

## Greta-Effekt: Bio-Branche boomt

**Die Bio-Branche gewinnt neue Kund\*innen. Gleichzeitig kaufen die Kund\*innen mehr. Der Naturkostgroßhandel hat seinen Umsatz in 2019 deutlich gesteigert. Er verzeichnet für 2019 einen Umsatzzuwachs von rund 8 Prozent. Laut Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V. haben der ‚Greta-Effekt‘ und das gesteigerte Bewusstsein der Verbraucher\*innen für Nachhaltigkeit einen deutlich positiven Einfluss auf die Marktentwicklung.**

Der deutsche Naturkostgroßhandel steigerte seinen Umsatz von knapp 1,78 Mrd. Euro (2018) auf gut 1,92 Mrd. Euro (2019). Der Blick auf die einzelnen Monate zeigt: Alle schließen mit einem Umsatzgewinn ab. Dabei ist das erste Halbjahr traditionell das stärkere – diesmal war es jedoch genau umgekehrt. 2019 war von einer besonderen Dynamik geprägt. Im zweiten Halbjahr 2019 fiel die Umsatzentwicklung mit 7,92 Prozent deutlich höher aus als nach dem ersten Halbjahr zu erwarten war. Für den Facheinzelhandel lässt sich daraus ein Umsatzplus von 8,67 Prozent und ein Gesamtumsatz von 3,76 Mrd. Euro hochrechnen (2018: 3,46 Mrd. Euro).

„Die Entwicklung der Umsatzzahlen im Verlauf des Jahres spiegelt die wachsende Bedeutung von Klimaschutz und Nachhaltigkeit auf der gesellschaftspolitischen Agenda. Mit ‚Fridays for Future‘, zwei globalen Klimastreiks und viel medialer Aufmerksamkeit ist das Thema nachhaltiger Konsum in der zweiten Jahreshälfte viel stärker bei Verbraucher\*innen angekommen“, kommentiert Kathrin Jäckel, BNN-Geschäftsführerin Kommunikation und Markt, die Entwicklung in 2019.

Der Naturkostfachhandel hat 2019 neue Kunden\*innen gewonnen und zugleich pro Kund\*in mehr Naturkost und Naturwaren verkauft als 2018. Messen lässt sich das mittels Auswertung der Bons. 2018 lag der Betrag pro Bon höher als 2017, allerdings stagnierte die Anzahl der Bons. Für 2019 gilt: Mehr Bons pro Tag und ein deutlicher Anstieg der Bonbeträge – wiederum besonders im zweiten Halbjahr.

„Der Naturkostfachhandel spürt den Zeitgeist. Ökologische Produkte und nachhaltiger Konsum sind in Deutschland stärker im Fokus der Verbraucher\*innen. Heute kauft der Einzelne mehr Bio-Produkte und immer mehr Menschen tun das im Naturkostfachhandel. Die Öffnung des Lebensmitteleinzelhandel für Verbandsware hat die Lage für den Fachhandel fundamental verändert. Trotzdem zeichnet sich eine positive Entwicklung ab und der Umsatz der Branche steigt“, ergänzt Jäckel.

Kund\*innen wollen heute mehr als nur ein Produkt. Und auch mehr als nur Einkaufen. Der Fachhandel vermittelt authentisch und glaubwürdig sein konsequentes und beständiges Engagement für ökologische Lebensmittel und die dahinterstehende Wirtschaft. So kann er auch in Zeiten starker Konkurrenz auf Kund\*innen zählen, für die Nachhaltigkeit nicht nur ein Trend ist, sondern ebenfalls Ausdruck einer Haltung. Diese besondere Kundenbindung und das Gewinnen neuer Kund\*innen fördert die Branche aktuell mit der Kampagne „Öko statt Ego“, die zu einem bewussten und ökologisch- nachhaltigen Konsum aufruft.

**Kontakt für die Medien:** Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V. | Hans F. Kaufmann  
Tel. 030/ 8471224-51 | Mobil 0160 923 378 11 | [kaufmann@n-bnn.de](mailto:kaufmann@n-bnn.de)

Der Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V. vertritt die Unternehmen der Naturkost- und Naturwarenbranche. Der Verband verabschiedet besondere Qualitätsrichtlinien für den Naturkost-Fachhandel (aktuell über 400 Verkaufsstellen), die über die gesetzlichen Anforderungen für Bio-Produkte hinausgehen. Die BNN-Mitgliedsunternehmen beschäftigen insgesamt rund 18.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, darunter über 1.000 Auszubildende. Der Naturkost-Facheinzelhandel erzielte 2019 in Deutschland ein Umsatzvolumen von 3,76 Milliarden Euro mit Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik.