



LfL

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft

Bayerische Agrarprodukte im Spannungsfeld neuer Märkte

10. Marktforum der LfL



2

2015



Schriftenreihe

ISSN 1611-4159

Impressum

Herausgeber: Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL)
Vöttinger Straße 38, 85354 Freising-Weihenstephan
Internet: www.LfL.bayern.de

Redaktion: Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte
Menzinger Straße 54, 80638 München
E-Mail: Maerkte@LfL.bayern.de
Telefon: 089 17800-333

1. Auflage: April 2015

Druck: Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Schutzgebühr: 10,00 Euro

© LfL

Die Beiträge in dieser Schriftenreihe geben die Meinung der Autoren wieder.
Bildquelle Titelfoto: alp Bayern, Fotolia: Andre B., LfL-IEM



Bayerische Agrarprodukte im Spannungsfeld neuer Märkte

10. Marktforum der LfL
am 16. April 2015
in München

zusammengestellt von
Sylvia Haaser-Schmid
Evelyn Kastner

Tagungsband

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Die „Marke Bayern“	7
<i>Helmut Brunner</i>	
Mit globalen Märkten Geld verdienen	12
<i>Prof. Dr.Dr.h.c. P. Michael Schmitz</i>	
Nachhaltige Ertragssteigerung im Öko-Landbau – Grundlage für eine erfolgreiche Entwicklung	18
<i>Prof. Dr. Kurt-Jürgen Hülsbergen</i>	
Märkte und Absatzchancen für bayerische Lebensmittel und Agrarerzeugnisse	30
<i>Dr. Peter Sutor</i>	
Markttransparenz durch das Regionalportal	50
<i>Anke Wehking</i>	
Getreidevermarktung: Auf Prognosen verzichten, Strategien entwickeln	56
<i>Herbert Goldhofer</i>	
Sind die Grenzen der bayerischen Fleischwirtschaft erreicht?	63
<i>Ralf Bundschuh</i>	
Strukturen des Marktes für Öko-Geflügel und Öko-Schweine in Bayern	70
<i>Dr. Astrid Heid; Sabine Neuberger</i>	
Qualitätstrends in der bayerischen Milchwirtschaft und ihre Perspektiven	79
<i>Ludwig Huber</i>	
Anhang I: Die 10 Marktforen der LfL	88
Anhang II: LfL-Schrift „Agrarmärkte“ 2004 bis 2014	89

Vorwort



Das Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte kann in diesem Jahr auf das zehnjährige Bestehen seiner Veranstaltungsreihe „Marktforum“ zurückblicken. Das im Jahr 2003 gegründete Institut an der Landesanstalt für Landwirtschaft beschäftigt sich mit der Umsetzung marktrechtlicher Vorgaben und der Qualitätspolitik sowie der Analyse der Märkte aus bayerischer Sicht.

Das 2004 erstmals einberufene Marktforum befasste sich traditionell mit aktuellen Entwicklungen und Fragestellungen im Bereich der Agrarmärkte und der Ernährungswirtschaft. Zunächst standen die privatrechtlichen Qualitätssicherungssysteme im Mittelpunkt. Danach folgten Veranstaltungen zu besonderen Produktionsweisen wie „Ökologische Erzeugung“, Formen der „regionalen Vermarktung“ und zu Qualitätsfragen.

In diesem Jahr richtet das Institut unter dem Motto „Bayerische Agrarprodukte im Spannungsfeld neuer Märkte“ den Fokus auf Absatz- und Entwicklungschancen für bayerische Lebensmittel und Agrarerzeugnisse. Dabei zeichnen sich für die bayerische Agrar- und Ernährungswirtschaft vielfältige Anforderungen ab. Die heimischen Märkte gewinnen im Hochpreissektor an Bedeutung und die Nachfrage nach regionalen und insbesondere Öko-Produkten steigt stetig. Mit einem gesamten Exportvolumen von ca. 9 Mrd. € auf den EU- und weltweiten Märkten ist Bayern ein bedeutender Vertreter im Agrarbusiness. Die „Marke Bayern“ steht für Effizienz, Innovation und Qualität.

Zum 10. Marktforum laden wir alle Marktinteressierten, besonders aber die Vertreter der Ernährungs- und Landwirtschaft, der Wissenschaft und Verwaltung sowie die Entscheidungsträger der Erzeugergemeinschaften und Verbände ein. Der vorliegende Tagungsband soll für weitere Diskussionen wertvolle Grundlagen und Anregungen liefern.



Jakob Opperer
Präsident der LfL

Die „Marke Bayern“



Helmut Brunner

Bayerischer Staatsminister für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

- 14.09.1954 geboren in Bad Kötzing, röm.-kath., verheiratet, 2 Kinder
- 1960 – 1971 Volksschule und Lehrzeit im Ausbildungsberuf Landwirt
- 1972 – 1974 Besuch von Fachschule und Landvolkshochschule
- 1976 Meisterprüfung Landwirtschaft
- 1979 – 1981 Referent für katholische Erwachsenenbildung
- 1981 Übernahme des elterlichen Betriebs
- seit 1977 Mitglied der CSU
- seit 1978 Kreisrat im Landkreis Regen
- seit 1989 Kreisvorsitzender der CSU
- seit 1994 Mitglied des Bayerischen Landtags
- 2003 – 2008 Vorsitzender des Ausschusses für Landwirtschaft und Forsten im Bayerischen Landtag
- seit 30.10.2008 Bayerischer Staatsminister für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Es gilt das gesprochene Wort!

1 Einleitung: Das Marktforum – eine Erfolgsgeschichte

Seit 2004 wendet sich diese innovative Veranstaltungsreihe an alle Marktinteressierten, besonders aber an die Vertreter der Ernährungs- und Landwirtschaft, der Wissenschaft und Verwaltung sowie an die Entscheidungsträger der Erzeugergemeinschaften und Verbände – kurz, an Sie, meine Damen und Herren! Im Mittelpunkt stehen aktuelle Trends auf den Agrarmärkten und in der Ernährungswirtschaft. Die große Resonanz und die positiven Rückmeldungen der letzten Jahre zeigen, dass es den Verantwortlichen gelungen ist, die richtigen Themen aufzugreifen.

Unter dem Motto „Bayerische Agrarprodukte im Spannungsfeld neuer Märkte“ geht es beim Marktforum 2015 um Absatz- und Entwicklungschancen für bayerische Lebensmittel und Agrarerzeugnisse.

2 Was die „Marke Bayern“ ausmacht

Ein Pfund, mit dem wir dabei auf den in- und ausländischen Märkten besonders wuchern können, ist die „Marke Bayern“. Wir werben mit unserer Heimat und dem, was die Menschen damit verbinden. Anders als „Made in Germany“, das als eher nüchternes Qualitätsversprechen erfolgreich ist, ist die „Marke Bayern“ emotional aufgeladen:

- in erster Linie mit Bildern unserer herrlichen Landschaften, unserer Natur- und Kulturschätze sowie
- der besonderen Lebensart und Herzlichkeit seiner Bewohner, die Bayern in der ganzen Welt sympathisch und auch zum deutschen Urlaubsland Nr. 1 machen. Sympathieträger ist das Münchner Oktoberfest, aber auch die bayerische „Alltagsgenusskultur“ mit ihrem Brauchtum und ihren Spezialitäten.
- Die „Marke Bayern“ lebt zudem davon, dass der Freistaat Heimat vieler Erfolgsgeschichten ist, wie der von BMW, Audi oder des FC Bayern. Dabei sind trotz Fortschritt und Wohlstand unsere Strukturen überschaubar, was wiederum Sicherheit und Geborgenheit vermittelt.
- Auch die Begeisterung, die die Menschen in Bayern für ihre Heimat empfinden, ist ein nicht zu unterschätzender Erfolgsfaktor. Emotionen sind ansteckend – das bestätigt inzwischen auch die aktuelle Hirnforschung.

Die vielfältige positive Besetzung des Begriffes Bayern wird auf seine Produkte übertragen: Entsprechend steht die „Marke Bayern“ für Qualität, Natürlichkeit und Werteorientierung, für Innovation, Effizienz, Heimat und Genuss. Das ist eine gute Basis, um die „Marke Bayern“ zur Bewerbung unserer Agrarprodukte vor der eigenen Haustür und auf den Weltmärkten einzusetzen. Mit dieser Strategie haben wir viel erreicht, ihr Potenzial ist aber bei weitem noch nicht ausgeschöpft.

3 Die „Marke Bayern“ im Inland

Im Freistaat wird die „Marke Bayern“ nicht nur mit ganz Bayern assoziiert, sondern auch mit seinen Regionen, mit Franken, dem Bayerischen Wald, dem Altmühltal oder dem Chiemgau. Damit bedienen wir den Megatrend der „Regionalität“. Für Bayern mit der Vielzahl an Spezialitäten und Regionalvermarktungsinitiativen ist dieser Trend eine große Chance.

Lebensmittel aus der Region stehen für Qualität, Transparenz in der Herstellung und kurze Wege. Ein Kernelement – dies gilt für die „Marke Bayern“ uneingeschränkt – ist das Vertrauen der Verbraucher. Es darf nicht enttäuscht werden. In der bayerischen Agrarpolitik hat daher die Unterstützung der Vermarktung regionaler Produkte, gerade auch in Verbindung mit Qualitätsstandards sowie einer klaren und belastbaren Kennzeichnung der regionalen Herkunft, einen hohen Stellenwert.

Wir haben diesen Weg frühzeitig eingeschlagen und setzen mit unserem Qualitäts- und Herkunftssicherungsprogramm „Geprüfte Qualität – Bayern“ Maßstäbe. Die Bekanntheit dieses Siegels liegt bereits bei 75 %. Dieses Verbrauchervertrauen in unser staatliches Zeichen nehmen wir mit und entwickeln gerade ein vergleichbares Siegel im Biobereich – weil Bio nur dann Sinn macht, wenn kurze Wege damit verbunden sind. Die Markteinführung ist, vorbehaltlich der Zustimmung durch die EU-Kommission, für Herbst geplant.

Zusätzlich zu den Qualitäts- und Herkunftssicherungsprogrammen setzen wir auf weitere Initiativen:

- wie dem vor wenigen Monaten gestarteten Online-Verbraucherportal. Unter ***regionales-bayern.de*** findet jeder Verbraucher seinen nächsten Hofladen.
- Seit Februar bringen wir mit einer Gastroplattform („Wirt sucht Bauer“) gezielt Wirte und Erzeuger zusammen.
- Mit einem Fitnessprogramm für Regionalvermarktungsinitiativen zeigen wir Flagge für Vielfalt, Ideenreichtum und bürgerliches Engagement vor Ort.
- In diesem und nächsten Jahr unterstützen wir die Vermarktung und Verarbeitung regionaler oder ökologisch erzeugter Lebensmittel mit insgesamt 1,3 Mio. € (VuVregio/ VuVöko). Dabei richten wir uns an kleinere Unternehmer als wichtige Innovationsträger.

4 Die „Marke Bayern“ im Export

Die „Marke Bayern“ ist zudem ein wichtiger Türöffner auf den internationalen Märkten, die wir noch gezielter ansteuern müssen. Mit einer Produktion deutlich über dem Eigenverbrauch in den wichtigen Bereichen Milch (SVG 175%) und Rindfleisch (SVG 203%) sind wir auf den Export unserer hochwertigen Lebensmittel angewiesen.

Der Blick in die Agrarstatistik zeigt, dass wir hier auf einem sehr guten Weg sind: Im vergangenen Jahr haben wir für über 8,7 Mrd. € Produkte der Agrar- und Ernährungswirtschaft exportiert. Das ist der vierte Höchstwert in Folge! Mein Ziel ist es, den Exportwert mittelfristig auf 10 Mrd. € pro Jahr zu steigern.

Dabei setze ich auf die von mir initiierte Agentur für Lebensmittel – Produkte aus Bayern, kurz alp Bayern. Sie unterstützt mit einem effizienten Marketing unsere Firmen bei der Erschließung neuer Wachstumsmärkte, u.a. im asiatischen Raum. Hier punkten Lebens-

mittel aus Bayern vor allem wegen ihrer hohen Qualitäts- und Sicherheitsstandards. Nach Besuchen in Brasilien und China war ich Anfang April mit einer bayerischen Delegation in Indien und konnte mich von der hohen Wertschätzung, die dort unseren Spezialitäten entgegengebracht wird, persönlich überzeugen.

Die Firmen der bayerischen Ernährungswirtschaft haben die neuen Märkte gut im Blick: Es gelingt ihnen, mit hoher Innovationskraft und Glaubwürdigkeit ihre Produkte weiterzuentwickeln und zu positionieren. Sie arbeiten in dem Bewusstsein, dass es keine Abstriche bei der Qualität geben darf. Die Marke Bayern ist in erster Linie ein Qualitätsversprechen! Wir wollen, können und werden uns nicht über die Menge differenzieren, sondern über unsere Lebensmittelspezialitäten.

5 Potenziale nutzen

Dies ist ein lohnender, aber kein einfacher Weg. Er erfordert Engagement und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit, vor allem aber Kreativität und Innovation. Innovationen können dabei manchmal auch von althergebrachten Produkten ausgehen, wie im Premiumsegment von den Heumilchspezialitäten oder den Erzeugnissen aus der Berglandwirtschaft. Gerade im Bereich handwerklicher Erzeugung mit modernster Technologie sehe ich noch ein großes Potential.

Auch den EU-Herkunftsschutz halte ich für einen wichtigen Treiber und Träger erfolgreicher Entwicklungen – vor allem im Hinblick auf die Exportmärkte. Schon jetzt übernimmt Bayern hier im Bundesvergleich die Vorreiterrolle. Durch intensive Kooperation und Beratung der Marktbeteiligten haben wir die Anzahl EU-geschützter Produkte in den vergangenen Jahren auf beachtliche 44 Spezialitäten ausgebaut. Auch hier ist das Potential noch lange nicht ausgeschöpft! Produkte wie Bayerisches Bier, Nürnberger Rostbratwürste oder Bayerische Brezen sind glaubhafte Botschafter für die „Marke Bayern“.

Der Erfolg der „Marke Bayern“ hängt davon ab, wie gut es uns weiterhin gelingt, die Trends von morgen zu erkennen und sich ändernde gesellschaftliche Ansprüche zu bedienen. „Marke Bayern“ muss in Zukunft vor allem heißen, Genuss mit gutem Gewissen für Tiere, Umwelt und Heimat.

- Deshalb unterstützen wir die Landwirte darin, sich auf die wachsenden Anforderungen im Bereich von Tierwohl und Umweltschutz einzustellen. Ich habe die neuen Förderprogramme noch gezielter auf Klimaschutz, Biodiversität, Ökolandbau und Tierwohl ausgerichtet. Ein weiterer Baustein ist der Runde Tisch für tiergerechte Nutztierhaltung. Nachhaltiges Wirtschaften im Einklang mit den Erwartungen der Gesellschaft beinhaltet auch, dass auf Bayerns Feldern keine gentechnisch veränderter Pflanzen angebaut werden.
- Mit Blick auf TTIP gilt: Unsere hohen Produktions- und Verbraucherschutzstandards sind nicht verhandelbar, auch wenn wir die Chancen, die es bietet, nicht aus den Augen verlieren dürfen.
- Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungsketten stärkt unsere Strukturen. Dafür brauchen wir gemeinsame Marketing- und Kommunikationsstrategien.

6 Schlussfolgerung

Die „Marke Bayern“ lebt vom Bayerischen Weg in der Agrarpolitik und seinem Credo für den bäuerlichen Familienbetrieb. Umgekehrt ist sie ein wichtiger Baustein bei der erfolgreichen Umsetzung des „Bayerischen Wegs“ beim Absatz und der Vermarktung unserer Lebensmittel, der auf das starke Nebeneinander von Direktvermarkter, Genusshandwerk und mittelständisch geprägter Ernährungswirtschaft setzt. Für mich ist das die Strategie für einen weiterhin erfolgreichen Agrarstandort Bayern und starke ländliche Räume.

Ich wünsche Ihnen einen anregenden und informativen Veranstaltungsverlauf. Nutzen Sie die Chance des heutigen Tages für Diskussionen und den Austausch in der Branche. Wir alle können davon profitieren!

Mit globalen Märkten Geld verdienen



Prof. Dr. Dr. h.c. P. Michael Schmitz

Professor und Direktor am Institut für Agrarpolitik und Marktforschung der Justus-Liebig-Universität Gießen

Geboren 1949 in Bad Gandersheim (Niedersachsen)

- 1970 – 1975 Studium der Volkswirtschaftslehre an der Universität Göttingen
- 1975 Diplom Volkswirt im Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Göttingen
- 1979 Promotion im Fachbereich Agrarwissenschaften der Universität Göttingen, Fachrichtung Agrarökonomie
- 1984 Habilitation im Fachbereich Agrarwissenschaften der Universität Kiel, Fachrichtung Agrarökonomie
- 1984 Aufenthalte als Gastwissenschaftler am International Institute for Applied Systems Analysis in Laxenburg bei Wien, Österreich (sechs Monate)
- 1991 Department of Agricultural and Applied Economics der University of Minnesota, USA (fünf Monate)
- 1984 Justus-Liebig-Universität Gießen (Rufannahme)
- 1987 Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main (Rufannahme)
- 1995 Justus-Liebig-Universität-Gießen
Gründung des Instituts für Agrarbusiness und Ernennung zum Direktor des Instituts für Agribusiness in Leipzig und zum Vorsitzenden des Vereins für Agribusiness-Forschung e.V. in Leipzig; seit Mai 2000 befindet sich der Sitz von Verein und Institut in Gießen
- 1992 – 2012 Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV)
- Seit 2006 Ernennung zum Mitglied des Aufsichtsrats des Central Asian Institute of Applied GeoSciences (CAIAG) in Bischkek (Kirgisische Republik)
- 2006 – 2015 Mitglied des Vorstands der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft e. V.

Auszeichnungen:

Ernennung zum Ehrenprofessor der Nationalen Agraruniversität Bila Tserkva (Ukraine) durch den Senat der Universität im Jahr 2004

Verleihung der Ehrendoktorwürde der Nationalen Agraruniversität Bila Tserkva in der Ukraine am 10. Juni 2010

Verleihung der Max-Eyth-Denkmünze in Silber durch die DLG am 14. Januar 2015

1 Einleitung

Moderne Landwirtschaft und Lebensmittelindustrie geraten zunehmend ins Kreuzfeuer von zivilgesellschaftlichen Organisationen (ZGOs) und Globalisierungsgegnern. Die Kritiker fordern eine Abkehr von der exportorientierten Massenproduktion in industriellen Strukturen einerseits sowie einen Verzicht auf importierte Eiweißfuttermittel und auf Agrarerzeugnisse, die mit geringeren Standards produziert worden sind, andererseits. Angeblich zerstören EU-Agrarexporte Drittländermärkte und treiben Kleinbauern in den Ruin und die Futtermittelimporte zerstören den Regenwald und verschärfen somit das Klimaproblem. Schließlich sieht man die Gesundheit der Menschen durch Genfood, Hormonfleisch und Chlorhähnchen gefährdet, wie es aktuell im Zusammenhang mit dem geplanten EU-US-Freihandelsabkommen (TTIP) diskutiert wird. Gefordert wird stattdessen eine Landwirtschaft mit geschlossenen Kreisläufen, die auf regionale Produktion und Vermarktung setzt und sich an den Prinzipien des Ökolandbaus orientiert.

Gleichzeitig boomen aber die Weltagarmärkte und viele Länder nehmen mit ihren Agrar- und Ernährungssektoren erfolgreich am internationalen Handel teil, und zwar sowohl Industrieländer als auch zunehmend Schwellenländer. Die Frage ist nun, wie sich die deutsche Landwirtschaft zukünftig in diesem wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Spannungsfeld aufstellen sollte. Dazu ist es sicherlich hilfreich, sich einige ökonomische Gesetzmäßigkeiten und Fakten in Erinnerung zu rufen.

2 Fakten und Trends

Globalisierung an sich ist grundsätzlich nichts Böses oder Gefährliches, sondern lediglich eine beschleunigte Integration der Wirtschaft in größere Märkte und mehr Arbeitsteilung untereinander, wie es sich seit dem 2. Weltkrieg kontinuierlich entwickelt hat. Ohne Arbeitsteilung und Gütertausch zwischen Menschen, Regionen und Ländern würden wir noch in der bescheidenen Welt von Robinson Crusoe leben. Erfahrung und Geschichte zeigen nämlich, dass Abschottung und Verzicht auf Arbeitsteilung zu wirtschaftlichem und sozialem Niedergang führen (Nord-Korea, Kuba). Entwickelte Volkswirtschaften/Regionen weisen dagegen hohe Export- und Importanteile am Produktionswert auf. Zunehmend finden auch Kapitalexporte und Kapitalimporte in Form von ausländischen Direktinvestitionen und Portfolioinvestitionen statt und tragen zur Wohlstandsmehrung bei. Interessant ist auch, dass sich der Handel mit Vor- und Zwischenproduktion inzwischen dynamischer entwickelt als der Handel mit Endprodukten. So beruhen 30% unserer deutschen Gesamtexporte auf importierten Vorprodukten aus anderen Ländern. Mit Blick auf unsere umfangreichen Futtermittelimporte für die Fleisch- und Milchproduktion gilt dieses tendenziell auch für die Exporte aus diesen Branchen.

Internationale Wettbewerbsfähigkeit setzt dabei die Effizienz und Innovationskraft aller Glieder der Wertschöpfungskette voraus. Eine leistungsfähige Landwirtschaft allein reicht nicht aus. Vor allem die Ernährungsindustrie ist gefordert, die Nahrungsmittel in geeigneten Mengen und entsprechender Qualität zu produzieren. Eine besondere Rolle spielen auch die Dienstleister in der Wertschöpfungskette. Ohne professionelle Begleitung von Banken, Versicherungen, Händlern, Lagerhaltern, Beratern und Marktanalysten lässt sich Wettbewerbsfähigkeit nicht erreichen.

Schließlich können staatliche Maßnahmen des Gemeinschaftsmarketings die privaten Aktivitäten der Unternehmen unterstützen, um neue Märkte zu erschließen bzw. traditionelle Absatzkanäle gegen Konkurrenz abzusichern. Im Vergleich zu anderen Ländern fließen in Deutschland nach dem Wegfall der CMA relativ wenig Mittel in das Gemeinschaftsmarketing, was sicherlich ein Wettbewerbsnachteil ist.

Trotz dieses Nachteils hat sich die deutsche Agrarwirtschaft, und dabei auch die bayerische Agrarwirtschaft bislang sehr erfolgreich am internationalen Handel beteiligt. Milch- und Fleischprodukte sind zweifellos die Flaggschiffe des deutschen Agrarexports. Aber auch die Importe weisen hohe Zuwachsraten auf, es findet also eine echte Integration in globale Märkte statt (vgl. Abb. 1 und 2). Obwohl ein Großteil des Handels mit den EU-Partnern abgewickelt wird (70% bis 80%), hat sich der Agrarhandel mit Ländern außerhalb der EU ausgesprochen dynamisch entwickelt. Ein großes Nachfragepotenzial entsteht im asiatischen Raum. Und wenn Russland seine Importbeschränkungen wieder aufheben sollte, ist auch dieser Markt ein viel versprechender Abnehmer.

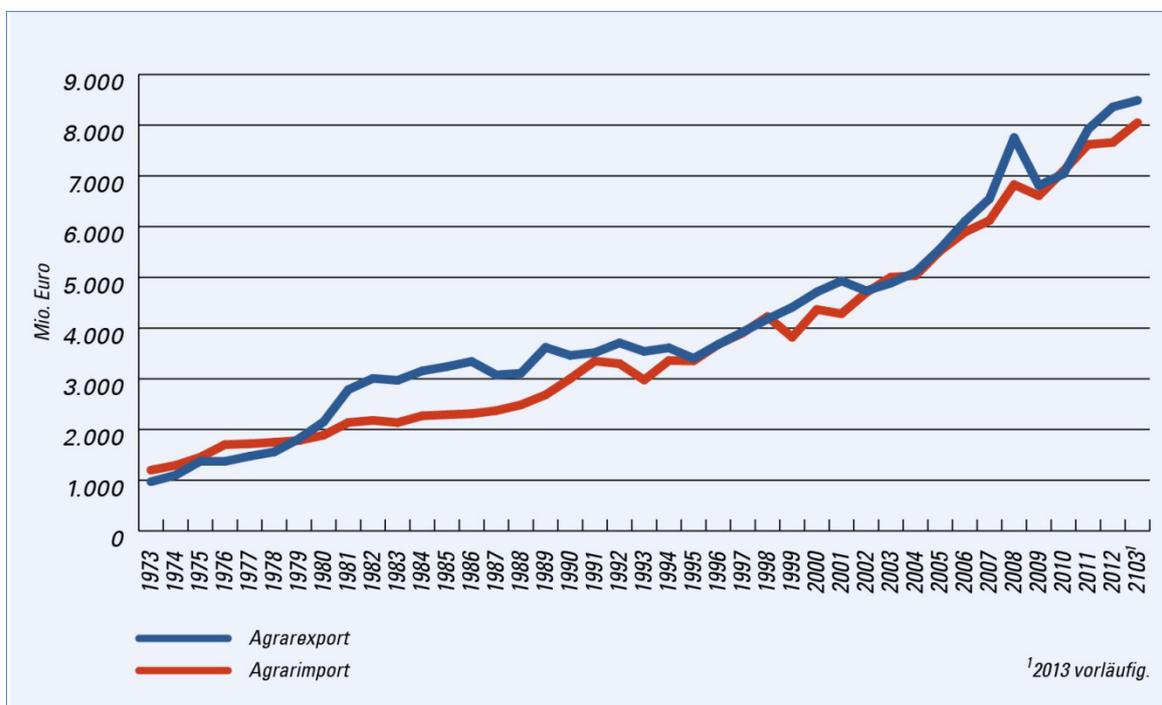


Abb. 1: Bayerische Agraraus- und -einfuhr (Quelle: Bayerischer Agrarbericht 2014)

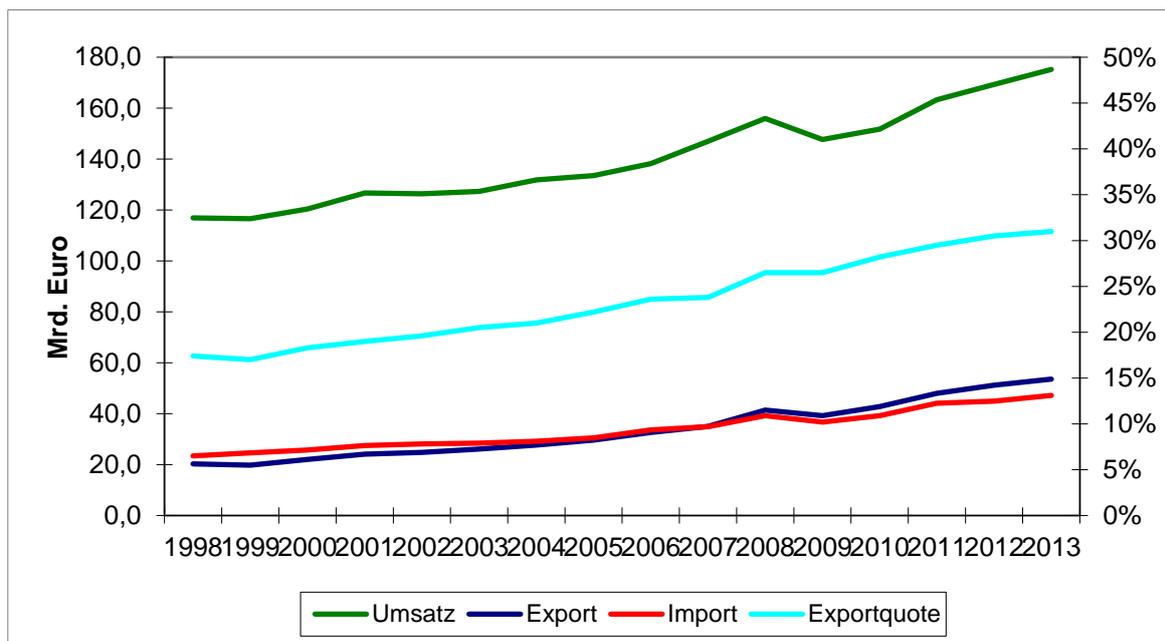


Abb. 2: Umsatz, Export, Import, der deutschen Ernährungsindustrie (Quelle: BVE, 2015)

Insgesamt sind die Aussichten für die deutsche und europäische Land- und Ernährungswirtschaft auf den globalen Märkten sehr gut. Die vorliegenden Preisprognosen bis zum Jahr 2023 weisen durchweg einen positiven Trend auf. Die Preisvolatilitäten an den Weltmärkten sind zwar höher als unter den alten EU-Marktordnungsbedingungen, aber sie sind im Zeitablauf auch nicht angestiegen, und die meisten heimischen Unternehmer betreiben längst ein kluges Risikomanagement. Auch die standörtlichen Voraussetzungen sprechen für die hiesige Land- und Ernährungswirtschaft. Beste Böden und ausreichende Wasserverfügbarkeit garantieren trotz Klimawandel eine hervorragende Produktion. Gerade mit Nahrungsmittelqualität und -sicherheit können wir auf internationalen Märkten punkten. Kurzum, Aussichten und Voraussetzungen sind hervorragend, um auf globalen Märkten Geld zu verdienen und somit heimisches Einkommen und heimische Beschäftigung zu sichern.

Regionaler Handel und internationaler Handel sind dabei kein Widerspruch, sondern können erfolgreich nebeneinander bestehen als Ausdruck individueller unternehmerischer Wahlfreiheit für die standörtliche beste Option. Nicht alle Unternehmen eignen sich für den Fernhandel, sondern haben ihre komparativen Vorteile in der Belieferung regionaler Abnehmer. Andere wiederum sind national unterwegs oder beschränken sich auf EU-Nachbarländer. Das Spektrum ist in der Regel sehr breit und lässt auch Verschiebungen zu. Die gesellschaftlich verengte Diskussion auf die Wahl zwischen Globalisierung versus Regionalisierung führt deshalb nicht weiter. Und es ist auch nicht Aufgabe der Politik, eine der beiden Optionen kollektiv zu empfehlen bzw. einseitig zu fördern oder zu diskriminieren. Politik ist vielmehr gut beraten, Unternehmer des gesamten Spektrums in ihren Bemühungen zur Markterschließung und Produkt- bzw. Prozessverbesserung zu unterstützen.

3 Folgen eines Verzichts auf internationalen Handel

Würde Politik dagegen der Forderung von einigen ZGOs und Globalisierungsgegnern nachkommen und tatsächlich weitgehend geschlossene Kreisläufe erzwingen und nur noch einseitig den ökologischen Landbau akzeptieren, hätte das erhebliche volks- und betriebswirtschaftliche Kosten zur Folge, die sich bei einem deutschen Alleingang dieser Politik noch vervielfachen würden. Wertschöpfung wird so deshalb nicht erhalten, wie oft zu hören ist, sondern Wertschöpfung wird in einer sich arbeitsteilig und dynamisch entwickelnden Weltwirtschaft vernichtet. Nicht einmal die ökologische Überlegenheit geschlossener regionaler Kreisläufe lässt sich eindeutig belegen. Das Gegenteil scheint der Fall zu sein.

Der Ökolandbau ist dagegen eine unternehmerisch interessante Option für ein noch relativ kleines Marktsegment. Das gilt, solange der Preisaufschlag für Ökoprodukte die Zusatzkosten der Produktion übersteigt. Allerdings sollte er nicht ideologisch überhöht werden, weil das die 90% bis 95% der anderen Landbauformen unnötig diskriminiert, obwohl auch diese Umweltgesetze und Sozialstandards strikt einhalten und qualitativ hochwertige bzw. gesundheitlich unbedenkliche Produkte erzeugen müssen. Im Übrigen ist auch der Ökolandbau ein Eingriff in die Natur und ist bei höherem Flächenverbrauch nicht grundsätzlich ökoeffizienter (pro Produkteinheit) als der konventionelle Landbau. Schließlich sollte auch die heimische Förderung des Ökolandbaus mit Augenmaß und im Kontext zu Unterstützungsmaßnahmen des konventionellen Landbaues betrieben werden, weil andernfalls das zu erwartende Mehrangebot den derzeitigen Preisanschlag für Ökoprodukte aushöhlt und die Prämien möglicherweise nicht ausreichen, die Mehrkosten zu decken.

Um nicht falsch verstanden zu werden: Das ist kein Plädoyer gegen den ökologischen Landbau und seine Förderung. Es ist ein Plädoyer für den Erhalt der Vielseitigkeit von Landbauformen und für den weitgehenden Verzicht der Politik auf struktur-, investitions- und handelslenkende Maßnahmen. Entscheidungen darüber liegen besser in den Händen der Unternehmer.

4 Zu Irrtümern und Falschaussagen der Diskussion

Im Übrigen ist mit einigen Irrtümern und Falschaussagen in der Globalisierungsdiskussion aufzuräumen. Spekulanten und Biokraftstoffe sind nachweislich nicht verantwortlich für die Preisturbulenzen an internationalen Märkten, sondern Ölpreise, Wechselkurse, Witterungsbedingungen, Konjunkturschwankungen und ad-hoc Politikeingriffe in den Handel erklären einen großen Teil des Preisgeschehens. Erst recht können Nahrungsmittelspekulation und Biokraftstoffe nicht für den Hunger in der Welt verantwortlich gemacht werden, weil das Preisgeschehen an den Weltmärkten kaum auf die Binnenmärkte von armen Ländern transferiert wird. Dort herrschen eigene Gesetzmäßigkeiten. Hunger und Armut sind vor allem hausgemacht und sind die Folge von schlechter Regierungsführung, Korruption, Bürgerkriegen, aufgeblähten staatlichen Vermarktungseinrichtungen und der preislichen und steuerlichen Diskriminierung der Landwirtschaft.

Auch unsere Agrarexporte zerstören keine Drittländermärkte. Sie erfolgen inzwischen ohne EU-Exporterstattungen und erfüllen ganz offensichtlich die Kundenwünsche von Verbrauchern in Drittländern, die dafür eine Zahlungsbereitschaft haben. Und die umfangreichen Importe an Eiweißfuttermitteln generieren Exporterlöse für Lateinamerika, was zur Sicherung von Einkommen und Beschäftigung dort beiträgt. Und die Zerstörung des Regenwalds ist längst von den nach wie vor wachsenden Rinderherden und Sojaflächen ent-

koppelt worden und entwickelt sich seit dem brasilianischen Schutzprogramm von 2004 rückläufig. Eine komplette Versorgung mit Eiweißfuttermitteln heimischer Herkunft hätte nach eigenen Schätzungen Milliardenverluste an Wohlfahrt zur Folge mit deutlichen Exporteinbußen bei unseren Exportschlagern. Schließlich ist nicht damit zu rechnen, dass mit TTIP unsere Standards aufgegeben werden. So ist zumindest die Verhandlungsposition der EU-Kommission.

Allerdings sollte Politik in Deutschland einmal generell innehalten und das Ausmaß an Regulierung und Bürokratie, gerade auch für den Bereich Landwirtschaft, überdenken. Aktuelle Beispiele für potenzielle Zusatzlasten sind die Verschärfung der Düngeverordnung, die Vorschriften zur Mindestlohnregelung und die im EU-Vergleich hohen Stromkosten. Nicht zuletzt die typisch deutsche Diskussion zum Thema Tierwohl muss Sorge für den Agrarstandort Deutschland bereiten. In diesem Zusammenhang ist von zu erwartenden Mehrkosten in Höhe von 13% bis 23% (ca. 3 bis 5 Mrd. Euro) pro Jahr in der deutschen Tierproduktion die Rede, also gerade bei jenen Produkten, mit denen wir besonders exportstark sind. Nichts gegen den Tierschutz, aber auch dieser muss mit Augenmaß und mit den Landwirten und nicht gegen sie betrieben werden.

5 Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die deutsche und bayerische Landwirtschaft gemeinsam mit ihren Marktpartnern beste Voraussetzungen bietet, um erfolgreich am internationalen Agrarhandel teilzunehmen. Dieser bietet hervorragende Perspektiven und sichert Einkommen und Beschäftigung zu Hause. Die Exportaktivitäten sollten bei weiter wachsenden Weltmärkten sogar noch ausgebaut werden. Staatliche Hilfestellung ist dabei erwünscht.

Nachhaltige Ertragssteigerung im Öko-Landbau – Grundlage für eine erfolgreiche Entwicklung



Prof. Dr. Kurt-Jürgen Hülsbergen

Technische Universität München

Lehrstuhl für Ökologischen Landbau und Pflanzenbausysteme

Geboren 1960 in Groß Santerleben (Sachsen-Anhalt)

1982 – 1987 Studium der Agrarwissenschaften an der Martin-Luther Universität Halle-Wittenberg

1987 – 1990 Forschungsstudium am Institut für Ackerbau der Universität Halle

1990 Promotion (Dr. agr.)

1990 – 1996 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Pflanzenbau

1994 – 1996 Leitung der Forschergruppe „Ökologischer Landbau und Modellierung im Pflanzenbau“ am o. g. Institut

1996 – 2002 Wissenschaftlicher Assistent (C1) am Institut für Acker- und Pflanzenbau

2002 Habilitation

2002 – 2003 Wissenschaftlicher Assistent (C2)

seit 2003 Ordentlicher Professor (C4), Leiter des Lehrstuhls für Ökologischen Landbau der TU München

2004 Integration des Pflanzenbaus in den Lehrstuhl

2007 – 2013 Studiendekan der Studienfakultät Agrar- und Gartenbauwissenschaften

Schwerpunkte der Wissenschaftlichen Tätigkeit

Die Schwerpunkte der Forschungsarbeiten liegen auf den Gebieten des Acker- und Pflanzenbaus, des ökologischen Landbaus und der Systemanalyse/-modellierung.

Mitarbeit in Gremien (Auswahl)

Wissenschaftlicher Beirat für Düngungsfragen des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Arbeitsgemeinschaften des Kuratoriums für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (KTBL)

Kommission Landwirtschaft am Umweltbundesamt (KLU)

Ausschüsse der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG)

Beirat für den Nationalpark Berchtesgaden

Zusammenfassung

Im ökologischen Landbau ist eine nachhaltige Ertrags- und Leistungssteigerung erforderlich, um die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, die Ressourceneffizienz zu steigern und die produktbezogenen Treibhausgasemissionen zu senken.

Auf der Grundlage von Dauerfeldexperimenten und Systemanalysen landwirtschaftlicher Betriebe werden Ursachen für Ertragseffekte ermittelt und Strategien für nachhaltige Ertragssteigerungen abgeleitet. Die Untersuchungsergebnisse zeigen eine Überlegenheit der ökologischen Milchvieh-Gemischtbetriebe gegenüber den ökologischen Marktfruchtbetrieben bei allen analysierten Ertrags- und Effizienzparametern.

Die Bedeutung der Ertragssteigerungen für die Umwelt- und Klimawirkungen wird an Beispielen aus aktuellen Forschungsprojekten dargestellt.

Abschließend wird ein Ausblick auf weitere Forschungsarbeiten gegeben, die nachhaltige Ertragssteigerungen bewirken können.

1 Einleitung

Der ökologische Landbau steht vor großen Herausforderungen. Die Nachfrage nach ökologisch erzeugten Lebensmitteln ist in den vergangenen Jahren kräftig gestiegen und ein weiteres Wachstumspotenzial wird prognostiziert. Aus der Marktnische wurde ein wichtiges Marktsegment. Allerdings kommen die Ökoprodukte zunehmend aus dem Ausland. Der Zuwachs an ökologischer Anbaufläche und die Erzeugung von Ökoprodukten kann in Bayern und in Deutschland bei weitem nicht mit dem wachsenden Bedarf Schritt halten.

Die Konsumenten wünschen sich aber regionale Ökoprodukte ohne lange Transportwege und eine möglichst transparente Produktion. Für eine Ausdehnung der ökologischen Landwirtschaft in Bayern gibt es weitere gute Gründe – die positiven Umwelt- und Klimawirkungen, die Wertschöpfung im ländlichen Raum. Der ökologische Landbau passt sehr gut in die bäuerlichen Strukturen der bayerischen Landwirtschaft.

Die Ursachen für die stagnierende Ökolandbaufläche in einem dynamischen Wachstumsmarkt sind vielschichtig – ein Hauptgrund besteht aber in den begrenzten Ertragsleistungen und der zunehmenden Ertragslücke zu intensiven Produktionssystemen. Der Ertrag im Pflanzenbau und die Leistungen in der Tierhaltung haben wesentlichen Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit. Die Wettbewerbssituation hat sich in den vergangenen Jahren verschärft, weil die Pachtpreise – auch durch den Ausbau der Biogaserzeugung – deutlich angestiegen sind.

Neben den ökonomischen Effekten bestimmen die Erträge und Leistungen auch wesentlich die Nährstoff-, die Energie-, und die Landnutzungseffizienz sowie die Umwelt- und Klimawirkungen der Landwirtschaft. Die Ressourceneffizienz ist eines der wichtigsten Themen in der Agrarforschung der kommenden Jahrzehnte. Angesichts begrenzter natürlicher Ressourcen (Boden, Wasser, Energie, Nährstoffe, Biodiversität) und dem wachsenden Bedarf an Nahrungsmitteln und Biomasse, sind Ertragssteigerungen notwendig.

Dieser Diskussion (begrenzte Ressourcen, wachsender Bedarf) kann sich der Ökolandbau nicht verschließen. Wo liegen die Lösungen? Wie kann der Ökolandbau nachhaltige Ertrags- und Leistungssteigerungen erreichen, ohne die eigenen Prinzipien aufzugeben?

Welche Ertragspotenziale sind mit dem vorhandenen Wissen und der verfügbaren Technik zu erschließen? Wo besteht weitergehender grundlegender Forschungsbedarf?

Der folgende Beitrag gibt eine Übersicht zu Ertragsleistungen ökologischer Anbausysteme in Feldexperimenten und in Praxisbetrieben, zu den Ursachen von Ertragseffekten sowie zu Möglichkeiten der Ertragssteigerung. Die Bedeutung des Ertrages für die Ressourceneffizienz, die Umwelt- und Klimawirkungen wird an Beispielen aus aktuellen Forschungsprojekten dargestellt. Abschließend wird ein Ausblick auf weitere Forschungsarbeiten gegeben, die nachhaltige Ertragssteigerungen bewirken können.

2 Ertragswirkungen im ökologischen Landbau

Der ökologische Landbau hat grundlegende, in Gesetzen und Richtlinien fixierte Prinzipien und Besonderheiten, die das Ertragspotenzial wesentlich bestimmen (Abb. 1). Ökologisch wirtschaftende Betriebe sind fast immer „Low-Input-Systeme“, da sie auf den Einsatz von Mineral-Stickstoff und chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln verzichten, und daher wenig betriebsfremde Stoffe und fossile Energie verwenden.

Aus diesen Restriktionen ergibt sich fast zwingend, dass ein langfristig erfolgreicher ökologischer Landbau mit Leguminosen basierten Fruchtfolgen arbeitet, um über die symbiotische N₂-Fixierleistung eine ausreichende Stickstoffversorgung zu gewährleisten. Ein weiteres Grundprinzip ist der vielseitig organisierte Gemischtbetrieb mit Stoffkreisläufen im System Boden – Pflanze – Tier, um eine ausreichende Humus- und Mineralstoffversorgung als wesentliche Grundlage der Bodenfruchtbarkeit zu erreichen.

Mit anderen Worten – im ökologischen Landbau sind vielseitige Betriebsstrukturen und Fruchtfolgen mit Leguminosen sowie der Erhalt der Bodenfruchtbarkeit und der Biodiversität erforderlich, um nachhaltig zu wirtschaften und das Ertragspotenzial zu erhalten.

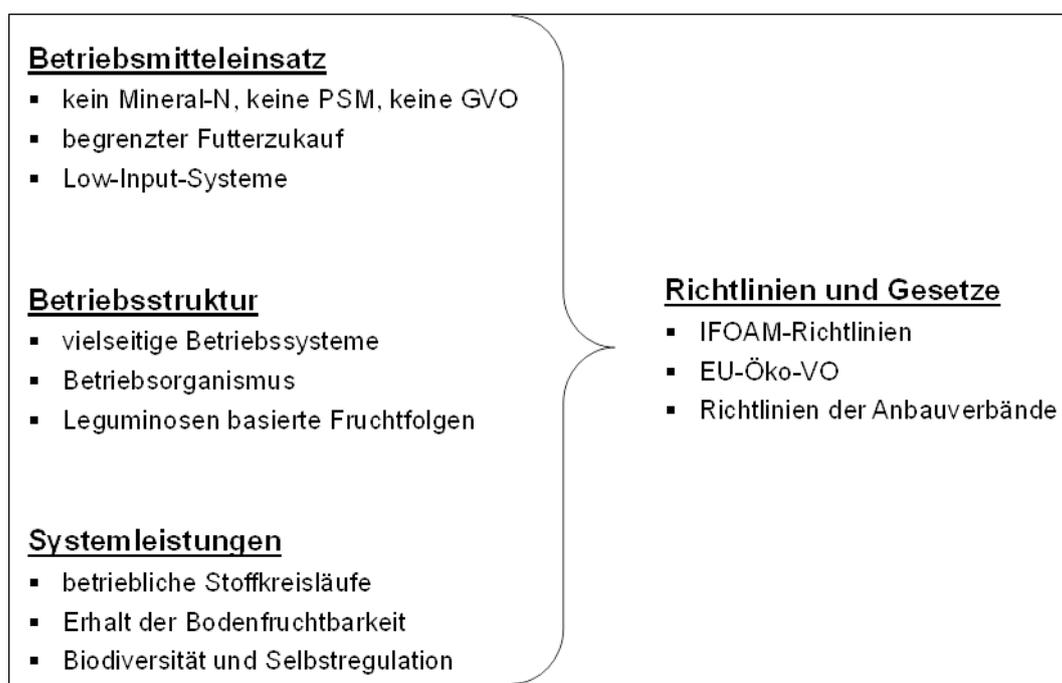


Abb. 1: Prinzipien und Kennzeichen des ökologischen Landbaus

Allerdings haben sich die Strukturen im ökologischen Landbau in den vergangenen Jahren grundlegend verändert. Neben vielseitig organisierten Gemischtbetrieben gibt es zunehmend ökologische Marktfruchtbetriebe, die mit spezialisierten und vereinfachten Fruchtfolgen wirtschaften. Eine aktuelle Untersuchung [9] zeigt, dass in einigen Regionen Bayerns inzwischen über 40 % der Ökobetriebe als Marktfruchtbetriebe wirtschaften. Diese Betriebe haben im Mittel nur 10 % Klee gras in den Fruchtfolgen, das überwiegend zur Gründüngung als Klee gras-Mulch genutzt wird. Tierhaltende Betriebe haben im Mittel 20 % Klee grasanteil und eine entsprechende höhere N₂-Fixierleistung.

Die strukturellen Veränderungen haben die Stoffkreisläufe der Betriebe stark beeinflusst. Es stellt sich die Frage, ob Marktfruchtbetriebe eine ausreichende Nährstoff- und Humusversorgung für hohe und stabile Erträge dauerhaft gewährleisten können oder eine negative Stickstoffbilanz und die Abnahme der Bodenfruchtbarkeit zu befürchten ist. Andererseits führte der Bau von Biogasanlagen in ökologischen Betrieben zu einer Intensivierung der betrieblichen und überbetrieblichen Stoffflüsse, wie es zuvor im Ökolandbau nicht möglich war. Die Biogasgülle enthält hohe Anteile an direkt pflanzenverfügbarem, aber auch verlustgefährdetem Stickstoff. Gegenüber dem ursprünglichen Ziel der indirekten Ernährung der Pflanzen mit organisch gebundenem Stickstoff ist dies zudem ein Wechsel der Düngestrategie.

Um die Ertragseffekte und die Nachhaltigkeit unterschiedlich strukturierter Ökobetriebe zu analysieren, arbeiten wir auf zwei Systemebenen:

1. in Dauerfeldexperimenten, in denen ökologische Marktfruchtbau-, Milchvieh- und Biogasbetriebe untersucht werden,
2. in Praxisbetrieben mit unterschiedlicher Betriebsstruktur (Marktfruchtbau-, Milchvieh-/Gemischtbetriebe).

Zu 1) Ergebnisse aus Dauerfeldversuchen

In einem Dauerfeldversuch am Standort Viehhausen der TU München (500 m NN, mittlerer Jahresniederschlag: 786 mm, mittlere Jahrestemperatur: 7,8°C) werden die Langzeitwirkungen ökologischer und konventioneller Anbau- und Betriebssysteme auf Böden, Pflanzen und Umwelt untersucht. Erste Ergebnisse zu den Ertragswirkungen zeigen Tab. 1 und Abb. 2. Es handelt sich um einen Systemversuch, bei dem die Fruchtfolgen, die Ertragsverwendung (Ernte, Stroh- und Gründüngung) sowie die Menge und Qualität der Dünger systemkonform sind. So entsprechen die applizierten organischen Dünger dem berechneten Düngeraufkommen der jeweiligen Systeme.

Bereits in der ersten Fruchtfolgerotation nach Versuchsanlage war der Weizenertrag im Biogassystem (mit Gärrestdüngung) mit 5,8 t ha⁻¹ signifikant höher als im Marktfruchtbausystem mit Klee gras-Mulch (4,2 t ha⁻¹). Der Weizen mit Stallmistdüngung brachte im Mittel einen Kornertrag von 4,8 t ha⁻¹, der Weizen mit Gülledüngung 5,2 t ha⁻¹. Aufgrund der wesentlich höheren Anbau-, Düngungs- und Pflanzenschutzintensität sind die Weizenerträge der konventionellen Systeme deutlich höher, wobei sich Fruchtfolgewirkungen zeigen (Tab. 1). Werden die ökologischer Erträge auf den mittleren Ertrag der konventionellen Anbausysteme bezogen, so ergeben sich folgende Ertragsrelationen (ökologischer Ertrag / mittlerer konventioneller Ertrag): ökologischer Marktfruchtbau: 0,41, Milchvieh-Gülle: 0,51, Milchvieh-Stalldung: 0,47, Biogas: 0,57.

In einem zweiten, bereits seit 2004 laufenden Feldexperiment in Viehhausen sind die Ertragseffekte nach Biogasdüngung inzwischen wesentlich größer. So ermittelten Levin et

al. [3] im Mittel von 6 Untersuchungsjahren einen Weizen-Kornertrag in ökologischen Fruchtfolgen ohne Gärrestdüngung von 4,1 bis 4,4 t ha⁻¹, bei einer Düngung mit Gärresten in den gleichen Fruchtfolgen von 6,2 bis 6,6 t ha⁻¹. Zudem zeigten sich positive Wirkungen der Gärrestdüngung auf den Proteingehalt, die Stickstoffzüge, den Humusgehalt sowie zahlreiche Bodeneigenschaften.

In einer Metastudie, die weltweit Versuchsergebnisse auswertet, fanden Seufert et al. [8] eine mittlere Ertragsrelation bei Winterweizen von 0,6. Andere Fruchtarten, z.B. Leguminosen, schnitten im Ertragsvergleich deutlich besser ab und erreichten zum Teil über 80 % des konventionellen Vergleichsertrages. Als wesentliche Einflussfaktoren auf den Ertrag und die Ertragsrelationen wurden die Nährstoffversorgung, Bodeneigenschaften und die Zeit seit der Umstellung auf Ökolandbau identifiziert.

Tab. 1: Weizen-Kornerträge (t ha⁻¹), Systemversuch Viehhausen, [1]

	Ökologischer Landbau				Konventioneller Landbau			
	Marktfrucht	Milchvieh-Gülle	Milchvieh-Stalldung	Biogas	Marktfrucht		Milchvieh-Gülle	
Vorfrucht	Luzerne-Klee gras	Luzerne-Klee gras	Luzerne-Klee gras	Luzerne-Klee gras	Körner-mais	Winter-raps	Silo-mais	Winter-raps
2011	4,3 ^a	5,5 ^b	5,3 ^{ab}	5,4 ^{ab}	8,5 ^c	10,6 ^d	9,7 ^d	10,5 ^d
2012	3,7 ^a	4,5 ^{ab}	3,7 ^a	5,4 ^b	9,3 ^c	11,9 ^d	10,2 ^c	11,5 ^d
2013	4,6 ^a	5,6 ^{ab}	5,3 ^{ab}	6,6 ^b	9,3 ^{cd}	10,9 ^d	8,9 ^c	11,0 ^d
Mittel	4,2^a	5,2^{ab}	4,8^a	5,8^b	9,0^c	11,1^d	9,6^c	11,0^d

Neben den Erträgen einzelner Fruchtarten sind die Ertragsleistungen der Fruchtfolgen und Anbausysteme bedeutsam. Die Ertragsanalysen im Systemversuch Viehhausen zeigen, dass die ökologischen Fruchtfolgen zum Teil (in einzelnen Jahren) das Ertragsniveau der konventionellen Fruchtfolgen erreichen und zwischen den ökologischen Varianten signifikante Unterschiede auftreten.

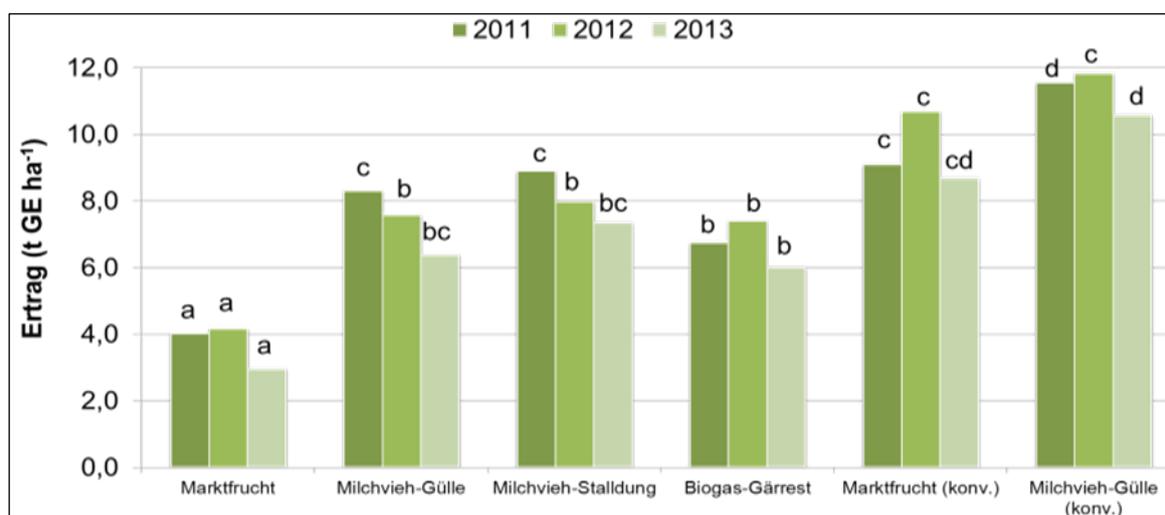


Abb. 2: Fruchtfolgeertrag der Anbausysteme (t GE ha⁻¹), Systemversuch Viehhausen [1]

Bezogen auf den mittleren Ertrag der konventionellen Fruchtfolgen (10,4 t GE ha⁻¹) wurden folgende Ertragsrelationen ermittelt: ökologischer Marktfruchtbau: 0,36, Milchvieh-Gülle: 0,71, Milchvieh-Stalldung: 0,78, Biogas: 0,64. Der Grund für die deutliche Differenzierung der ökologischen Systeme und die zum Teil geringeren Ertragsunterschiede zu den konventionellen Systemen liegen in der differenzierten Ertragsverwendung (Ernte vs. Mulch-/Stroh- und Gründüngung) und der unterschiedlichen Fruchtfolge (z.B. Klee gras im ökologischen Landbau mit hohem Ertragspotenzial).

Zu 2) Ergebnisse aus Praxisbetrieben

Im Forschungsprojekt „Netzwerk der Pilotbetriebe“ wurden in 40 ökologischen und 40 konventionellen Betrieben in 4 Agrarräumen Deutschlands Ertragsanalysen sowie Untersuchungen zu Klimawirkungen und zur ökologischen Nachhaltigkeit durchgeführt [5, 7].

Auf Testparzellen wurden in den Pilotbetrieben Ertragsrelationen beim Winterweizen in Abhängigkeit vom Anbaujahr und der Region von 0,4 bis 0,8 ermittelt (siehe Abb. 3a). Auf Betriebsebene zeigte sich eine deutliche Überlegenheit der ökologischen Milchvieh-/Gemischtbetriebe gegenüber den ökologischen Marktfruchtbetrieben hinsichtlich der Parameter Weizenertrag, Klee grasertrag, GE-Ertrag und Energieoutput (Energieertrag) (siehe Abb. 3b). In den ökologischen Milchvieh-/Gemischtbetrieben betrug der Klee grasanteil in den Fruchtfolgen 38 %, in den ökologischen Marktfruchtbetrieben 19 %. Die Humus- und Nährstoffversorgung war in den Gemischtbetrieben wesentlich besser als in den Marktfruchtbetrieben.

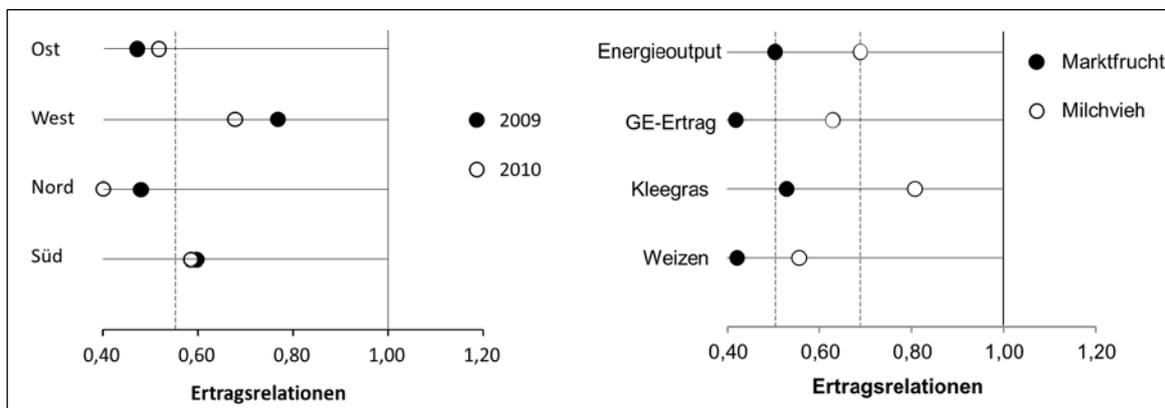


Abb. 3: Ertragsrelationen zwischen ökologischen und konventionellen Pilotbetrieben, konventioneller Ertrag = 1,0. Linke Darstellung (3a): Ertragsrelationen beim Winterweizen, ermittelt auf Testparzellen, rechte Darstellung (3b): Erträge im Betriebsmittel, [5]

3 Bedeutung der Ertragsleistungen für die Ressourceneffizienz, die Umwelt- und Klimawirkungen

Erträge und Energieeffizienz im Pflanzenbau

Im Netzwerk der Pilotbetriebe wurden ausgehend von den schlagweise ermittelten Produktionsverfahren und den Erträgen der einzelnen Fruchtarten detaillierte Energiebilanzen des Pflanzenbaus berechnet. Als Methode wurde die energetische Prozessanalyse verwendet, bei der alle direkten und indirekten Inputs fossiler Energie erfasst werden. Der Energieoutput entspricht der Energiebindung im Ernteertrag [4].

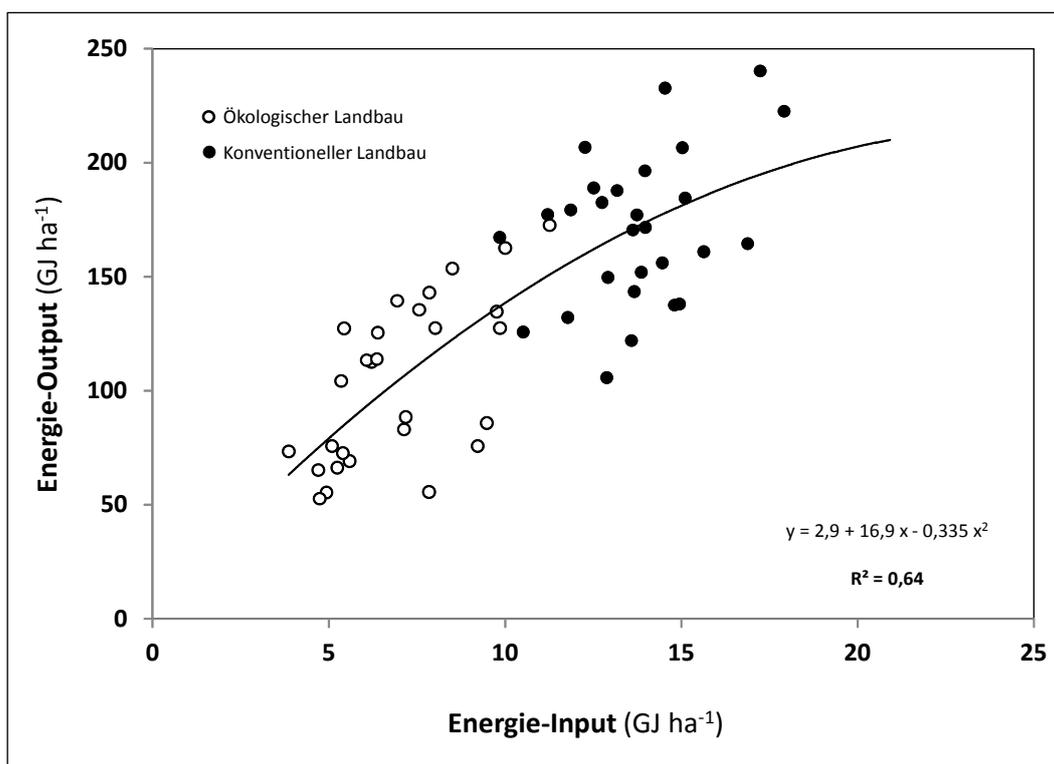


Abb. 4: Beziehung zwischen Energie-Input und Energie-Output im Pflanzenbau, ökologische und konventionelle Pilotbetriebe, nach [7]

Die Ergebnisse zeigen eine sehr große Variabilität der Energieinputs der ökologischen und konventionellen Pilotbetriebe. Die ökologischen Pilotbetriebe sind überwiegend Low-Input-Systeme mit Energie-Inputs $<10 \text{ GJ ha}^{-1}$, die konventionellen Pilotbetriebe überwiegend High-Input-Systeme mit $>10 \text{ GJ ha}^{-1}$. Zwischen dem Energie-Input und dem Energie-Output besteht ein signifikanter Zusammenhang. Einige ökologische Betriebe erreichen das Ertragsniveau und die Energiebindung konventioneller Betriebe (Abb. 4).

Hohe Erträge im ökologischen Landbau erfordern hohe Energieinputs, also relativ intensive Anbauverfahren und entsprechende Bodenbearbeitungs- und Düngungsintensitäten.

Stickstoffkreisläufe und Ertragspotenziale

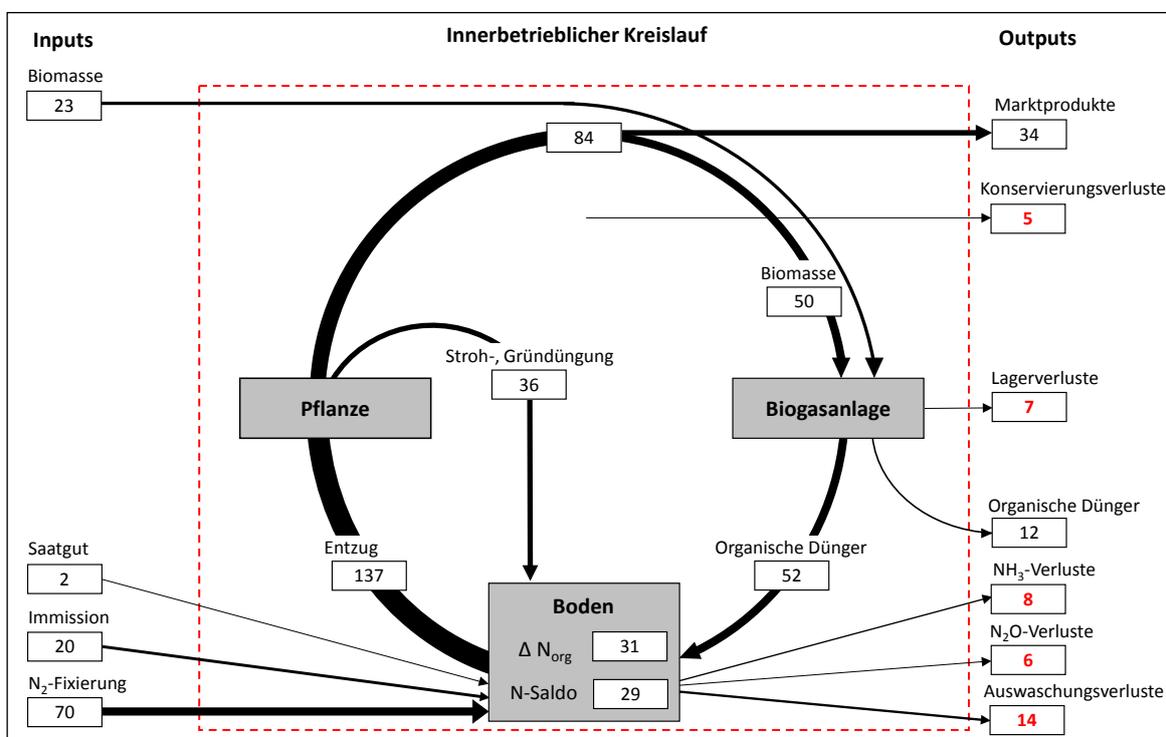
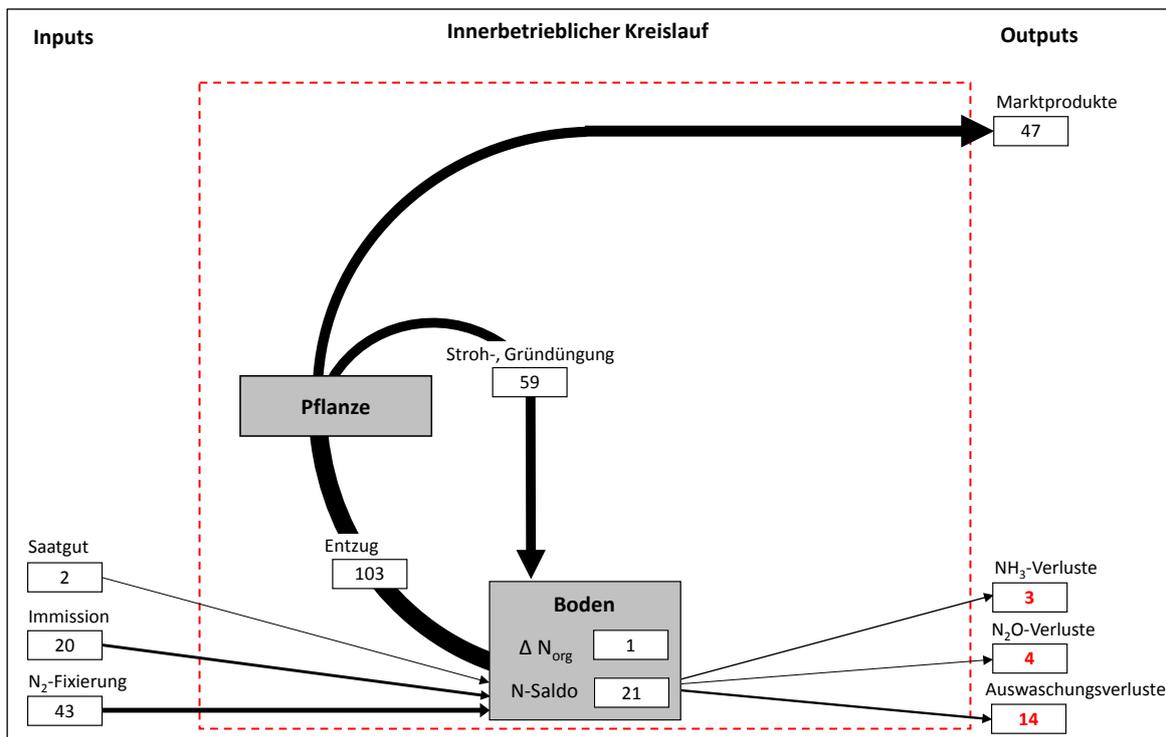


Abb. 5: Stickstoffkreislauf (kg N ha⁻¹ a⁻¹) eines ökologischen Marktfruchtbetriebes, Ausgangssituation ohne Biogasanlage (oben), mit Biogasanlage (unten), berechnet mit dem Modell REPRO, Methodik nach [6]

Eine Möglichkeit, die Anbau- und Düngungsintensität deutlich zu steigern und die Erträge zu erhöhen, bietet die Integration einer Biogasanlage in ökologische Marktfruchtbetriebe. Das Beispiel eines bayerischen Betriebes ist in Abb. 5 dargestellt.

Durch die Integration der Biogasanlage in den ökologischen Marktfruchtbetrieb wurde der innerbetriebliche Stickstoffkreislauf intensiviert. Die Stoffströme wurden durch den Biomassezukauf (Klee gras, Stallung) weiter verstärkt. Der Klee grasanbau wurde ausgedehnt, um ausreichend Substrat für die Biogasanlage zu gewinnen. Die N_2 -Fixierleistung des Klee grasses stieg durch die Schnittnutzung gegenüber der vorherigen Mulch-Nutzung. Die in der Fruchtfolge flexibel einsetzbare Biogasgülle bewirkte Ertragssteigerungen. So stieg der N-Entzug von 103 auf 137 kg N ha⁻¹. Die Veränderungen der Stoffströme führten zu einer Boden-N-Anreicherung (ΔN_{org}) und zum Humusaufbau. Gleichzeitig stiegen aber auch der N-Saldo und die Stickstoffverluste.

Produktbezogene Treibhausgasemissionen im Pflanzenbau

In den Untersuchungen der Pilotbetriebe wurden Treibhausgas-(THG)-Bilanzen des Pflanzenbaus flächen- und produktbezogen ermittelt. In den THG-Bilanzen wurden alle relevanten THG-Flüsse erfasst, insbesondere die N_2O -Emissionen durch Denitrifikation, die aus dem Einsatz fossiler Energie resultierenden CO_2 -Emissionen sowie die mit dem Humusaufbau bzw. Humusabbau verbundenen CO_2 -Flüsse.

Hierbei zeigte sich, dass Ökobetriebe flächenbezogen nur etwa 50 % der Treibhausgasemissionen konventioneller Betriebe aufweisen. Unter Berücksichtigung der differenzierten Erträge emittieren die ökologischen Pilotbetriebe im Mittel etwa 20 % weniger produktbezogene THG-Emissionen (Emissionen je Getreideeinheit) als die konventionellen Vergleichsbetriebe. Bei produktbezogener Betrachtung weisen einige konventionelle Betriebe zum Teil geringere THG-Emissionen als die Ökobetriebe auf.

In Abb. 6 ist der Zusammenhang zwischen der C-Sequestrierung (der CO_2 -Bindung bzw. der CO_2 -Freisetzung durch Humusaufbau und Humusabbau) und produktbezogenen THG-Emissionen dargestellt. Demnach ist die Humusbilanz ein wichtiger Einflussfaktor auf die THG-Bilanz. Die ökologischen Betriebe haben überwiegend positive Humusbilanzsalden und erreichen eine C-Bindung im Boden. Die Ökobetriebe mit der höchsten C-Bindung weisen die geringsten THG-Emissionen je Produkteinheit auf.

Eine Strategie, die produktbezogenen THG-Emissionen zu senken, besteht in der Ertragssteigerung, andere Strategien in der Verbesserung der Humusversorgung der Böden, der Erhöhung der Stickstoff- und Energieeffizienz [5, 7].

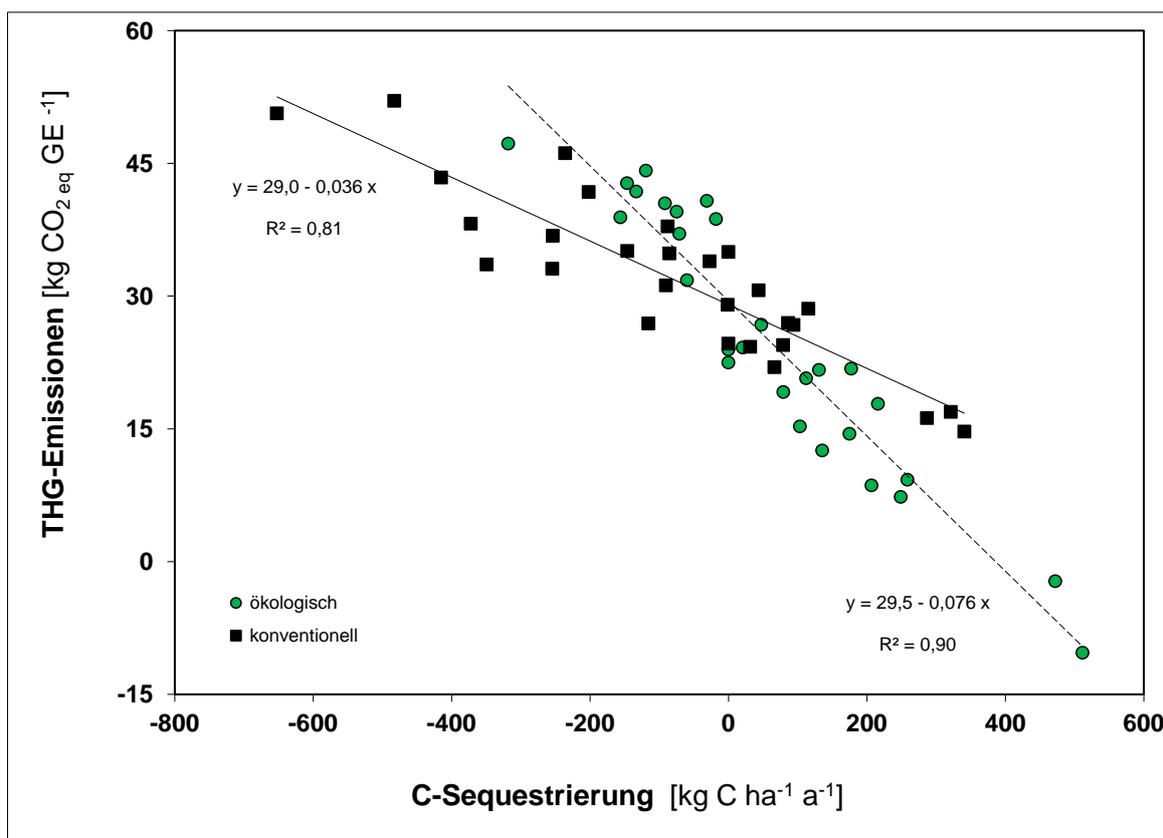


Abb. 6: Beziehung zwischen C-Sequestrierung und produktbezogenen Treibhausgasemissionen im Pflanzenbau, ökologische und konventionelle Pilotbetriebe, nach [7]

Produktbezogene Treibhausgasemissionen in der Milchviehhaltung

In den Pilotbetrieben kam ein neu entwickeltes Modell zur Energie- und Treibhausgasbilanzierung zur Anwendung, das alle wesentlichen Treibhausgasflüsse der Milchviehhaltung erfasst. Das Modell wurde bisher in 16 ökologischen und 18 konventionellen Pilotbetrieben eingesetzt.

Hierbei zeigte sich ein enger Zusammenhang zwischen der Milchleistung und den produktbezogenen THG-Emissionen (Abb. 7) [2].

Abb. 7 verdeutlicht die enorme einzelbetriebliche Variabilität der produktbezogenen THG-Emissionen und den deutlichen Einfluss der Milchleistung und des Produktionssystems (öko vs. kon). Mit steigender Leistung vermindern sich die THG-Emissionen in ökologischen Pilotbetrieben von ca. 1350 auf 850 g CO_{2,eq} (kg ECM)⁻¹, in den konventionellen Betrieben von 1200 auf 1000 g CO_{2,eq} (kg ECM)⁻¹. Bei gleicher Milchleistung sind die produktbezogenen THG-Emissionen der ökologischen Pilotbetriebe ca. 200 g CO_{2,eq} (kg ECM)⁻¹ niedriger als in den konventionellen Betrieben.

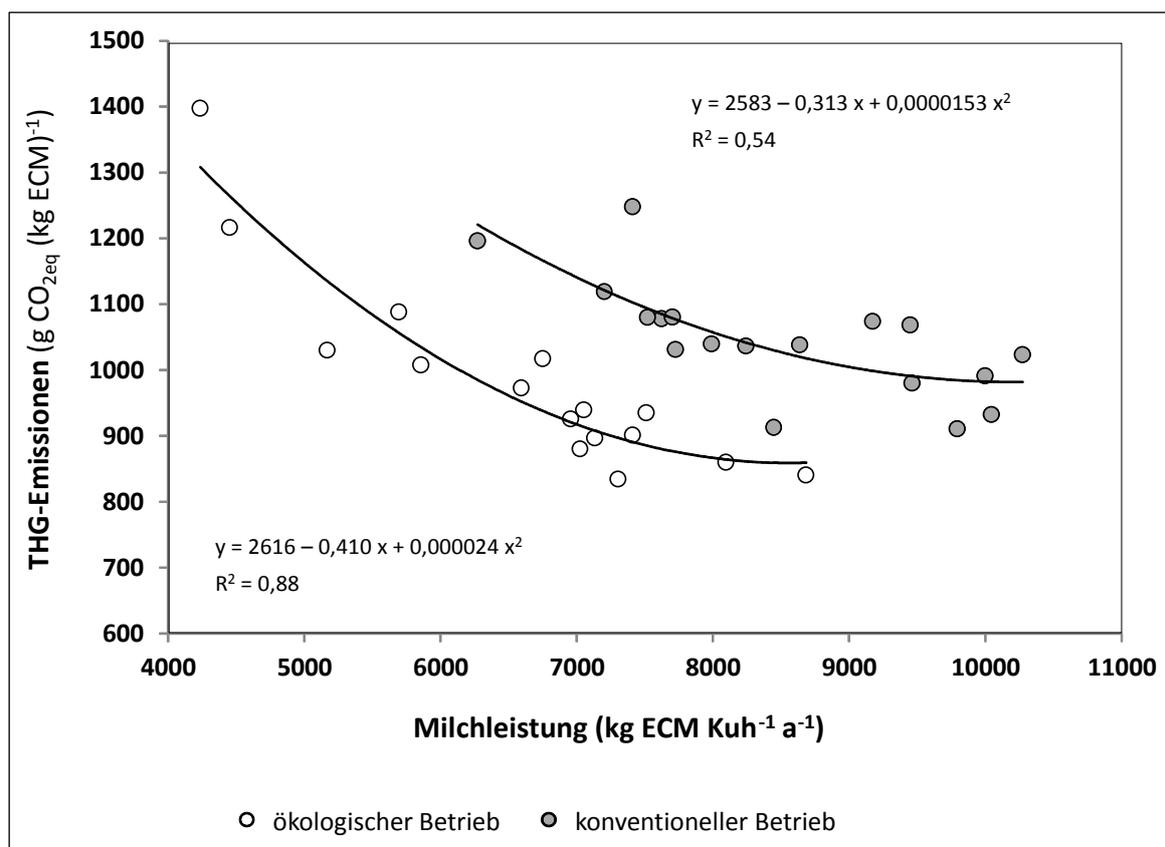


Abb. 7: Beziehung zwischen Milchleistung und produktbezogenen Treibhausgasemissionen, ökologische und konventionelle Pilotbetriebe, nach [2]

4 Schlussfolgerungen und Ausblick

Die notwendige Ertrags- und Leistungssteigerung im ökologischen Landbau erfordert Innovationen auf allen Ebenen – von der Grundlagenforschung bis zum Wissenstransfer, von der Betriebsanalyse bis zur Betriebsoptimierung.

Dauerfeldexperimente und Systemanalysen landwirtschaftlicher Betriebe bieten ein erhebliches Potenzial, Strategien für nachhaltige Ertragssteigerungen abzuleiten und zu prüfen. Ertragssteigerungen sind nicht nur für die Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit des ökologischen Landbaus maßgebend, sondern beeinflussen auch deutlich die Ressourceneffizienz sowie die Umwelt- und Klimawirkungen. Die vorgestellten Untersuchungen zeigen, dass eine Strategie der Ertrags- und Leistungssteigerung in der Optimierung betrieblicher Strukturen (Integration der Tierhaltung und/oder von Biogasanlagen in landwirtschaftliche Betriebssysteme, Optimierung der Fruchtfolgen) sowie der Optimierung landwirtschaftlicher Stoffkreisläufe besteht. Vielseitig organisierte Milchvieh-/Gemischtbetriebe waren in unseren Untersuchungen den Marktfruchtbetrieben hinsichtlich der Ertragsleistungen, der Ressourceneffizienz und der Minderung produktbezogener THG-Emissionen den Marktfruchtbetrieben überlegen.

Die Methoden der Stoff-, Energie- und Treibhausgasbilanzierung sollten Eingang in die Betriebsberatung finden. Die große Variabilität der Ertragsleistungen, der Energieeffizienz und der THG-Emissionen weist auf erhebliche Verbesserungspotenziale hin, die unbedingt genutzt werden sollten.

Im vorliegenden Beitrag konnten nur einige ausgewählte Strategien der Ertragssteigerung behandelt werden. Weitere Ansätze, wie z.B. die ökologische Pflanzenzüchtung zur Erhöhung des genetischen Ertragspotenzials, die Entwicklung biologischer Pflanzenschutzmaßnahmen oder die Entwicklung innovativer Landtechnik, die optimal an die Bedingungen des ökologischen Landbaus angepasst ist, sollten zielstrebig verfolgt werden. Hierzu sind entsprechende Forschungskapazitäten zu schaffen und eine bessere Verbindung der Ökolandbauforschung mit den naturwissenschaftlichen Grundlagendisziplinen anzustreben. Die Deutsche Agrarforschungsallianz erarbeitet derzeit in dem Fachforum „Zukunft des Systems Ökolandbau“ eine Forschungsstrategie, um die Leistungsfähigkeit durch eine Systemoptimierung und die Mobilisierung der Grundlagenforschung zu verbessern.

5 Literaturverzeichnis

- [1] Bryzinski T, Hülsbergen K-J (2015): Energiebilanzen und Erträge ökologischer und konventioneller Anbausysteme: erste Analyseergebnisse eines Dauerfeldversuchs in Süddeutschland. Beiträge zur 13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, Verlag Dr. Köster Berlin, S. 248-281.
- [2] Frank H, Schmid H, Hülsbergen K-J (2015): Energie- und Treibhausgasbilanz der Milchviehhaltung – Untersuchungen im Netzwerk der Pilotbetriebe. Forschungsbericht Klimawirkungen und Nachhaltigkeit ökologischer und konventioneller Betriebssysteme – Untersuchungen in einem Netzwerk von Pilotbetrieben. Technische Universität München, Johann Heinrich von Thünen-Institut und Bioland Beratung, S. 30-49.
- [3] Levin K, Schießl A, Kimmelman S, Reents HJ, Hülsbergen K-J (2015): Effekte von Energiepflanzen-Fruchtfolgen und Gärrestdüngung auf den Weizenertrag. Beiträge zur 13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, Verlag Dr. Köster Berlin, S. 75-78.
- [4] Hülsbergen K-J, Feil B, Biermann S, Rathke G-W, Kalk W-D, Diepenbrock W (2001): A method of energy balancing in crop production and its application in a long-term field experiment. *Agriculture, Ecosystems and Environment* 86, 303-321.
- [5] Hülsbergen K-J, Rahmann G (eds.) (2013): Klimawirkungen und Nachhaltigkeit ökologischer und konventioneller Betriebssysteme. *Thünen Report* 8.
- [6] Küstermann B, Christen O, Hülsbergen K-J (2010): Modelling nitrogen cycles of farming systems as basis of site- and farm-specific nitrogen management. *Agriculture, Ecosystems and Environment* 135, 70-80.
- [7] Schmid H, Braun M, Hülsbergen K-J (2013): Treibhausgasbilanzen und ökologische Nachhaltigkeit der Pflanzenproduktion – Ergebnisse aus dem Netzwerk der Pilotbetriebe. *Thünen Report* 8, S. 259-293.
- [8] Seufert V, Ramankutty N, Foley JA (2012): Comparing the yields of organic and conventional agriculture. *Nature* (485): 229-232.
- [9] Vockinger F (2013): Analyse der Flächenentwicklung, Anbaustrukturen und Fruchtfolgen ökologisch bewirtschafteter Ackerflächen Bayerns auf der Basis agrarstruktureller Daten. Bachelorarbeit. Lehrstuhl für Ökologischen Landbau und Pflanzenbausysteme, Technische Universität München.

Märkte und Absatzchancen für bayerische Lebensmittel und Agrarerzeugnisse



Dr. Peter Sutor

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL),
Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte

Leiter des Institutes für Ernährungswirtschaft und Märkte
an der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL)

Geboren 1955 in Schrobenhausen

1975 – 1979	Studium der Agrarwissenschaften an der TU München-Weihenstephan
1980 – 1982	Wissenschaftlicher Angestellter am Institut für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus an der TU München; Promotion am Lehrstuhl für Agrarpolitik, Professur für angewandte landwirtschaftliche Marktlehre (TUM)
1983 – 1985	Referendariat für den höheren landwirtschaftlichen Dienst
1986 – 1988	Leiter des Sachgebietes "Betriebswirtschaft" am Amt für Landwirtschaft und Ernährung Neumarkt
1988 – 1990	Leiter des Sachgebietes "Zucker- und Futterrüben" sowie stv. Leiter des Sachgebietes Heil- und Gewürzpflanzen an der Landesanstalt für Bodenkultur und Pflanzenbau (LBP) in Freising
1990 – 1991	Leiter des Sachgebietes Rohstoffpflanzen und Genquellen der LBP in Freising
1991	Mitarbeiter im Referat Grundsatzfragen der bayerischen Agrarpolitik des Bayerischen Staatsministeriums für Landwirtschaft und Forsten (StMLF)
1992 – 1996	Stellvertretender Leiter der Referate Nachwachsende Rohstoffe und Agrarforschung und Grundsatzfragen der bayerischen Agrarpolitik (StMLF)
1996 – 2013	Leiter des Sachgebietes Obst-, Gemüse- und Kartoffelwirtschaft an der Bayerischen Landesanstalt für Ernährung (LfE), München, später des Bereichs Getreide-, Obst-, Gemüse- und Kartoffelwirtschaft des Instituts für Ernährungswirtschaft und Markt an der LfL
seit 06/2008	Stellvertretender Institutsleiter
seit 07/2011	Komm. Institutsleiter
seit 12/2012	Institutsleiter

Zusammenfassung

Die Analyse der erweiterten Verkaufserlöse zeigt, dass die Landwirte in Bayern nicht nur gezielt Einnahmen aus den traditionellen landwirtschaftlichen Erzeugnissen (82 %) erwirtschaften, sondern auch aus der Erzeugung von Energie (15 %) und in geringem Umfang aus Stammholz (3 %).

Die nähere Untersuchung der Verkaufserlöse aus landwirtschaftlichen Erzeugnissen zeigt eine Stagnation bis etwa zum Jahr 2005. Mit der Umsetzung des „Gleitflugs“ entwickeln sich die Verkaufserlöse positiv.

Eine produktbezogene Betrachtung ermöglicht eine Einteilung in vier Gruppen unterschiedlicher Dynamik der linearen Trends von Verkaufserlösen. Haltbare, austauschbare Produkte mit geringer Verarbeitungstiefe weisen positive, oft aber stark schwankende Entwicklungen auf (Getreide). Auch für hochwertige Lebensmittel ergeben sich Absatzchancen, die Reaktionszeiten auf Marktveränderungen sind jedoch länger. Hierfür sind im internationalen Handel leistungsfähige Wertschöpfungsketten notwendig.

Bei der Erschließung der Märkte steht meist der heimische Markt im Mittelpunkt. Angestrebt werden Selbstversorgungsgrade um die 100 %. Gegebenenfalls werden Selbstversorgungsgrade auch reduziert (Rinder). Der Trend der Regionalvermarktung unterstützt diese Entwicklung. Die Maßnahmen zur Qualitätssicherung mit Herkunftsbezug zeigen Erfolge.

Bayern hat hinsichtlich seiner Lieferungen außerhalb Bayerns vom EU-Binnenmarkt profitiert. Dies gilt insbesondere für die Erweiterung von 15 auf 25 Mitgliedstaaten seit 2004. Die Vermarktung über den EU-Binnenmarkt verläuft deutlich dynamischer als die Entwicklung auf den Drittlandsmärkten. Der Absatz tierischer Produkte erfolgt praktisch ausschließlich über den EU-Binnenmarkt, der Anteil pflanzlicher Produkte ist bei Lieferungen in Drittländer signifikant höher.

Zukünftig scheint die Sicherstellung der Leistungsfähigkeit der landwirtschaftlichen Erzeugung für Markterfolge ein Schwerpunkt zu werden, insbesondere unter Berücksichtigung des Arbeitskräftemangels. Sinnvolle horizontale und vertikale Kooperationen werden wichtiger. Erzeugerorganisationen mit Vermarktungsaufgaben werden an Bedeutung gewinnen, wenn ernährungswirtschaftliche Unternehmen über die Grenzen hinweg fusionieren.

1 Die Entwicklung der Verkaufserlöse der bayerischen Landwirtschaft

Die in der bayerischen Landwirtschaft realisierten Verkaufserlöse spiegeln die Entwicklung der Wertschöpfung bayerischer Erzeuger wieder und geben einen Überblick über die getroffenen Investitionsentscheidungen unter Berücksichtigung der Marktchancen und politischen Rahmenbedingungen. Dabei ist festzuhalten, dass die Entwicklung der Produktmärkte durch die Rückführung der produktionsbezogenen Beihilfen auf eine einheitliche, produktionsunabhängige Flächenprämie (Gleitflug) von rd. 300 €/ha Marktentwicklung zu einer am Markt ausgerichteten Produktionsstruktur geführt haben dürfte. Insofern ist für die Beurteilung der Markt- und Absatzchancen die Analyse der Entwicklung der Produkt-erlöse in den letzten Jahren von erheblicher Bedeutung und wohl aussagekräftiger als die Analyse eines von direkten Markteingriffen geprägten Zeitraums. Das Ende der Milchquo-

tenregelung steht symbolhaft für die weitgehend abgeschlossenen Liberalisierungsschritte¹ der Märkte für Agrarerzeugnisse.

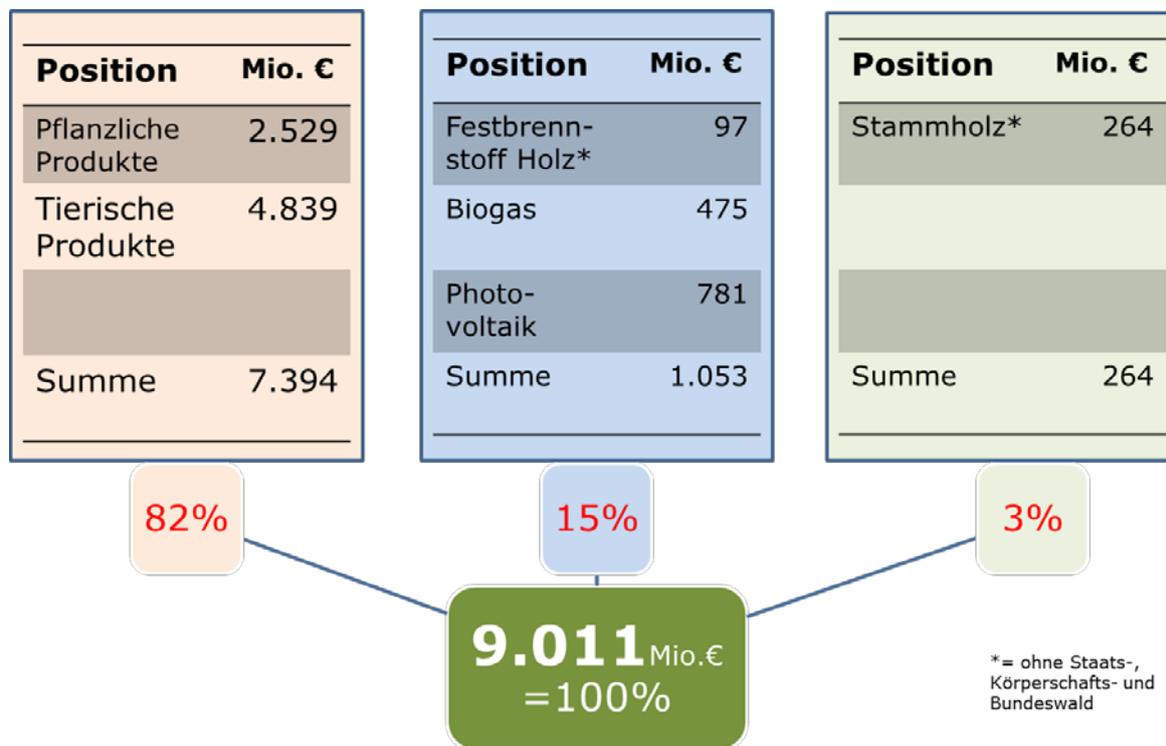


Abb. 1: Schätzung der erweiterten Verkaufserlöse der bayerischen Landwirtschaft ohne Staats- und Körperschaftsforsten

(Quellen: Statistische Landesämter des Bundes und der Länder; BDEW; LWF aktuell 64 und 98; C.A.R.M.E.N, eigene Berechnungen)

In Abb. 1 versucht der Autor eine Schätzung (siehe hierzu Anhang) der Verkaufserlöse der bayerischen Landwirtschaft². Die aktuellsten, verfügbaren Zahlen stammen hierbei aus dem Jahr 2012, in dem der „Gleitflug“ noch nicht abgeschlossen, aber weitgehend vollzogen war. Darüber hinaus stehen für dieses Jahr Schätzungen der Erlöse für landwirtschaftliches Biogas und landwirtschaftliche Photovoltaikanlagen zur Verfügung. Die Leistungen aus der Forstwirtschaft wurden auf der Basis von Erhebungen der Landesanstalt für Wald- und Forstwirtschaft vorsichtig geschätzt und auf den Privatwald beschränkt. Somit entsteht eine Gesamtschätzung der Verkaufserlöse bayerischer Landwirte, die insbesondere im Bereich der erneuerbaren Energien und des Holzes am unteren Ende der Skala anzusiedeln sind.

Gut 80% der geschätzten Verkaufserlöse ergeben sich aus den landwirtschaftlichen Erzeugnissen.

Beeindruckend ist in diesem Zusammenhang die Entwicklung der neuen energetischen Märkte. Der Aufbau deutlich attraktiverer Absatzchancen für Brennholz, die nicht zuletzt durch die Förderung und den damit bedingten technischen Fortschritt von Biomasseheizwerken (Hackschnitzeln) und umweltfreundlichen Holzheizungsanlagen (z.B. Pellets) realisiert wurden, trug in großem Maße zu diesem nicht durch dauerhafte Marktstützung ge-

¹ Eine bedeutende Ausnahme stellt die erst 2017 abgeschlossene Liberalisierung des Zuckermarktes dar.

² Erzeugnisse, die die Landwirte selber verbrauchen, fallen nicht hierunter, z.B. eigenerzeugtes Futter.

kennzeichneten Marktsegment bei. Dies ist sicher ein gutes Beispiel für gezielte Technologieförderung.

Mit geschätzten Verkaufserlösen³ aus Biogasenergie von rund 475 Mio. € hat sich dieser Erwerbszweig in den letzten 10 Jahren zu einem wesentlichen Einkommensträger bayerischer, landwirtschaftlicher Betriebe entwickelt. Dabei wurden im Jahr 2012 aus Maissilage Gaserlöse von knapp 340 Mio. € aus Ganzpflanzensilage und Getreideschrot (vor allem Körnermais) von je 34 Mio. € erzielt. Nicht zu vergessen ist in diesem Zusammenhang auch die Funktion der Biogasbranche in der Wertschöpfungskette, qualitativ nicht ausreichende Ware⁴ aufzunehmen und mit gutem Ergebnis inferior zu verwerten. Allerdings hat sich hier ein Marktsegment entwickelt, das durch das Energieeinspeisungsgesetz und damit durch ordnungspolitisch positive gestaltete Preisvorgaben gekennzeichnet ist. Zukünftig wird es darauf ankommen, die Biogaskapazitäten in ihrem Umfang zu halten und dafür zu sorgen, dass anstehende Ersatzinvestitionen getätigt werden können. Darüber hinaus wird es wesentlich sein, die Verwendung der Gärsubstrate bezüglich ihrer Düngewirkung, ihrer ordnungsgemäßen Ausbringung und hinsichtlich der Reduzierung des mineralisch eingesetzten Stickstoffs zu optimieren. Im Bereich der Verwendung von organischen Düngern sind eine vermehrte, ggf. gesteuerte Kooperation sowie die Zertifizierung von organischen Rückständen in Abhängigkeit ihrer Verwendung in der Fruchtfolge wichtige Aufgabenfelder, um dieses Marktsegment zu optimieren und Wertschöpfung zu generieren.

