung im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel seit 2010: ca. 11 %

Umsatzvolumen Naturkostfachhandel in Milliarden

Jahr	Umsatzvolumen (Milliarden EUR)
2010	1,8
2011	2,1
2012	2,2
2013	2,5
2014	2,74

Bundesverband
Naturkost Naturwaren

Bio wächst auch in der Fläche

- 2.370 Naturkostläden in Deutschland gesamt
- Verkaufsfläche im Fachhandel nun bei 522 Tsd. m²
- 52 Schließungen versus 101 Öffnungen = 49 zusätzliche Naturkostläden

Bundesverband
Naturkost Naturwaren

Viel bleibt zu tun: Beispiel Regionalität

- Für die Masse der LEH-Kunden ist *Regionalität* bei der Kaufentscheidung deutlich wichtiger als *Bio*.
- Wachsende Verunsicherung der Konsumenten beim Kauf von Lebensmitteln Grund für Griff zu regionalen Produkten.
- Bio* kann Verunsicherung auflösen und Vorteile der ökologischen Produktion für die Region darstellen.
- Fokus des Naturkost-Großhandels liegt auf regionalem Warenbezug.

Bedeutung ökologischer und regionaler Produkte beim Einkauf

Region	Häufigkeit Öko (Importiert bis Inland)	Häufigkeit Regional (Importiert bis Inland)
Nord	~40%	~60%
Ost	~30%	~70%
Süd	~40%	~60%
West	~40%	~60%

Quelle: Konsumentenbefragung bio verlag

Bundesverband
Naturkost Naturwaren

Bio ist und bleibt Megatrend

- Trotz teils erheblicher struktureller Nachteile und der drohenden Revision der EU-Öko-VO wächst die Branche weiter.
- Die Verkaufsfläche ist 2014 deutlich an Fläche gestiegen.
- Der Naturkostfachhandel liegt weit über den Wachstumsraten des Lebensmitteleinzelhandels.
- Das Bewusstsein von Verbraucherinnen und Verbrauchern für Lebensmittel und Ernährung steigt.