Eine noch stärker positive, aber auch ordnungspolitisch gewollte Einkommensmöglichkeit hat die Photovoltaik der bayerischen Landwirtschaft eröffnet. Mit einem auf Bayern bezogenen Auszahlungspreis von 3,2 Mrd. € im Jahr 2012 partizipieren die bayerischen Landwirte mit geschätzten 24%, also knapp 0,8 Mrd. €

Mit einem Gesamtbeitrag zu den Verkaufserlösen von 15%, den es im Jahr 1995 praktisch noch nicht gegeben hat, haben die bayerischen Erzeuger von der Politik zugunsten nachwachsender Rohstoffe und erneuerbarer Energien in hohem Maß profitiert. Diese Politik hat die notwendigen Einkommensbeiträge und das notwendige Wachstum in der Landwirtschaft sichergestellt. Die in diesem Bereich geringeren Preisschwankungen für erneuerbare Energien halfen den Landwirten, auf den durch stärkere Preisschwankungen gekennzeichneten Produktmärkten zu bestehen.

³ Siehe Anhang, Nr. 4.1, Quelle Nr. 2

⁴ Nicht haltbare Kartoffeln des Erntejahres 2014 konnten z.B. in Biogasanlagen in großem Umfang ohne das Anfallen von Entsorgungskosten verwertet werden.

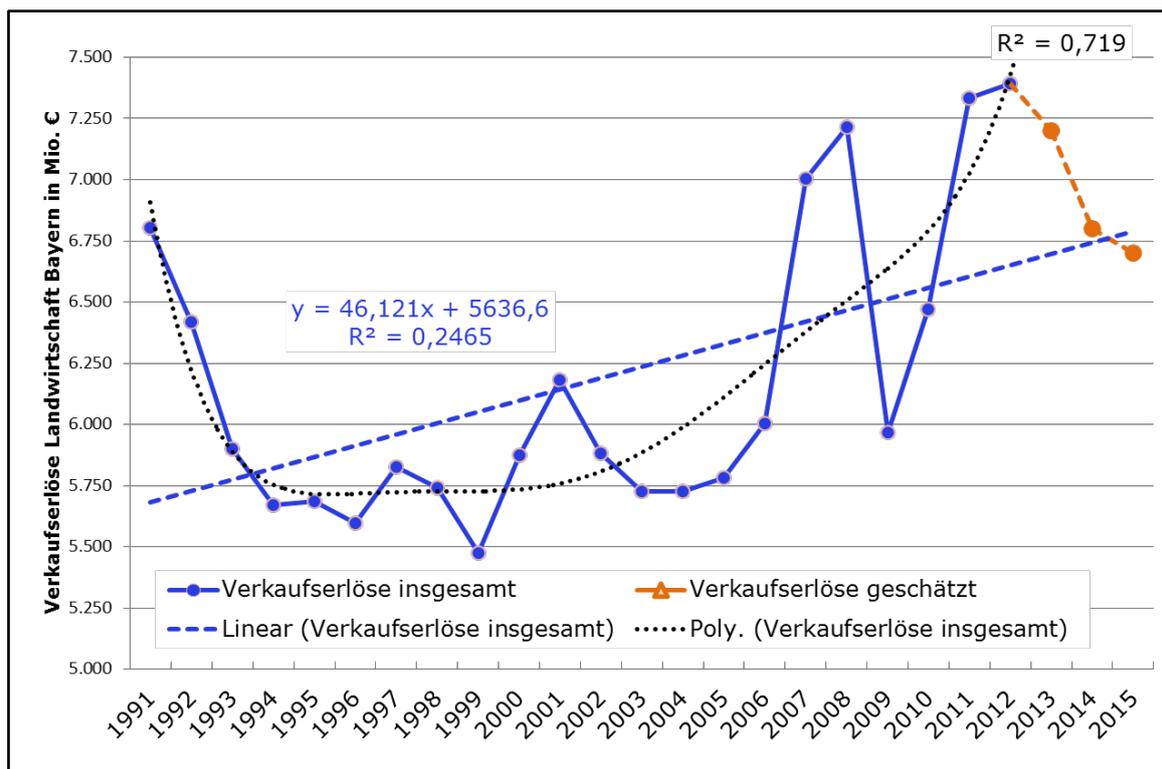


Abb. 2: Entwicklung der Verkaufserlöse der Landwirtschaft seit 1991 in Bayern
 (Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder: Verkaufserlöse der Landwirtschaft;
www.statistikportal.de/Landwirtschaft/)

Der Beitrag des Privatwalds zu den Verkaufserlösen wird auf rd. 0,26 Mrd. € oder 3% der erweiterten Verkaufserlöse geschätzt.

Die Analyse der Entwicklung der Verkaufserlöse für pflanzliche und tierische Erzeugnisse zeigt, dass 2012 rd. 34% der Verkaufserlöse aus pflanzlichen Erzeugnissen stammten. Allerdings hatte der Anteil der pflanzlichen Erzeugnisse im Zeitraum von 1991 bis 2012 im Jahr 2001 sogar einen Anteil von 40% erreicht, der sich etwa seit dem Jahr 2005 wieder kontinuierlich auf ein gutes Drittel reduzierte. Damit haben insbesondere die Erlöse aus dem Pflanzenbau zur Stabilität der Verkaufserlöse von 2000 bis 2010 beigetragen. In der Zeit von 2005 bis 2012 haben die pflanzlichen Erzeugnisse Zuwachsraten von rd. 16% und tierische Erzeugnisse von rd. 17% verzeichnen können. Letztendlich bleibt festzuhalten, dass sich die pflanzlichen Erzeugnisse seit 1991 in ihrer Umsatzentwicklung deutlich besser darstellen als die tierischen Erzeugnisse.

Tab. 1: Die Dynamik der Verkaufserlöse nach Hauptproduktarten in Bayern
(Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder: Verkaufserlöse der Landwirtschaft;
www.statistikportal.de/Landwirtschaft/; eigene Berechnungen)

Position	Zeitraum	Steigung*	Konstante*	Trend linear* R ²
Pflanzliche Erzeugnisse	1991 bis 2012	41	1315	0,24
Pflanzliche Erzeugnisse	2005 bis 2012	81	1688	0,32
Tierische Erzeugnisse	1991 bis 2015	6	4521	0,01
Tierische Erzeugnisse	2005 bis 2012	97	4149	0,47
Verkaufserlöse insgesamt	1991 bis 2015	46	5636	0,54
Verkaufserlöse insgesamt	2005 bis 2012	179	5838	0,43

*) Ergebnisse der linearen Trendanalyse nach folgender Gleichung:

Verkaufserlöse in Mio. = Steigung * x (= dem Zeitraum zurechenbarer Zuwachs) + Konstante (= Ausgangslage)

Dies zeigt auch die Analyse der linearen Trends (Tab. 1) der Verkaufserlöse, aus denen hervorgeht, dass die „Steigung“ der Trendgeraden im Zeitraum 1991 bis 2012 bei pflanzlichen Erzeugnissen erkennbar höher war und damit eine deutlich positivere Dynamik beim Wachstum zu erkennen war. Allerdings ist festzustellen, dass die tierischen Erzeugnisse 1991 von einem fast dreifach höheren Erlösniveau (Konstante) ausgehen konnten. Seit 2005 zeichnet sich eine bei pflanzlichen (Steigung 41) und tierischen Produkten (Steigung 46) vergleichbare Wachstumsdynamik ab. Die Angabe des Bestimmtheitsmaßes (Trend linear R²) gibt dabei an, wie stabil ein Trend ist. Eine Absicherung der Trends war bei weitem nicht gegeben. Seit der Umstellung der Agrarpolitik auf liberalere Märkte kann i.d.R. eine Stabilisierung der Trends in geringem Umfang vermutet werden.

Nicht eingerechnet ist an dieser Stelle der stark steigende Markt nach Silage zur Energiegewinnung, die zu weiteren Verkaufserlösen aus der Energieerzeugung führen und so die Bilanz des Pflanzenbaus weiter aufbessern.

2 Analyse der Verkaufserlöse nach Erzeugnisgruppen

Im Folgenden werden die Trends der Entwicklung der Verkaufserlöse nach der statistisch vorgegebenen Gliederung in Erzeugnisse für den Zeitraum 2005 bis 2012 berechnet, interpretiert und eingeordnet. Hierzu werden die linearen Trends und Konstanten nach folgender Formel der Erzeugnisgruppen dargestellt:

$$\text{Verkaufserlöse in Mio.} = \text{Steigung} * X \text{ (= dem Zeitraum zurechenbarer Zuwachs)} \\ + \text{Konstante (= Ausgangslage)}$$

Die Stabilität des Trends wird durch das Bestimmtheitsmaß = R² ausgedrückt. Nur wenige Trends waren im Rahmen der Analyse deutlich. Zusätzlich wurde der Abstand zwischen zwei Minimums von Verkaufserlösen abgeschätzt (vgl. Tab. 2). Hierzu wurden die polynomischen Trends bis zur 6. Potenz verwendet. Die Erzeugnisgruppen Eiweißpflanzen sowie Schafe und Ziegen wurden aufgrund der geringen Marktbedeutung vernachlässigt.

Tab. 2: Die Dynamik der Verkaufserlöse nach Erzeugnissen 2005 bis 2012 in Bayern
(Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder: Verkaufserlöse der Landwirtschaft;
www.statistikportal.de/Landwirtschaft/; eigene Berechnungen)

Position	Steigung	Trend linear R ²	Konstante	Geschätzter Abstand von 2 Minimums in Jahren
Getreide	73	0,54	458	4,5
Milch	57	0,22	2129	3,8
Gemüse	14	0,81	221	4,8
Schweine	13	0,24	831	3,8
Kartoffeln	11	0,41	136	-
Geflügel	8	0,81	97	5,3
Blumen und Zierpflanzen	5	0,36	176	3,5
Ölsaaten	5	0,11	142	4,3
Rinder und Kälber	5	0,03	957	-
Eier	3	0,30	40	4,5
Hopfen (ca. 90%), andere pflanzliche Erzeugnisse	1	0,00	150	4,5
Obst	-1	0,21	45	3,0
Weinmost/Wein	-1	0,42	79	-
Baumschulerzeugnisse	-4	0,29	99	4,0
Zuckerrüben	-7	0,20	181	4,0

2.1 Erzeugnisgruppen mit dynamischer Erlösentwicklung

Für den Zeitraum 2005 bis 2012 wiesen die Verkaufserlöse bei Getreide und Milch (Tab. 1) die stärksten Steigerungsraten der betrachteten Erzeugnisgruppen auf. Allerdings war bei Milch im Jahr 2009 und wieder im Jahr 2013 jeweils eine deutliche Delle zu erkennen. Im Getreidebereich waren die Phasen der niedrigen Verkaufserlöse bei weitem nicht so ausgeprägt wie bei Milch. Allerdings zeigen sich sowohl bei Milch als auch deutlich bei Getreide wieder rückläufige Preise in den Jahren 2013 und 2014, so dass die Trends dauerhaft diese Steigerungsraten bei den Verkaufserlösen⁵ wohl nicht halten können.

Tab. 3 zeigt für das Produkt Weizen als wesentlichen Bestandteil der Getreideproduktion einen deutlich steigenden Selbstversorgungsgrad über die 100% Marke hinaus. Dies lässt den Schluss zu, dass zumindest partiell Getreide vermehrt außerhalb Bayerns abgesetzt werden muss und die Steigerungsraten sowohl mengen- als auch preisinduziert sind.

⁵ Inwieweit die Politik des „reichlichen Geldes“ der Europäischen Zentralbank zu einer dauerhaft verbesserten Wettbewerbsfähigkeit ab 2015 führen wird, kann hier nicht beurteilt werden.

Getreide als weitgehend unverarbeitetes Erzeugnis ist damit weltweit einsetzbar und wandert an diejenigen Verbrauchsorte, die von Versorgungsengpässen gekennzeichnet sind und kurz- sowie mittelfristig über die notwendigen finanziellen Mittel zum Kauf verfügen.

*Tab. 3: Die Selbstversorgungsgrade in % bei Getreide und Milch in Bayern
(Quelle: BLE, Bay. LfStad, eigene Berechnungen)*

Erzeugnis	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014*
Weizen	108	111	115	110	110	116	116	109	120	126
Milch**	176	175	175	170	172	172	175	178	173	178

* Schätzung

** einschl. der Verarbeitungsprodukte aus Milch (berechnet in Milchmengenäquivalenten)

Eine andere Beurteilung kann bei der Milch vorgenommen werden. Hier stagniert der Selbstversorgungsgrad bei durchschnittlich 175 %. Damit blieb der Anteil bayerischer Milch, der nicht in Bayern vermarktet werden konnte, in etwa gleich. Die Qualität des Trends ist aufgrund des praktisch nicht vorhandenen Bestimmtheitsmaßes von 22 % wenig ausgeprägt. Die Steigerungsraten bei den Verkaufserlösen dürften deshalb vorrangig preisinduziert sein. Ggf. wird dies durch eine leicht steigende Nachfrage nach Milchprodukten in Bayern ergänzt.

Im Gegensatz zu Weizen ist in der Milchvermarktung allerdings eine andere Situation gegeben. Ein Großteil der erzeugten Milch wird im eigenen Land zu innovativen frischen oder haltbaren Produkten verarbeitet und ggf. exportiert (z.B. Käse). Die Wertschöpfung aus der Milchverarbeitung bleibt im Land, führt aber auch dazu, dass mühsam aufgebaute und werthaltige Vermarktungslinien für hochwertige und spezielle Produkte aus Milch nicht in kürzester Zeit an ein sich schnell änderndes globales Umfeld angepasst werden können und so kurzfristige Preischancen für Milch nur bedingt genutzt werden können. Die positive und marktorientierte Ausrichtung der milchverarbeitenden Industrie in Bayern kann am Beispiel Milchpreisentwicklung in Deutschland verfolgt werden. Das zwischenzeitliche Hoch der Milchpreise in Norddeutschland, verursacht durch die starke Nachfrage nach Milchpulver durch China, konnte von bayerischen Molkereien nicht mitgemacht werden, da sie ihre hochwertigen Produktlinien zugunsten der Milchpulvererzeugung nicht kurzfristig aufs Spiel setzen konnten. Zwischenzeitlich (Stand: März 2015) ist die Nachfrage nach Milchpulver wieder gesunken und der Preis in Bayern zu dem in Norddeutschland wieder relativ gestiegen.

Bei den betrachteten Erzeugnissen lässt sich seit Rückführung der ordnungspolitischen Maßnahmen ein positiver Trend der Verkaufserlöse erkennen. Dieser ist mit erkennbar höheren Preis- und Mengenschwankungen verbunden. Je geringer der Verarbeitungsgrad⁶ der jeweiligen Produkte, desto einfacher ist auch die Teilnahme am internationalen Vermarktungsgeschehen. Hochwertige und innovative Produktlinien mit hoher Wertschöpfung bedürfen der geplanten und dauerhaften Markterschließung.

⁶Ein Hinweis auf die Aktualität dieser Einschätzung gibt das Investitions- und Marktverhalten der BayWa AG.

2.2 Erzeugnisgruppen mit positiver Erlösentwicklung

In diese Gruppe können die Erzeugnisse Gemüse, Schweinefleisch, Kartoffeln, Geflügel sowie Blumen und Zierpflanzen einbezogen werden. Mit insgesamt deutlich geringeren jährlichen Steigerungsraten (vgl. Tab. 1), aber mit erkennbar höherer Qualität des Trends (Ausnahme Schweinefleisch) tragen diese Produkte zur stetigen Zunahme der bayerischen Verkaufserlöse bei.

Gemüse: Der Selbstversorgungsgrad⁷ bei Gemüse hat in Bayern im Jahr 2012/13 gut rd. 41 % erreicht und wächst derzeit stetig ca. 1,5 % je Jahr. Hieraus erklärt sich auch der ermittelte stabile Trend für diesen Produktbereich, der im Jahr 2012 Verkaufserlöse von rd. 330 Mio. € erzielt hat. Die einzelnen Bereiche des Gemüsesektors sind jedoch sehr unterschiedlich strukturiert.

In Bayern befindet sich der Schwerpunkt der EU-weiten Sauerkonservenindustrie. Im Anbau überwiegen Einlegegurken. Rd. 60 % der deutschen Sauerkonservenindustrie sind in Bayern und hier vor allem in Niederbayern beheimatet. Mit Selbstversorgungsgraden zwischen 250 und 350 % ist die bayerische Sauerkonservenindustrie auf den nationalen Markt, den europäischen Binnenmarkt und Drittlandsmärkte angewiesen. Neben den günstigen produktionstechnischen Voraussetzungen (Wasser, Temperaturen, Bodenqualität) hat vor allem das Vorhandensein von Saisonarbeitskräften für eine überaus positive Entwicklung seit 1989 (Öffnung des „eisernen“ Vorhangs) geführt. Der Anbau von Gemüse für Sauerkonserven konzentriert sich heute auf wenige, zum Teil sehr große landwirtschaftliche Betriebe (ca. 60), die meist in industriellem Maßstab Gurken produzieren und zum Teil auch für die Sauerkonservenindustrie verarbeiten. Die Wertschöpfungskette des Einlegegurkenanbaus ist wenig stabil und durch die starke Einflussnahme des Lebensmitteleinzelhandels hinsichtlich Produktqualität und Produktpreisen gekennzeichnet. Derzeit bedrohen die Bestimmungen zum Mindestlohn diese Wertschöpfungskette, wobei die vorgeschriebenen täglichen Höchstarbeitszeiten im Rahmen von kurzfristigen Beschäftigungsverhältnissen ein größeres Hemmnis als die Mindestlohnhöhe sein dürften.

Im Bereich der Frischeprodukte ist zunächst auf die Ausdehnung der Spargelerzeugung und -vermarktung hinzuweisen. Seit 1991 hat sich die Spargelanbaufläche vervierfacht und 2013 gut 2300 ha erreicht. Der Anbau unter Folie, die Verbesserungen im Bereich der Erträge und die reichlich zur Verfügung stehenden Saisonarbeitskräfte haben dazu geführt, dass der Bayerische Spargel 2013 einen Marktanteil von mehr als 75 % erreichen konnte und in der Saison Anbieter aus anderen Regionen zunehmend verdrängt. Auch in diesem Fall wurden die Entwicklung und der Einsatz neuer technischer Lösungen (Folien, Bewässerung) von sehr großen landwirtschaftlichen Betrieben vorangetrieben. Neben dem Erzeuger-Verbraucher-Verkehr erfolgt die Vermarktung vorrangig über Verkaufshütten und den Lebensmitteleinzelhandel, der in den letzten Jahren stark in das Frischegeschäft eingestiegen ist.

Derzeit investieren kapitalstarke gärtnerische und landwirtschaftliche Betriebe in den industriellen, geschützten Anbau. Dies führt zu einer Erhöhung der Selbstversorgung bei Schlangengurken und Tomaten über den einstelligen Prozentbereich hinaus. Die Standorte konzentrieren sich zunehmend um die Zentralläger des Lebensmitteleinzelhandels (derzeit

⁷LfL IEM; Agrarmärkte 2014, Tab. 6-10 Entwicklung der Versorgung Bayerns mit Gemüse; Schriftenreihe der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft 3/2014

38 in Bayern). Die Bereiche der Freiland-Gemüseerzeugung rund um die Hauptverbrauchszentren bleiben dagegen konstant.

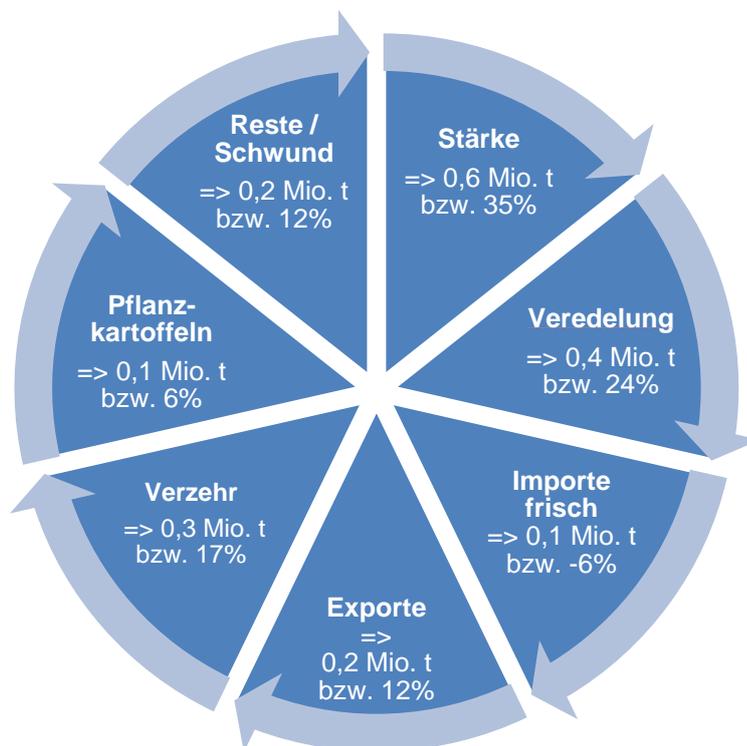


Abb. 3: *Geschätzte durchschnittliche Verwendung von Kartoffeln in Bayern*
(Quelle: LfSTAD Bayern, BLE; BfB; LKP Bayern; LfL; eigene Schätzungen und Anpassungen)

Kartoffeln: Die Verkaufserlöse für Kartoffeln betragen in Bayern 2012 rd. 200 Mio. €. Der Bereich der Kartoffeln ist durch eine Steigung von 11 und eine mittelmäßige Trendstabilität (siehe Tab. 2) gekennzeichnet. Abb. 3 zeigt die Bestandteile und die jeweilige Bedeutung der Wertschöpfungskette für Kartoffeln.

Das Wachstum des Kartoffelbereichs ist auf folgende, in den 90er Jahren begonnene Maßnahmen zurückzuführen:

- Ausdehnung der Stärkekartoffelverarbeitung⁸,
- Ausbau der Pommes Frites-Erzeugung um rd. 200.000 t (Avico) und Erhöhung der Chips-Produktion,
- Industrialisierung der Herstellung von Nassprodukten (z.B. Knödelteig).

Im Bereich der Frischkartoffelvermarktung wurden in den letzten Jahren moderne Aufbereitungsanlagen (Waschen, Polieren, Schälen, marktgerechte Verpackung) geschaffen. Somit verfügt Bayern als einzige Region neben *Niedersachsen/Belgien/Niederlanden* über eine vollständig ausgebaute regional gut abgestimmte Wertschöpfungskette mit allen Verwertungsrichtungen. Der Kartoffelanbau ist für viele bäuerliche Betriebe in den An-

⁸Erhöhung des Stärkekontingents in den 90er Jahren; ab 2012 Ende aller ordnungspolitischen Eingriffe. Die deutsche Kartoffelstärke unterliegt innerhalb der EU Wettbewerbsnachteilen, da in anderen EU-Mitgliedsstaaten teilweise produktbezogene Beihilfen gezahlt werden (z.B. Polen).

baugebieten Schwaben, Oberbayern Nord, Niederbayern und Oberpfalz interessant geblieben. Dies belegt auch die Vielzahl der aktiven Erzeugergemeinschaften. Die Kooperation innerhalb der Erzeuger und innerhalb der Wertschöpfungskette wird notwendig sein, um die Leistungsfähigkeit weiter zu steigern. Die Bewässerung von Speise- und Veredelungskartoffelflächen wird immer bedeutender werden. Wesentlich ist auch die Unterstützung bei der Erforschung und Bekämpfung von qualitätsmindernden Krankheiten (Dry Core, Schorf, ergrünte Knollen usw.) im Sinne einer verbesserten Wettbewerbsfähigkeit.

Schweine- und Geflügelfleisch: Die Verkaufserlöse betragen im Jahr 2012 bei Schweinefleisch 934 Mio. € und bei Geflügelfleisch 155 Mio. €. Mit einer Steigung von 13 bei Schweinefleisch und von 8 bei Geflügelfleisch ergeben sich vergleichsweise schwache Aufwärtstrends, die allerdings im Geflügelbereich stabil erscheinen.

Tab. 4: Die Selbstversorgungsgrade in % bei Rind, Schweine- und Geflügelfleisch in Bayern (Quelle: BLE, Bay. LfStaD, eigene Berechnungen)

Erzeugnis	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014*
Rind	220	220	211	210	199	199	190	178	174	178
Schwein	75	78	78	81	84	82	79	82	81	80
Geflügel	53	53	52	54	60	66	75	81	78	83

* Schätzung

Die Investitionen in die Mastschweinehaltung erfolgten in Bayern vor allem von leistungsfähigen bäuerlichen Betrieben und im Geflügelbereich von bäuerlichen Betrieben als weiteres Standbein bzw. von Betrieben mit sehr großen risikobehafteten Tierbeständen. Deutlich wird hier auch, dass die Investoren gezielt die Verbesserung der Selbstversorgung im Auge haben. Bei beiden Fleischarten liegt ein Selbstversorgungsgrad von deutlich unter 100% vor, der allerdings sowohl beim Schweine- als auch beim Geflügelfleisch verringert wurde. Degressionseffekte, neue Haltungsverfahren in Verbindung mit regionaler Vermarktung sind die Faktoren, von denen sich die Investoren Erfolg versprechen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Situation bei den Verkaufserlösen von Gemüse und eingeschränkt bei Kartoffeln sowie im Bereich des Schweine- und Geflügelfleischs im Wesentlichen mengeninduziert ist. Weiterhin haben folgende Faktoren den Erfolg begünstigt:

- Gezielte Nutzung des technischen und/oder biologischen Fortschritts und damit der Innovation,
- Beratung durch Landesanstalten und Erzeugerringe,
- in einigen Fällen Selbstversorgungsgrade deutlich unter 100%,
- Konzentration in leistungsfähigen landwirtschaftlichen Strukturen,
- Nutzung des Trends zum regionalen Einkauf. In vielen Bereichen wird neben QS und GlobalGap und IFS auf das Qualitätssicherungssystem GQ Bayern gesetzt.

Blumen und Zierpflanzen: Auf kontinuierlich steigende Verkaufserlöse kann der Blumen- und Zierpflanzenbereich seit 2005 zurückblicken. Im Jahr 2012 wurde der Spitzenwert von 243 Mio. € Verkaufserlösen erreicht. Da sich dieser Bereich im Endverkauf von

den international üblichen Preisen in der Regel absetzen kann, dürfte die Steigerung vor allem preisinduziert sein.

2.3 Erzeugnisgruppen mit indifferenter Erlösentwicklung

In diese Gruppe reiht der Autor folgende Erzeugnisgruppen ein:

- Ölsaaten mit Verkaufserlösen von 183 Mio. € im Jahr 2012,
- Hopfen und andere pflanzliche Erzeugnisse mit Verkaufserlösen von 146 Mio. €
- Obst mit Verkaufserlösen von rd. 41 Mio. €
- Weinmost und Wein mit Verkaufserlösen von 73 Mio. € sowie
- Rinder und Kälber mit Verkaufserlösen von 1.099 Mio. €
- Eier mit Verkaufserlösen von 57 Mio. €

Die Erlöse aus den Ölsaaten, die fast ausschließlich aus Winterraps stammen, haben eine leichte Aufwärtswirkung verzeichnen können. Die positiven Ausschläge in den Jahren 2007 und 2010 waren, als in Bayern praktisch nicht verarbeitete Frucht, vorrangig preisinduziert. Allerdings besteht auch eine positive Entwicklung der Erträge⁹. Die bislang gute Lage bei Raps kann durch die Verwendung des Öls im Bereich der Ernährung und der nachwachsenden Rohstoffe erklärt werden. Auch die Anstrengungen zur verbesserten Verwendung des Rapschrots in der Eiweißverfütterung haben hierzu einen Beitrag geleistet. Allerdings war und ist Raps auch eine ordnungspolitische beeinflusste Frucht. Insofern könnte der Rückgang der Verwendung von Biodiesel als Zuschlagstoff zum Diesel die Absatzmengen bei Raps einschränken. Der Flächenrückgang von Raps seit dem Jahr 2009 lässt darauf schließen.

Ein fast einzigartiges Marktsegment stellt der Hopfen dar. Hier verfügt Bayern in Europa über eine stringent organisierte Wertschöpfungskette von den Anbauern über die Hopfenerzeugerorganisation HVG (Hopfenverwertungsgesellschaft) bis zu einigen sehr modern ausgestatteten Verarbeitungsbetrieben, die Hopfen zu Pellets und Pasten verarbeiten sowie weltweit liefern. Die Hopfenerzeugung ist durch einen hohen Verarbeitungsgrad und einen Selbstregulierungsmechanismus gekennzeichnet. Aus diesem Grund sind die Verkaufserlösschwankungen weitgehend preisinduziert und werden durch die Erzeuger und Verarbeiter vor dem Eintritt der Ware in den Markt ausgeglichen (ausgeprägter Vertragshopfenanbau). Die große Bedeutung Bayerns und Deutschlands auf dem Welthopfenmarkt lässt die mengeninduzierte Verbesserung der Verkaufserlöse praktisch nicht zu.

Die Vermarktung von frischem Obst, in Bayern vor allem Erdbeeren, Äpfel, Süßkirschen und Beeren, ist sowohl preis- und mengeninduziert und vom nationalen, weniger internationalen Niveau des Angebots und der Preise bestimmt. Die Möglichkeiten für den Obst-anbau sind mit Ausnahme von Erdbeeren, die von den strengen Pflanzenschutzvorgaben für importierte Erdbeeren mittelbar profitieren, nur bedingt erweiterungsfähig. Nicht quantifizierbare Mengen werden im Erzeuger-Verbraucher-Direktverkehr umgesetzt. Insgesamt wird das Obst in der Nische bleiben.

⁹ LfL IEM; Agrarmärkte 2014, Abb. 3-4 Winterrapsanbau in Bayern; Schriftenreihe der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft 3/2014

Deutlich höher sind die Erlöse im Bereich des Weins und des Weinmosts. Die Bestrebungen, die Wein- und Weinmostmengen zugunsten der Qualität einzudämmen und durch Erhöhung der Preise eine verbesserte Wertschöpfung zu erreichen, drücken sich in den Verkaufserlösen aufgrund des weitgehend fehlenden Erzeuger-Verbraucher-Direktverkehrs (in Verbindung mit Tourismus) nicht aus und dürften de facto deutlich höher liegen. Der fränkische Wein spielt auf den internationalen Mengenmärkten keine Rolle und ist somit auf eine individuelle Qualitätspolitik angewiesen. Einer negativen Mengeninduktion steht hier eine positive Preisinduktion seit Beginn einer gezielten Qualitätsproduktion gegenüber.

Der Bereich der Rinder und Kälber ist in Bayern durch eine erhebliche Überproduktion gekennzeichnet. Tab. 4 weist aus, dass der Selbstversorgungsgrad bei Rindern und Kälbern von 220 % auf nunmehr gut 170 % gefallen ist. Trotzdem wird ein gerade noch positiver Trend bei den Verkaufserlösen geschätzt. Ursache hierfür dürfte der Rückgang der Zahl der gehaltenen Kühe, die sich aus der gesteigerten Milchleistung ergibt, und der Rückgang der Rindermast aufgrund ordnungspolitischer Maßnahmen (Gleitflug) sein. Bei seit 2005 leicht steigenden Preisen und vergleichsweise moderaten Preisschwankungen für Rindfleisch gleichen sich die Einflüsse von Menge und Preis über die Jahre aus. Allerdings ist bayerisches Rindfleisch auch außerhalb Deutschlands ein Faktor, der im Export teilweise gefragt ist. Qualitätssicherungsmaßnahmen und Kennzeichnung der Regionen und Qualitäten (Geprüfte Qualität Bayern und Bayerisches Rindfleisch g.g.A) spielen hier zum Erhalt der hochpreisigen Märkte durchaus eine Rolle. Der Ruf der Qualität des bayerischen Rindfleischs könnte durch die zunehmende Ausrichtung auf Milch und nicht auf Fleisch gefährdet sein.

Die Erzeuger von Rindfleisch in Bayern sind vielseitig strukturierte und fast ausschließlich bäuerliche Betriebe in ganz Bayern, vor allem aber in Grünlandgebieten der Alpen und Mittelgebirge. Der Aufbau schlagkräftiger, großer und eigenständig wirtschaftender Erzeugerorganisationen, z.B. für Schlachtvieh, mit dem Ziel der Bündelung des Angebotes hat in diesem Bereich ein Gegengewicht zur Marktmacht der Schlachthöfe und des Lebensmitteleinzelhandels gebildet. Moderate Preisschwankungen und durch leicht steigende Preise induzierte Verkaufserlöse sind die Folge.

Die Erzeugung von Eiern in Bayern entwickelt sich nach dem Verbot der Käfighaltungen wieder leicht positiv. Zunehmend werden aber Legehennenhaltungen (3000er Einheiten) aufgebaut, die auf die regionale Vermarktung ab Hof oder über Regionalprogramme des Lebensmitteleinzelhandels setzen. Vielfach wird hier „regional“ mit ökologischer Produktion verbunden. Da der Selbstversorgungsgrad deutlich unter 100 % liegt, könnte diese Rechnung in Bayern durchaus aufgehen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass hochwertige, in Bayern weiterverarbeitete Produkte nur geringen Schwankungen unterliegen und keine stark positiven und negativen Trends aufweisen. Vergleichsweise stabile Absatzstrukturen, die durch Selbstregulierung (Hopfen, Wein, ggf. Rindfleisch) gekennzeichnet sind, unterliegen de facto nicht so stark preis- und mengeninduzierten Schwankungen. Eine andere Situation besteht bei den Ölsaaten, die mehr von der internationalen Versorgungslage sowie ordnungspolitischen Vorstellungen (Rapsöl) charakterisiert sind. Mit Ausnahme des Bereichs Hopfen ist auch hier die Heranführung an eine ausgeglichene Selbstversorgung erkennbar.

2.4 Erzeugnisgruppen mit stagnierender bzw. rückläufiger Erlös-entwicklung

Hierzu zählen nach Auffassung des Autors die Baumschulerzeugnisse. Sie erreichten 2012 Verkaufserlöse von 82 Mio. € Als Folge der vergleichsweise geringen Bedeutung des Obstanbaus in Bayern haben sich Züchtungs- und Aufzuchtbetriebe für Obstgehölze nicht in großen Einheiten angesiedelt. Baumschulbetriebe konzentrieren sich auf die Bereitstellung von Baumschulerzeugnissen für die Landschafts- und Gartengestaltung.

Die Verkaufserlöse für Zuckerrüben betragen 2012 143 Mio. € Seither ist der Selbstversorgungsgrad¹⁰ in Deutschland von 120 % auf 109 % gesunken. Diese rückläufige Entwicklung ist auch in Bayern spürbar. Daran ändert auch die Rekordernte in 2014 nichts. Schwer zu schaffen macht dem Rübenzucker der derzeit nicht zu beseitigende Preisabstand zum Rohrzucker¹¹. Es wird zu beobachten sein, wie sich der Zuckermarkt nach Wegfall der ordnungspolitischen Vorgaben entwickelt.

2.5 Bestimmungsgründe für die Erlösentwicklung der wichtigsten Erzeugnisgruppen

Zusammenfassend können folgende Tendenzen festgehalten werden:

- Voraussetzung für eine erfolgreiche Erzeugung und Verarbeitung ist immer die Nutzung des technischen und/oder biologischen Fortschritts. Dies führt bei der Installation neuer Wertschöpfungsketten meist zu großen Produktionseinheiten.
- Es zeichnet sich die Tendenz ab, dass in allen Produktbereichen die Anpassung der Erzeugung an den Verbrauch seit 2005 an Bedeutung gewonnen hat. Dies gilt für die Verbesserung der Selbstversorgung bei Gemüse, Schweinen, Geflügel und Eiern sowie für die Anpassung der Selbstversorgungsgrade nach unten bei Rindern und Kälbern.
- Vergleichsweise wenig verarbeitete Agrarerzeugnisse in Verbindung mit hohen Selbstversorgungsgraden führen zu hohen preisinduzierten Erlösschwankungen.
- Die Qualitätssicherung in Verbindung mit einer Herkunftsangabe wird bei Produkten mit Selbstversorgungsgraden über und unter 100 % gezielt genutzt.
- Je stärker die landwirtschaftlichen Erzeugnisse im eigenen Land verarbeitet werden, umso geringer dürften die preisinduzierten Schwankungen der Verkaufserlöse für die Erzeuger sein. Schwankungen im Bereich der Mengen und der Preise werden gedämpft.
- Leistungsfähige Wertschöpfungsketten müssen langfristige Markterschließungsmaßnahmen auf den nationalen, EU- und Drittlandsmärkten durchsetzen und können nicht auf kurzfristige Trends setzen. Beispiele für leistungsfähige Wertschöpfungsketten sind die Bereiche Hopfen, Milch, Rindfleisch, Kartoffeln, Wein. Die Leistungsfähigkeit der Wertschöpfungskette Gemüse muss hingegen kritisch gesehen werden.
- Erzeugerorganisationen können positive Beiträge zu Wertschöpfungsketten leisten. Hierfür stehen die Bereiche Rindfleisch, Hopfen und in gewisser Hinsicht auch Kartoffeln. Selbsthandelnde Erzeugerorganisationen wirken i.d.R. positiv.

¹⁰ LfL IEM; Agrarmärkte 2014, Tab. 7-5 Weißzuckererzeugung und Selbstversorgungsgrad in der EU; Schriftenreihe der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft 3/2014

¹¹ Mdl. Aussage anlässlich der Jahrestagung der fränkischen Zuckerrübenanbauer

3 Absatzwege für bayerische Erzeugnisse

Bayern verfügt über ein leistungsfähiges produzierendes Ernährungsgewerbe mit einem geschätzten Umsatz von 27,1 Mrd. € (2013). Hinzu gesellt sich ein ebenfalls leistungsfähiges Ernährungshandwerk mit einem Umsatz von weiteren 8,8 Mrd. Diese Verarbeitungsbereiche dürften den überwiegenden Anteil bayerischer Agrarerzeugnisse aufnehmen. Für Getreide und Ölsaaten¹² werden allerdings auch Absatzdestinationen außerhalb Bayerns vom Agrarhandel direkt bedient.

Derzeit sind keine genauen Statistiken zur Verarbeitung und zum Export bayerischer Agrar- und Ernährungsgüter verfügbar. Statistisch ist eine klare Abgrenzung Bayerns zu den anderen Bundesländern nicht möglich. Somit können auch Erzeugnisse, die über andere deutsche Bundesländer an Destinationen im europäischen Binnenmarkt und in Drittländer geliefert werden, praktisch nicht erfasst werden. Direkte Lieferungen in andere Mitgliedstaaten und Drittländer sind erfassbar. Unter Berücksichtigung der Arbeiten zur Güterverkehrsbewegungsstatistik¹³ wird versucht, den Anteil der in die Bundesländer gelieferten Mengen grob zu schätzen und zu quantifizieren. Eine Zusammenstellung der Ergebnisse vermittelt Tab. 5.

Tab. 5: *Schätzung: Absatzwege für bayerische Erzeugnisse der Agrar- und Ernährungswirtschaft in Mrd. € (Quelle: LfSTAD Bayern, Stat. Bundesamt, Bayer. Handwerkstag; eigene Berechnungen, Schätzungen und Anpassungen)*

Position		Mrd. €		
Umsatz des produzierenden Ernährungsgewerbes		27,1		
Umsatz des Ernährungshandwerks		8,8		
Summe:		35,9		
Position	Bayern regional	Bundesländer national	EU Binnenmarkt	Drittländer international
Mrd. €	21,1	6,2	7,2	1,4
Anteil in %	56,3	19,7	20,1	3,9

Die Schätzung in Tab. 5 zeigt, dass der überwiegende Anteil (ca. 56 %) des Werts der Agrarerzeugnisse und der ernährungswirtschaftlichen Güter in Bayern verbleiben dürften. Damit sind die heimischen Märkte für Bayern nach wie vor attraktiv, insbesondere für preislich hochwertige Waren

Die Lieferungen in andere Bundesländer wurden auf rd. 20 % geschätzt. Statistisch nicht erfassbar sind derzeit die Erzeugnisgruppen, die in andere Bundesländer geliefert werden.

Mit einem Exportvolumen von 7,2 Mrd. € oder rd. 20 % ist der europäische Binnenmarkt ein bedeutender Absatzweg für die bayerische Ernährungswirtschaft. Die Direktlieferung der Ernährungswirtschaft in Drittländer ist dagegen mit einem Handelsvolumen von 1,4 Mrd. € vergleichsweise wenig bedeutend.

¹² Bayern verfügt nur über geringe Verarbeitungskapazitäten für Ölsaaten.

¹³ Vgl. Graser, S.: Überregionaler Empfang und Versand Bayerns an Produkten der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Bayerische Landesanstalt für Ernährung (LfE), Abt. Marktwirtschaft

3.1 Regionale Absatzmärkte

Bayerns Ernährungswirtschaft muss den unterschiedlichen Anforderungen der genannten Marktsegmente vom regionalen bis zum globalen Markt entsprechen, um erfolgreich zu vermarkten. Deutlich wird in diesem Zusammenhang, dass dabei die Bedürfnisse der bayerischen Verbraucher nicht vernachlässigt werden dürfen. Neben objektiven Qualitätsmerkmalen spielen individuelle Qualitätsansprüche eine Rolle. Hierher gehören besondere Produktionsweisen, wie die gentechnikfreie Erzeugung von Lebensmitteln, die Erzeugung nach besonderen ökologischen Regeln oder die Erfüllung der berechtigten Anforderungen an den Tierschutz.

Mit dem Herkunft bezogenen Qualitätssicherungssystem *Geprüfte Qualität Bayern* oder dem in der Notifikation befindlichen Zeichen *Öko-Qualität Bayern* werden diesen Wünschen der Verbraucher nach Vertrauen Rechnung getragen. Im Bereich der Wertschöpfungsketten mit mehreren Verarbeitungsstufen ist die Handelsstufen übergreifende Qualitätssicherung besonders wichtig und führt über die Jahre zu verbesserten Marktchancen.

Für eine erfolgreiche Marktdurchdringung ist auch eine Mindestangebotsmenge von Produkten notwendig. Hier ist in Bayern im Bereich des Ökolandbaus noch Arbeit zu leisten. Eine Möglichkeit ist die gemeinsame Vermarktung und abgestimmte Bewerbung der Öko-Verbandsqualitäten.

Für die Direkt- und Selbstvermarktung hat Bayern begonnen, ein übergreifendes und integratives Regionalportal zur Verfügung zu stellen, das allen Anbietern von ländlichen Produkten und Dienstleistungen offensteht und somit für Transparenz in der Regionalvermarktung sorgen soll.

Trotz Globalisierung bleibt der regionale Markt im bevölkerungsstarken Bayern (ca. 12,5 Mio. Einwohner) der wichtigste Absatzmarkt, der auch die Trends vorgibt.

3.2 Überregionale Absatzmärkte

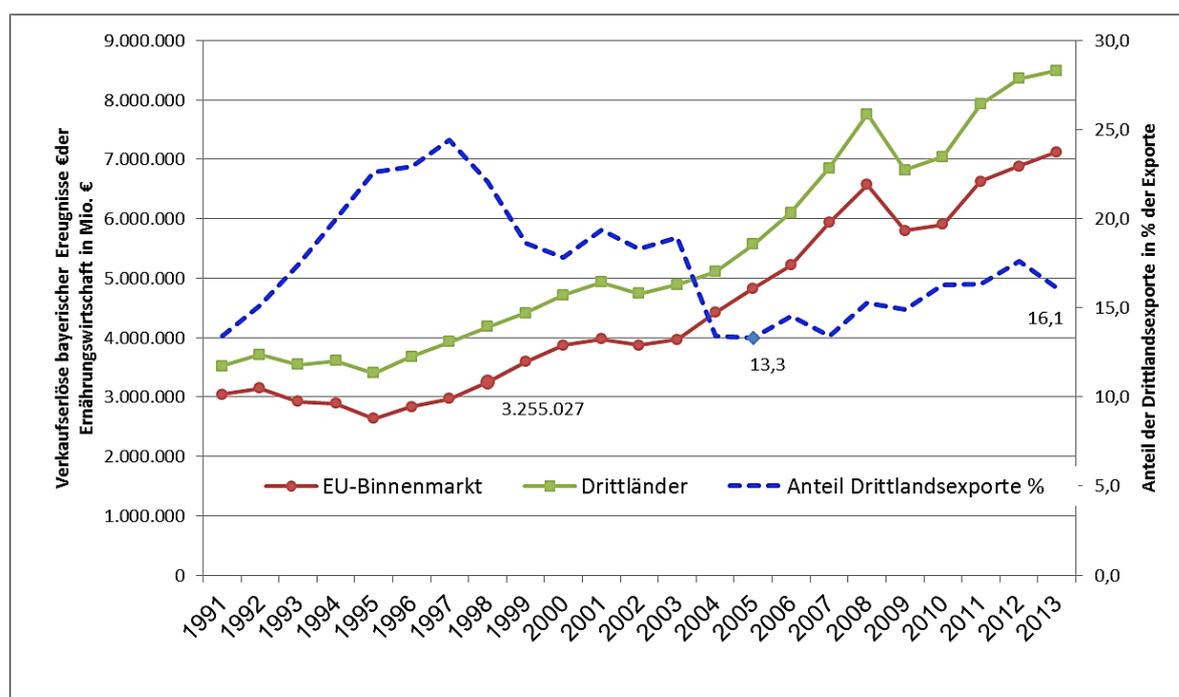


Abb. 4: Entwicklung des Exportvolumens ernährungswirtschaftlicher Güter aus Bayern

(Quelle: STMELF, Bayerischer Agrarbericht 2014, Tab. 23, Tab. 24, Tab 27, eigene Berechnungen)

Im Jahr 2013 haben die Lieferungen der bayerischen Ernährungswirtschaft, die direkt in den Binnenmarkt und in Drittländer versandt wurden, den Höchstwert von rd. 8,5 Mrd. € erreicht (vgl. Abb. 4). Die Lieferungen in den EU-Binnenmarkt entwickelten sich seit ca. dem Jahr 2000 ausgesprochen positiv und erreichten 2013 die Bestmarke von 7,1 Mrd. €. Die Pflege des geografisch „nahe gelegenen“ EU-Binnenmarktes muss folglich im Mittelpunkt der Bestrebungen von Exportanstrengungen für bayerische ernährungswirtschaftliche Erzeugnisse stehen. Die Lösung der „Eurokrise“ mit dem Ziel einer verbesserten Zahlungsfähigkeit der südlichen EU-Staaten wäre folglich ein Förderprogramm für bayerische Agrarprodukte.

Der Einbruch des relativen Anteils der Drittlandware von rd. 19 % auf 13 % vom Jahr 2003 auf das Jahr 2004 ist auf die Erweiterung der EU von 15 auf 25 Mitglieder zurückzuführen. Danach haben sich die Exporte in die Mitgliedsländer sehr gut entwickelt, während der Rückgang der Exporte in Drittländer unbedeutend war. Dies führt zu dem Schluss, dass die Ausweitung des Binnenmarktes für Bayerns Ernährungswirtschaft ein erhebliches Absatzpotential in den letzten 10 Jahren eröffnet hat.

Tab. 6: Exporte bedeutsamer Warengruppen der bayerischen Ernährungswirtschaft 2012 in Mrd. € (Quelle: STMELF, Bayerischer Agrarbericht 2014, Tab. 25, Tab. 24, Tab 27, eigene Berechnungen)

Position	Käse	Milch/Milcherzeugnisse	Fleisch/Fleischwaren	Pflanzliche Nahrungsmittel*	Backwaren	Bier
insgesamt	1,4650	1,1483	1,1332	0,756	0,516	0,416
Länder Zahl	94	132	99	145	137	135
EU	1,3044	0,9196	1,0949	0,481	0,413	0,266
Anteil EU %	89	80	97	64	80	64

Hinweis: ohne Rohtabak und Tabakerzeugnisse * einschl. Getreide und Kartoffeln

Mit der Rückführung der ordnungspolitischen Vorgaben ab 2005 entwickelt sich die Zunahme des Anteils der Lieferungen in Drittländer wieder positiv. Wurden 2005 noch gut 13 % der Waren in Drittländer exportiert, so sind es 2013 gut 16 %. Dies ändert jedoch nichts an der Tatsache, dass sich die Lieferungen in den EU-Binnenmarkt bis 2013 wesentlich dynamischer gestalteten, als Exporte in Drittländer. Im Hinblick auf die derzeit in der Diskussion stehenden zweiseitigen Handelsabkommen (CETA; TTIP) können noch keine Aussagen getroffen werden. Ernährungs- und Agrarerzeugnisse mit wenig Verarbeitungsstufen (Getreide, Milchpulver) dürften jedoch stärker profitieren als hochverarbeitete Erzeugnisse.

Tab. 6 untergliedert die Exporte in den EU-Binnenmarkt und in Drittländer nach den wichtigsten Warengruppen. Zunächst ist die Vielfalt der Lieferdestinationen erstaunlich, die bei pflanzlichen Erzeugnissen nochmals deutlich höher ist. Weiter zeigt sich, dass tierische Erzeugnisse wesentlich stärker auf den Binnenmarkt fixiert sind als pflanzliche Erzeugnisse. Innerhalb der tierischen Produkte haben Milch- und Milcherzeugnisse, darunter

auch Trockenpulver, die größten Exportanteile in Drittländer. Anders stellen sich die Produktgruppen im pflanzlichen Bereich dar. Hier ist der Anteil von Exporten deutlich höher, insbesondere für unverarbeitete oder wenig bearbeitete Produkte (z.B. Getreide), die in Drittländern Verwendung finden und für haltbare Produkte, darunter Bier und Backwaren. Von der Globalisierung profitiert zum Beispiel Bayerisches Bier in China. Hier ist der Schutz des bayerischen Biers durch die gegenseitige Anerkennung von geografischen Herkunftsangaben inzwischen möglich.

4 Ergebnisse/Ausblick

Zur Absicherung des Markterfolgs bayerischer Agrarerzeugnisse und Lebensmittel ist die Umsetzung bzw. Beibehaltung einer Reihe von Maßnahmen sicherlich zielführend.

Zentraler Bestandteil einer auf Erfolg ausgerichteten Marktpolitik ist die Gestaltung und die schnelle Umsetzung des technischen Fortschritts in möglichst allen Bereichen. Technische und/oder biologische Fortschritte sollten schnellstmöglich und gezielt in die Praxis im Bereich der Erzeugung und Verarbeitung eingeführt werden. Die durch die Umsetzung des technischen Fortschritts erzielten Erfolge bei der Generierung zusätzlicher Verkaufserlöse aus nachwachsenden Energien sollten zugunsten der Erlöse der Erzeuger gesichert und ggf. ausgebaut werden. Im Bereich eines gezielten Managements zur Nutzung der Kapazitäten organischer Dünger stecken erhebliche Effizienzsteigerungen.

Unter Berücksichtigung der politischen Forderung, möglichst viele, selbständige Existenzen und eine artenreiche Landschaftsgestaltung sicherzustellen, sind intensiviertere Formen der horizontalen und vertikalen Kooperation notwendig. Hierzu zählt die effiziente Bewirtschaftung landwirtschaftlicher Betriebe, die zukünftig durch Arbeitskräftemangel gekennzeichnet sein werden. Dies bedeutet eine verbesserte Kooperation innerhalb von Wertschöpfungsketten. Dabei wird das Instrument der am Markt handelnden Erzeugerorganisationen – unabhängig von ihrer Rechtsform (eG, GmbH, GmbH und Co KG) – zur Risikominimierung und Preissicherung an Bedeutung gewinnen. Die Globalisierung der verarbeitenden Unternehmen, die zukünftig ihren Sitz nicht mehr in Bayern haben werden (z.B. Vion) wird diese Entwicklung beschleunigen.

Der Trend der Regionalvermarktung als Gegenstück zur Globalisierung hat der Land- und Ernährungswirtschaft in Bayern Vorteile gebracht und Strukturschwächen überdeckt. Die Verbindung der Herkunft mit einer Qualitätssicherung ist ein Instrument, das den bedeutendsten Vermarktungsbereich für die bayerische Ernährungswirtschaft in den Mittelpunkt gestellt und das Verbraucherinteresse geweckt hat. Ausgehend von einem starken heimischen Markt ist die Erschließung neuer Marktsegmente einfacher.

Auch zukünftig wird es sinnvoll sein, Verbrauchertrends wie den ökologischen Landbau, die gentechnikfreie Erzeugung und den Tierschutz aktiv in das Marketing aufzunehmen, um mit „gefühlten“ Qualitätsverbesserungen Mehrwert zu schaffen.

Erklärung Erstellung Abbildung 1

Berechnung der Angaben: Die Abb. 1 setzt sich aus insgesamt 4 miteinander kombinierten Quellen zusammen. Fehlende Daten wurden geschätzt.

Quelle 1: Regionale Landwirtschaftliche Gesamtrechnung_R_LGR – Verkaufserlöse der Landwirtschaft in Deutschland nach ausgewählten Erzeugnissen und Bundesländern; Berechnungsstand März 2014; Statistische Ämter des Bundes und der Länder, http://www.statistikportal.de/Landwirtschaft/LGR/DE_VE_y.asp\y=2012

Bei der Zusammenstellung der Daten wurde davon ausgegangen, dass die Erlöse für nachwachsende Rohstoffe, insbesondere Ölsaaten und in geringem Umfang Getreide, enthalten sind. Silagen und andere Stoffe, die der Biogaserzeugung dienen, sind hier nicht enthalten.

Quelle 2: Der Umsatz der bayerischen Biogasanlagen mit landwirtschaftlicher Biomasse wurde von Herrn Robert Wagner, C.A.R.M.E.N e.V., zusammengestellt:

DBFZ Bericht: Vorbereitung und Begleitung der Erstellung der Erfahrungsberichts 2014 im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.

Preise: Biogas Journal 03-2014: Frischmassepreise 2013: mittlere Preise frei Silo, ggf. verändert bzw. ergänzt durch C.A.R.M.E.N e.V.

Der Berechnung zugrundeliegende Ergebnistabelle:

Position	Vor-Ort-Verstromung	Biomethananlagen	Insgesamt
Maissilage	322.021.854 €	17.812.080 €	339.833.934 €
Grassilage	34.125.630 €	764.478 €	34.890.108 €
Ganzpflanzensilage	32.597.968 €	1.836.315 €	34.434.283 €
Getreideschrot	17.626.950 €	1.930.500 €	19.557.450 €
Zwischenfrüchte	2.937.825 €	0 €	2.937.825 €
Zuckerrüben	11.055.576 €	550.368 €	11.605.944 €
Sonstige Erzeugnisse	5.758.130 €	9.623.250 €	15.381.3809 €
Tierische Exkrementen	9.730.035 €	125.190 €	9.855.225 €
Reststoffe	4.700.500 €	1.872.000 €	6572.500 €
Summe:			475.068.649 €

Quelle 3: Die Basiszahlen für die Schätzung des Umsatzes aus landwirtschaftlichen Photovoltaikanlagen stammen aus der Veröffentlichung:

BDEW; Erneuerbare Energien und das EEG: Zahlen, Fakten, Grafiken (2014), Berlin 24. Februar 2014, S. 30

BDEW; Verteilungswirkungen der Marktförderung des EG in den Bereichen Photovoltaik und Windenergie (onshore) (2014), Seite 22

Schäfer, R: Mdl. Mitteilung vom 24.03.2015; STMWVT: Die PV-Freifläche beträgt in Bayern rd. 6.800 ha (30 m²/kw pic) und die Dachflächen 6.800 ha 7,5m²/kw pic).

Quelle 4: Die Berechnung der Einnahmen aus Stamm- und Brennholz für die Landwirtschaft wurden auf der Basis folgender Veröffentlichungen durchgeführt:

Östreicher S., Louen F-J., Hahn, J; LWF Preisanalyse für Scheitholz, LWF aktuell 64/2008, aktualisiert

Hastreiter H.; Der Holzeinschlag 2012 in Bayern, LWF aktuell 98/2014

Vorgehensweise: Für die Berechnung der Verkaufserlöse wurden nur die Angaben zum Privatwald berücksichtigt. Der Einschlag im Bereich des Staats-, Körperschafts- und Bundeswald blieb unberücksichtigt.

Stammholz 2012

Position	Einschlag Mio. FM	davon Verkaufs- ware in %*	Preis je RM in €**	Verkaufserlöse in Mio. €
Nadelholz	3,53	80	85	240
Laubholz	0,18	80	70	10
Industrieholz	0,54	80	34	14

*eigene Schätzung

** Interpolation

Brennholz 2012

Position	Einschlag Mio. FM	davon Ver- kaufsware in %*	Preis je RM in €**	Verkaufserlöse in Mio. €
Scheitholz	3,11	50	85	70
Hackschnitzel	1,15	50	70	27

*eigene Schätzung

** Interpolation: 43€/RM Nadelholz; 60€/RM Hartholz

- Scheitholz: $(43\text{€} \cdot 0,82 + 60\text{€} \cdot 0,18) = 46 \text{ €/RM}$
- Hackschnitzel: $(43\text{€} \cdot 0,82 + 60\text{€} \cdot 0,18) = 46 \text{ €/RM}$

Markttransparenz durch das Regionalportal



Anke Wehking

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL),
Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte

Projektkoordinatorin „Regionale Plattformen Bayern“

Geboren 1970 in Marbach am Neckar

- 1993 Studium Agrarmarketing/Agrarmanagement an der Fachhochschule Weihenstephan
- 1996 Freie Mitarbeiterin bei der VIRIDIS Gesellschaft für Umwelt und ganzheitliches Marketing und der Gesellschaft zur Förderung der bayerischen Landesgartenschauen
- 1997 Teilnahme am Trainee-Programm der BayWa AG in Regensburg
- 1998 Kundenberaterin und Projektleiterin bei der Werbeagentur trio-group in München
- 2008 Projektmitarbeiterin bei verschiedenen Forschungsprojekten zum Thema „Regionalvermarktung in Bayern“ des Instituts für Ernährungswirtschaft und Märkte der an der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft
- 2013 Koordinatorin der Systemkontrolle zur Klassifizierung der „Ausgezeichneten Bayerischen Küche“ am Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte an der LfL
- Seit 2014 Projektkoordinatorin des Forschungsprojektes „Regionale Plattformen in Bayern“ am Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte an der LfL

Zusammenfassung

Das Regionalportal www.regionales-bayern.de ist ein neutrales, frei verfügbares Instrument, das dem Verbraucher umfangreiche Informationen über regionale Produkte, Dienstleistungen, Land und Leute abbildet, regionale Strukturen veranschaulicht und damit für den Verbraucher nachvollziehbar macht.

Zentrales Ziel der Verbraucherplattform ist, einen Überblick über die Angebote „von nebenan“ zu schaffen und Erzeuger und Verbraucher auf möglichst direktem Weg miteinander in Kontakt zu bringen, um die Wertschätzung für heimische Erzeugnisse zu stärken. Dabei werden auf die Prinzipien „kurze Wege, Information und Markttransparenz“ gesetzt.

Derzeit nutzen 817 Betriebe und Regionalvermarkter sowie 71 Regionalinitiativen dieses Regionalportal (Stand: 10.04.15)

Das Regionalportal wird im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) von der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) erstellt, gepflegt und betreut. Umgesetzt wird das Projekt in Kooperation mit der Agentur für Lebensmittel - Produkte aus Bayern (alp Bayern) und dem Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn), mit Unterstützung der Ämter für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (ÄELF).

Gemeinsam mit dem Projektpartner Cluster Ernährung wurde die technische Grundlage für die Anbindung der Gastroplattform „Wirt-sucht-Bauer“ an die programmtechnische Infrastruktur des Regionalportals geschaffen und für beide Partner nutzbar gemacht. Durch die Nutzung eines gemeinsamen Verwaltungs- und Datenbanksystems für beide Anwendungen müssen die eingetragenen Anbieter für die Teilnahme an beiden Plattformen nur **einen** Datensatz einstellen und pflegen.

Kooperationen zu Schnittstellenpartnern bestehen beispielsweise mit dem Bayerischen Bauernverband, dem Spargelerzeugerverband Südbayern, dem Programm „Erlebnis Bauernhof“ des StMELF. Das Regionalportal basiert auf den vorhergehenden Forschungsprojekten „Regionale Vermarktung in Bayern“ (2008-2014).

1 Einleitung

Mit dem Regionalportal werden Informationen zu kleinräumigen Erzeugungs-, Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen gezielt zur Verfügung gestellt und für die Verbraucher aufbereitet. Verbraucher werden mit regionalen Produkten und Dienstleistungen vertraut gemacht und motiviert, regional nach Ihrer Wahl einzukaufen. Mithilfe des Angebots zusätzlicher Informationen sollen die Verbraucher einen Überblick über regionale Kreisläufe und Zusammenhänge innerhalb der heimischen Märkte erhalten.

2 Markttransparenz¹⁴ in kleinräumigen, regionalen Märkten

In den Anbieterprofilen des Regionalportals wird erkennbar, wer mit wem zusammenarbeitet und wer sich wo engagiert. Regionale Kreisläufe basieren häufig auf ideellen Zusammenschlüssen und starken Erzeugergemeinschaften, die als regionale „Bündler“ oder Koordinatoren agieren. Solche Strukturen, Beziehungen, Partnerschaften und u.a. auch Qualitätsaussagen für die Verbraucher erkennbar zu machen, ist ein wichtiger Baustein für die Wertschätzung heimischer Erzeugnisse, der mit Hilfe der Informationsstruktur des Regionalportals umgesetzt wird. Die Vorzüge regionaler Kreisläufe (kurze Transportwege, Erhalt von Kaufkraft in der Region, Wertschöpfung beim Erzeuger) werden so bewusst und transparent. Kurze Wege schonen unsere Umwelt und leisten einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit in der Region.

Abb. 1 veranschaulicht die im Regionalportal bereitgestellte Vernetzung von Erzeugern, Verarbeitern und Initiativen oder anders ausgedrückt, die lokalen oder handelsstufenübergreifenden Beziehungen zwischen regionalen Marktteilnehmern.

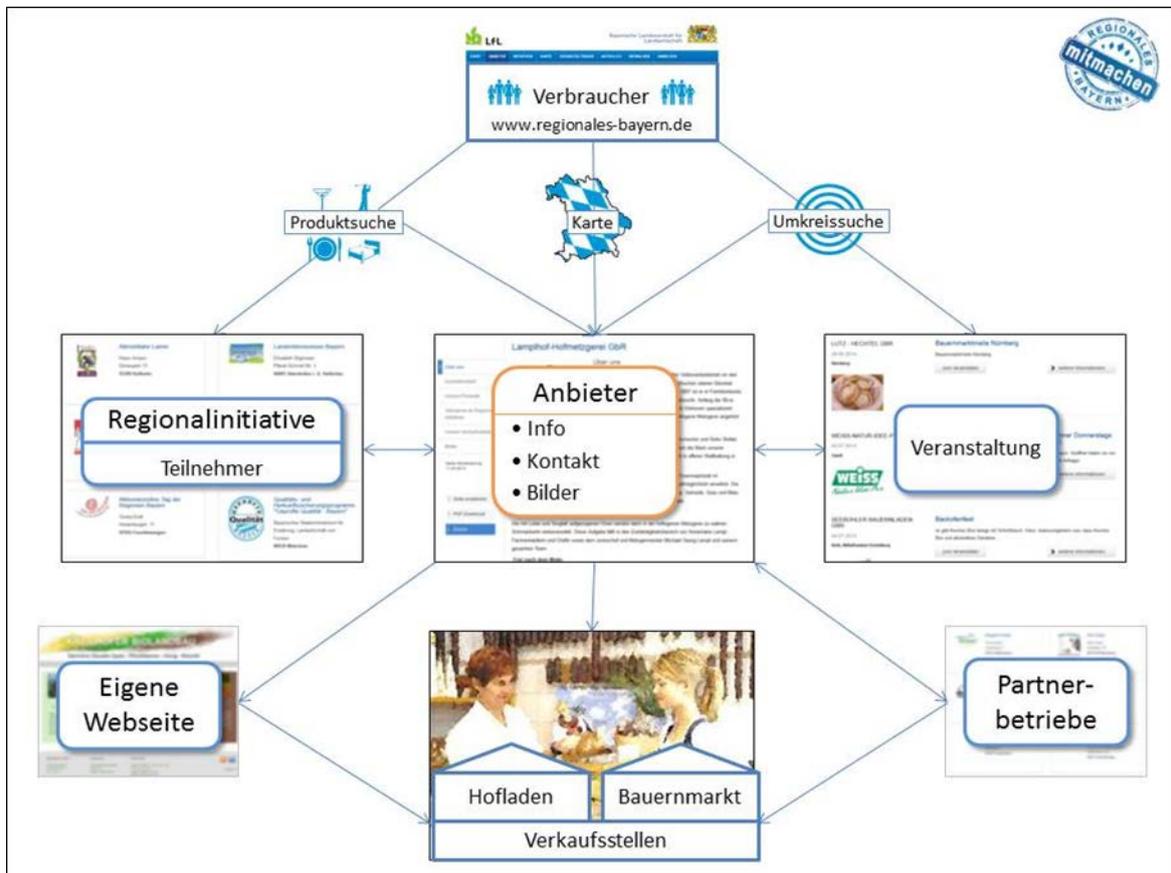


Abb. 1: Regionale Marktstrukturen und -beziehungen auf www.regionales-bayern.de
(Quelle: LfL, IEM 3)

¹⁴ Markttransparenz bedeutet, dass der Markt für Anbieter und Nachfrager »durchsichtig« (transparent), d.h. durch eine möglichst gute Übersicht bezüglich der Güter, der Preise, Konditionen usw. gekennzeichnet ist.“
Quelle, <http://www.wirtschaftslexikon24.com>

Die Nutzerführung im Regionalportal ist so aufgebaut, dass der Verbraucher am Ende seiner Suche – über welchem Weg auch immer – nach Möglichkeit zum Profil eines Anbieters gelangt. Unabhängig davon, ob im ersten Schritt eine Produktsuche, eine Kartenabfrage oder eine Umkreissuche durchgeführt wird, soll das Suchergebnis ein auf den Verbraucher zugeschnittenes Anbieterprofil sein.

Die von den Nutzern selbst eingepflegten Informationen zum jeweiligen Betrieb machen Wertschöpfungen, Produktionsweisen, Beziehungen und Spezialitäten erkennbar. Ergänzende Informationen zu den Produkten, Produktgruppen und individuellen Inhalten sollen zukünftig für die Verbraucher durch Verlinkungen bereitgestellt werden. So erhält der Verbraucher schnell und einfach einen Überblick über die nächstgelegenen Verkaufsstellen von heimischen Erzeugnissen (siehe Abb. 2).

The screenshot displays the profile of 'Bio-Imkerei Georg und Gabriele Nagl' on the LfL website. At the top, the LfL logo and the text 'Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft' are visible. A navigation bar includes 'ANBIETER & KARTE', 'INITIATIVEN', 'VERANSTALTUNGEN', 'TEILNAHME', and 'ÜBER DAS PROJEKT'. The main heading is 'Bio-Imkerei Georg und Gabriele Nagl'. Below this is a map showing the location of the apiary in the Tauting region, with several blue location pins. To the left of the map is a sidebar with navigation options: 'Über uns', 'Kontakt/Anfahrt', 'Unsere Produkte', 'Unsere Liefergebiete', and 'Bilder'. Below the sidebar, there is a 'PDF-Download' button and a 'Zurück' button. The contact information section includes: 'Georg und Gabriele Nagl', 'Huglfingerstrasse 11', '82436 Eglfing / Tauting', 'Tel: 08847 6461', 'E-Mail: georg-nagl@t-online.de', and 'Internet: http://www.bioimkerei-nagl.de'. The 'Unsere Verkaufsstellen' section lists 'Dorfladen Farchant' at 'Bahnhofstrasse 1, 82490 Farchant' with opening hours 'Montag - Samstag' and a note to 'Öffnungszeiten telefonisch erfragen'.

Abb. 2: Darstellung der Verkaufsstellen im Regionalportal (Quelle: LfL)

Informationen zur Erzeugung und Verarbeitung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Dienstleistungen bieten einen Blick hinter die Kulissen des täglichen Einkaufs und schaffen Identifikation mit der Erzeuger-Person und den ländlichen Räumen. Durch das Bewusstsein und die Kenntnis der Produktionsweise wird die Wertschätzung der Verbraucher erhöht und das Vertrauen in die Arbeit unserer Landwirte gestärkt. Hier kann sich jeder Anbieter innerhalb seines Profils individuell darstellen und seinen Erfolg mitbestimmen.

Durch eine randomisierte Anordnung der Ergebnisse wird die Bevorzugung bestimmter Angebote programmtechnisch verhindert und die Neutralität als weitere Voraussetzung der Markttransparenz sichergestellt.

3 Ziele

Im Regionalportal wird ein umfangreicher und attraktiver Stamm von Anbietern regionaler Produkte, Dienstleistungen sowie ideeller Angebote aufgebaut.

Das Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte prüft und veröffentlicht die Inhalte, die das Informationsbedürfnis der Verbraucher befriedigen, den Informationsanbietern einen neuen Marktzugang ermöglichen und gleichzeitig ein für alle Beteiligte ausgewogenes Angebot präsentieren sollen.

Querverweise zu Partnern und Organisationen im Programm verbessern die Markttransparenz im Bereich „Regionale Erzeugnisse“ und „Regionale Gastronomie“.

Mit der Plattform www.regionales-bayern.de wurde ein neutrales und unabhängiges Angebot zur Vernetzung von Anbietern und Verbrauchern geschaffen, das Angebot und Nachfrage auf kürzesten Wegen ausgleicht.

Durch die Bündelung von unterschiedlichen regionalen Angeboten entstehen attraktive Produktportfolios, die gleichzeitig als Türöffner für noch weniger bekannte Angebote fungieren.

Die Vernetzung von Erzeugern und Verbrauchern auf direktem Weg soll die Einkommenssituation von regionalen Anbietern in der Region verbessern.

Die LfL stellt eine neutrale technische Infrastruktur zur verbraucherorientierten Darstellung von Anbieterinhalten zur Verfügung und bietet eine Anlaufstelle zur Unterstützung der Anbieter bei der Aufbereitung ihrer Information an.

Über die Informationen zu ländlichen Angeboten und Veranstaltungen wird der ländliche Raum für Städter als multifunktionelle Kulturlandschaft wahrgenommen.

4 Funktionsweise des Regionalportals

Besucher des Regionalportals können über detaillierte Suchfunktionen nach Einzelprodukten, Dienstleistungen oder Veranstaltungen sowie über eine Postleitzahleneingabe den passenden Anbieter in ihrer Region finden.

In individuellen Betriebsprofilen, deren Inhalte jeder Anbieter eigenverantwortlich einstellt, wird das gesamte Angebotsspektrum, Qualifikationen und Zertifikate, Verkaufsorte und Partner sowie Liefergebiete dargestellt – ergänzt durch eine Bildergalerie und eine Karte mit Anfahrtsweg. So findet der interessierte Verbraucher gezielt z. B. einen Lammfleischerzeuger oder einen bäuerlichen Partyservice in seiner Nähe.

Über Regionales Bayern erhält der Besucher Informationen über Betriebe in seiner Nähe, deren Arbeitsweise und Vermarktung. Zu weiterführenden Informationen gelangt er über einen Link auf die betriebseigene Internetseite oder im direkten Kontakt mit dem Betrieb.

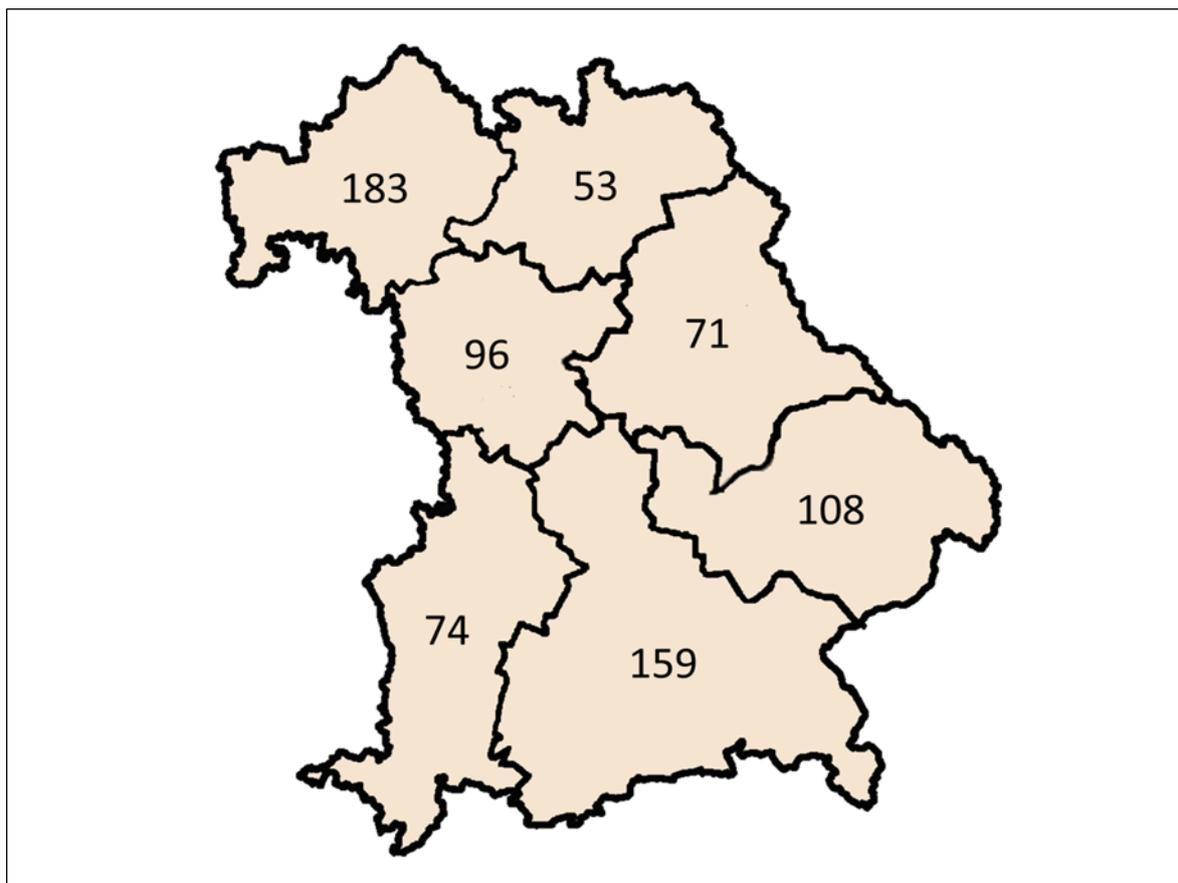


Abb. 3: Anbieterentwicklung: Verteilung aktiver Betriebsprofile in Regierungsbezirken
(Quelle: LfL, Stand: April 2015)

5 Historie

Das Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte beschäftigt sich seit dem Jahr 2008 mit kleinräumigen Produktions-, Verarbeitungs-, Dienstleistungs- und Vertriebssystemen, deren Erzeugung, Verarbeitung und Veredelung in denselben abgegrenzten Regionen erfolgen. Im Projektbericht zur „Regionalen Vermarktung“ (LfL-Schrift 2010 „Strukturen und Tätigkeitsfelder“) stellt es fest, „dass regionale Erzeugnisse, Dienstleistungen und Initiativen – auch als Gegenbewegung zur zunehmenden Globalisierung – vom Verbraucher vermehrt Wert geschätzt und nachgefragt werden.“

Die Internetplattform ist seit Frühjahr 2014 online und unterstützt die Verbraucher bei der regionalen Suche nach landwirtschaftlichen Direktvermarktern, Regionalinitiativen und deren Informationsangeboten.

6 Literaturverzeichnis

- [1] <http://www.wirtschaftslexikon24.com>
- [2] Kurzfassung des Projektberichts „Regionale Vermarktung – Strukturen und Tätigkeitsfelder“, LfL-Information 2010

Getreidevermarktung: Auf Prognosen verzichten, Strategien entwickeln



Herbert Goldhofer

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL),
Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte

Leiter Arbeitsbereich Agrarmarktpolitik und Agrarmarktanalyse

Geboren 1967 in Penzberg/Obb.

Nach Abitur und Bundeswehrzeit Studium der Agrarwissenschaften an der
TU München-Weihenstephan

1994-1996 Referendariat für den höheren landwirtschaftlichen Dienst

1996-2000 Sachgebiet „Landwirtschaftliches Rechnungswesen, Betriebsanalyse“ an
der Bayerischen Landesanstalt für Betriebswirtschaft und Agrarstruktur
(LBA)

2000-2002 Sachgebiet „Förderung“ am Amt für Landwirtschaft und Ernährung Mies-
bach, Lehrkraft an der Landwirtschaftsschule Miesbach

2002-2008 Leitung der Arbeitsgruppe „Ökonomik des Marktfruchtbaus“ am Institut
für Ländliche Strukturentwicklung, Betriebswirtschaft und Agrarinformatik
(ILB) der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft

seit 2008 Stellvertretende Leitung bzw. Leitung des Arbeitsbereichs „Agrarmarktpo-
litik und Agrarmarktanalyse“ am Institut für Ernährungswirtschaft und
Märkte (IEM) der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft

Zusammenfassung

Risikomanagement in der Landwirtschaft ist in den letzten Jahren vor dem Hintergrund eines zunehmend volatilen Marktgeschehens in Verbindung mit zum Teil massiven Preisausschlägen auf den Bezugs- und Absatzmärkten zu einem zentralen Thema in unseren landwirtschaftlichen Betrieben und der gesamten Agrarbranche geworden. Ein Patentrezept für das erfolgreichste Vorgehen beim Verkauf von Getreide oder Raps gibt es zwar nicht, der Werkzeugkoffer der Vermarktung ist heute aber gut gefüllt, so dass mit Hilfe klassischer und moderner Vermarktungsinstrumente eine effektive und auf die betrieblichen Anforderungen abgestimmte Marktstrategie entwickelt werden kann. Dies setzt jedoch kompetentes und konsequentes Handeln am Markt voraus. Ob Prognosen zu weit in der Zukunft liegenden Preisentwicklungen dabei hilfreich sind, wird an dieser Stelle ebenso bezweifelt wie die Richtigkeit von Empfehlungen, sich in jedem Jahr an dieselbe Strategie und Vorgehensweise zu halten. Gerade die börsengestützten Preisabsicherungsmodelle erweitern das Zeitfenster und die Handlungsalternativen für die Vermarktung einer Ernte erheblich, aber auch ein klassischer Vorvertrag kann bei entsprechender Marktlage die richtige Wahl sein. Eine wertvolle Entscheidungshilfe ist dabei die Festlegung betriebsindividueller "Auslöser", also zum Beispiel definierte Preisniveaus, ab denen man das Gespräch mit den Marktpartnern sucht und/oder ein Vermarktungsmodell aktiviert. Das macht aber nur Sinn, wenn ein solches Vorgehen auf die ökonomischen Vorgaben und Anforderungen des Betriebes abgestimmt ist.

Dies alles stellt hohe Anforderungen an die Betriebsleiter, denn die Entscheidung über das "Was – Wann – Wie" wird immer und mit allen Konsequenzen Sache des Unternehmers sein. Die Anwendung von Vermarktungsstrategien beinhaltet keine Erfolgsgarantie im Sinne einer Erlösmaximierung und wo große Preisschwankungen zu wachsenden Marktchancen führen nehmen auch die Risiken zu. Aber grundsätzlich nichts zu tun, bevor man sich der Gefahr aussetzt mit einer Entscheidung mal ungünstig gelegen zu haben, darf auch nicht der Weg für die Zukunft sein.

1 Zu Prognosen

Die Getreidepreise hierzulande hängen, das haben uns die letzten Jahre gelehrt, im Wesentlichen von den Entwicklungen an den internationalen Handelsplätzen ab. Mit kaum noch kalkulierbarer, aber enormer Dynamik, reagieren die Märkte und damit die Erzeugerpreise mittlerweile auf die vielfältigsten Einflüsse des globalen Wirtschaftssystems. Für den Preistrend am Weltmarkt ist dabei ein Mix von Faktoren ausschlaggebend, über deren jeweilige Gewichtung sich die Experten selten einig sind. Zwar hat sich die Balance zwischen Angebot und Nachfrage und die daraus resultierende Entwicklung der globalen und regionalen Bestände zu einem sensiblen Preisbarometer am Markt entwickelt, doch können spontane Faktoren wie Wetterkapriolen, die Aktivitäten der Finanzinvestoren oder politische Entscheidungen zu erheblichen und nachhaltigen Turbulenzen führen.

Vor diesem Hintergrund muss die Frage zulässig sein, ob Markt- und Preisprognosen mit einem mehrmonatigen Vorlauf als belastbare und solide Grundlage für Verkaufsentscheidungen im landwirtschaftlichen Betrieb geeignet sind. Natürlich ist es interessant und spannend heute darüber zu diskutieren, oder sollte man sagen zu spekulieren, ob die Präsidentschaftswahl in Argentinien im kommenden Oktober Auswirkungen auf die dortige

Exportpolitik für Sojabohnen hat und wie sich verschiedene Folgeszenarien auf die internationalen Märkte auswirken könnten. Aber hilft das unseren Landwirten bei der vielleicht augenblicklich anstehenden Entscheidung, ob eine Preisabsicherung für Raps der Ernte 2015 sinnvoll ist?

Neue und komplexe Marktfaktoren / Marktmechanismen

=> global, sprunghaft, schnelllebig, unberechenbar



=> Hohes Preisrisiko bei der Vermarktung

Abb. 1: Die Agrarmärkte haben sich gewandelt

Schon seit geraumer Zeit, um nicht zu sagen seit Jahresbeginn, steht die Ernte 2015 im Fokus verschiedenster Marktberichte und einschlägiger Ausarbeitungen. Mit Hilfe von oft nicht näher beschriebenen Stichproben, spekulativen Annahmen und tendenziellen Hochrechnungen werden Ernteaussichten skizziert und Markttrends für das Wirtschaftsjahr 2015/16 abgeleitet. Das ist nicht zu kritisieren, wenn gleichzeitig deutlich und verständlich auf die immensen Unsicherheiten hingewiesen wird, die in solchen Prognosen stecken. Ein sehr kritisches Thema ist in diesem Zusammenhang auch die immer wieder aufkeimende Frage, ob einzelne Quellen zu bestimmten Zeitpunkten ihre Schätzungen und Prognosen inhaltlich gezielt nach eigener Interessenslage ausgestalten. Dies wird letztlich ebenso wenig belegbar wie auszuschließen sein, und ein möglicher Effekt würde tendenziell eher kurzfristigen Charakter haben. Aber gerade in Phasen mit hoher Nervosität bei den Marktbeteiligten und folglich der Gefahr sehr emotionaler Reaktionen ist dieser Aspekt nicht zu vernachlässigen. Letztlich erhärtet sich unter Berücksichtigung all dieser Aspekte die bereits gestellte Frage, wie nützlich bzw. geeignet derartige Prognosen für konkrete Vermarktungsentscheidungen sind.

Diese Zusammenhänge versuchen wir mit Vorträgen und Seminaren unseren Betriebsleitern zu vermitteln mit dem Ziel, ein hohes Maß an Marktbewusstsein, Marktverständnis und letztlich an Marktcompetenz aufzubauen. Kompetenz heißt jedoch nicht, heute den Weizen- oder Rapspreis zum Jahresende prognostizieren zu wollen. Kompetenz heißt zunächst einmal die Einsicht zu haben, dass durch den Wandel auf den Agrarmärkten neue Spielregeln, also neue und sehr komplexe Marktfaktoren und Marktmechanismen zum Tragen kommen, die mit den Attributen *global, sprunghaft, schnelllebig* und *unberechenbar* sicher nicht vollständig, aber schon recht gut beschrieben werden können. Die Folgen

sind kaum mehr vorhersehbar, die daraus resultierenden Preisausschläge aber oft massiv und von erheblicher wirtschaftlicher Relevanz.

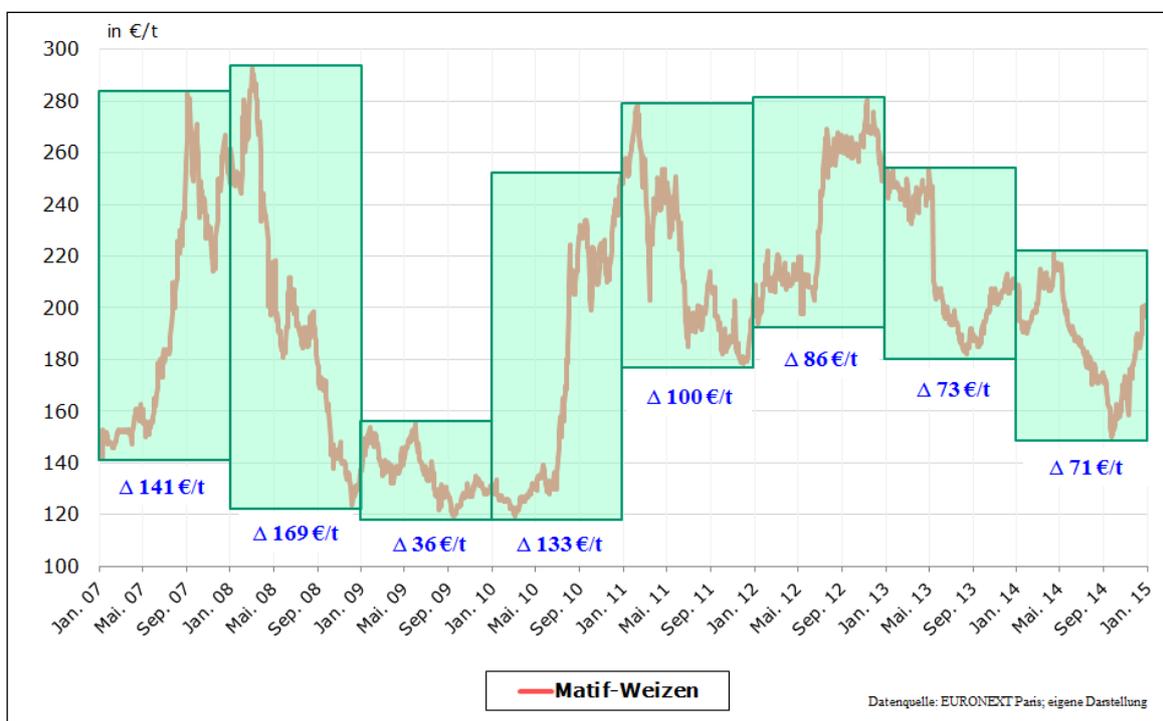


Abb. 2: Preisschwankungen als Normalzustand

Ziel muss es sein, aus dieser Einsicht heraus die Notwendigkeit abzuleiten, sich im Sinne eines guten und kalkulierbaren Betriebsergebnisses zukünftig intensiv mit Vermarktungsstrategien zu beschäftigen.

2 Zu Strategien

Wenn man versucht den Findungsprozess für die richtige Absicherungs- bzw. Vermarktungsstrategie in einem Schema darzustellen, kann man die Komplexität dieses Vorhabens bereits erahnen und man wird zu dem Ergebnis kommen, dass es auch hier nicht den einen und allgemeingültigen Weg gibt. Das in Abb. 3 dargestellte Schema soll keine Priorisierung oder Reihenfolge der einzelnen Schritte nach dem Prinzip "von oben nach unten und von links nach rechts" beinhalten, sondern nur einen Überblick über die wichtigsten Einzelkomponenten geben. Dabei kann man dazu tendieren, sich zunächst den ökonomischen Aspekten zuzuwenden, da hier möglicherweise schon richtungsweisende Informationen vorliegen. Wenn es die betriebliche Liquiditätsplanung erfordert, dass im 3. Quartal eines Kalenderjahres zwingend Einnahmen aus dem Verkauf von Feldfrüchten generiert werden müssen, kann dies die Auswahl von Vermarktungsstrategien ebenso vorbestimmen wie eventuell bestehende Bindungen zu bevorzugten Marktpartnern, die nicht in Frage gestellt werden sollen. In solchen Fällen kann es Sinn machen, den Umgang mit der physischen Ware von einer Preisabsicherungsstrategie in Bezug auf die Geschäftspartner zu entkoppeln, ohne die zeitliche Gleichschaltung aufzugeben. Als Beispiel wäre hier ein Engagement an der Warenterminbörse zu nennen.

Von besonderer Bedeutung ist bei den ökonomischen Komponenten aber die Frage, ob die betrieblichen Stückkosten (Vollkosten) bekannt sind und somit aus der Kalkulation heraus vermarktet werden kann. Dies hat neben dem wirtschaftlichen Aspekt auch eine immense psychologische Dimension. Der Unterschied, ob man in seiner Entscheidungsfindung eine Orientierung im Sinne eines kostendeckenden Preisniveaus hat oder ohne Wissen dieser Kennzahl versucht die Taktik einer Erlösmaximierung zu verfolgen, beeinflusst die Bereitschaft zur Anwendung von Preisabsicherungsstrategien fundamental. Je größer diesbezüglich die Unsicherheit ist, umso höher werden die Anforderungen an ein Vermarktungsinstrument formuliert, um sich überhaupt damit zu beschäftigen. Mit sogenannten Mindestpreismodellen bieten viele Erfasser mittlerweile ein Vermarktungsinstrument an, das neben dem Effekt eines preislichen Sicherheitsnetzes (Mindestpreis) auch die Teilhabe an steigenden Preisen in einem definierten Zeitraum ermöglicht. Solche Produkte gibt es aber nicht zum Nulltarif. Es liegt letztlich in der Beurteilung des Kunden, wie er die Kosten-Nutzen-Relation einordnet und welche Konsequenzen er daraus zieht.

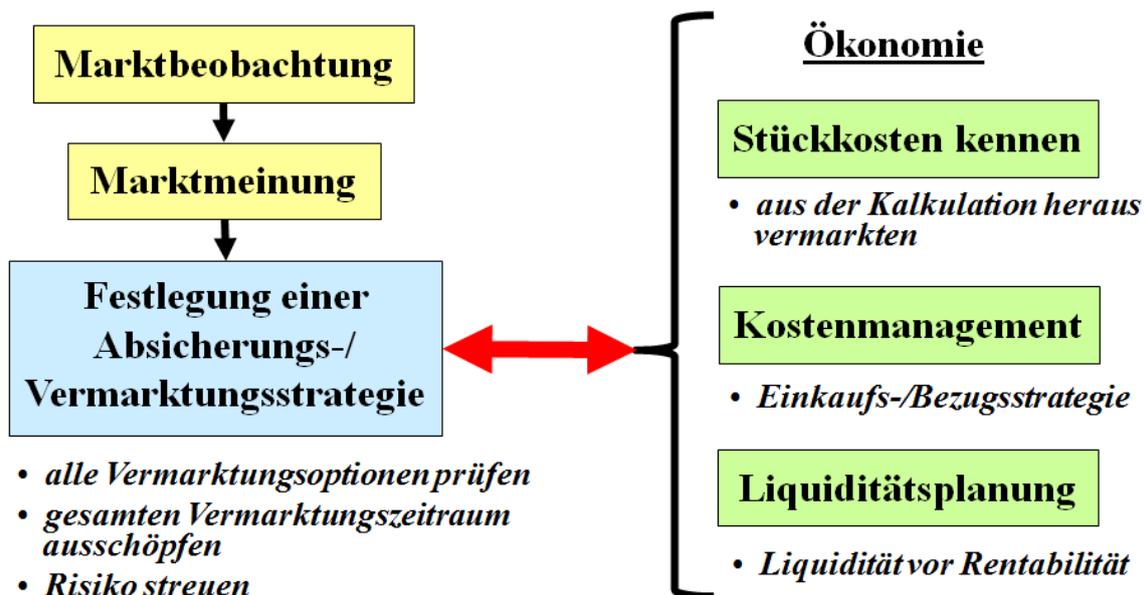


Abb. 3: Entwicklung einer Absicherungs-/Vermarktungsstrategie

Die größte Herausforderung bei der Entwicklung und Umsetzung einer Absicherungs-/Vermarktungsstrategie wird letztlich aber darin bestehen, sich aus der Marktbeobachtung heraus eine Marktmeinung zu bilden. Man kann sich nun auf den Standpunkt stellen, dass die Notierungen an der Warenterminbörse alle augenblicklich verfügbaren Marktinformationen widerspiegeln und somit ein umfassendes und verlässliches Stimmungsbild vermitteln. Vor dem Hintergrund, dass die meisten Vermarktungsinstrumente mittlerweile direkt oder zumindest indirekt an die Warenterminbörse gekoppelt sind, ist das eine durchaus nachvollziehbare Taktik. Dies erspart es einem Betriebsleiter jedoch nicht, das Preisniveau unter Berücksichtigung aller ihm zur Verfügung stehenden Maßstäbe einzuordnen, weil dies von hoher Relevanz für den Einsatz der richtigen Vermarktungsstrategie ist.

In Phasen hoher Preise gemäß individueller Definition muss die Zielsetzung darin bestehen, sich diese für die nächste, idealerweise sogar für mehrere Ernten, zu sichern. Dabei denkt man zuerst an klassische Vorkontrakte bzw. Lieferverträge. Einerseits kann man mit

diesem Instrument das Basisrisiko (Abstand zwischen dem Erzeugerpreis und der Notierung an der Warenterminbörse) umgehen und mit dem fixierten Preis eine Planungsgrundlage schaffen, muss andererseits aber dem eingegangenen Mengen- und Qualitätsrisiko Rechnung tragen, indem nur Teilmengen vermarktet und entsprechende Vertragsklauseln mit dem Marktpartner vereinbart werden. Es tritt aber in der Praxis häufig das Problem auf, dass dieses Instrument nur für die kommende Ernte angeboten wird. Zur Absicherung von Preisen weit im Voraus bietet sich dann der Verkauf von Terminkontrakten an der Warenterminbörse an - Börsianer sprechen von einem "short hedge". Auch wenn ein solches Engagement mit Risiken verbunden und mit manchem Vorurteil behaftet ist, sollte man bei fehlenden Alternativen die Chancen erkennen und ein entsprechendes Vorgehen nicht von vornherein ablehnen.

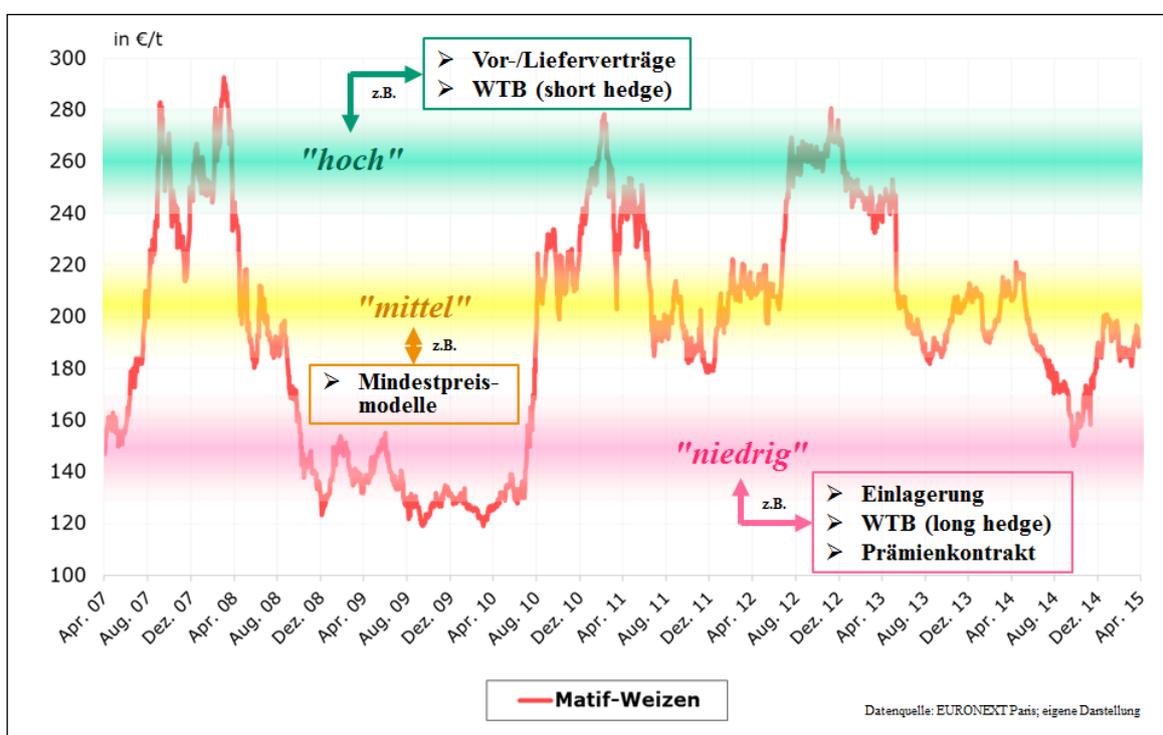


Abb. 4: Preisniveaus definieren, Vermarktungsoptionen prüfen

Phasen mittlerer Preise stellen die größte Herausforderung an die Bereitschaft zur Umsetzung von Vermarktungsstrategien dar, weil die Bildung einer Marktmeinung mit vielen Unsicherheiten behaftet und folglich die Versuchung groß ist, im "Abwarten" zu verharren. Darum kommt der Kenntnis der betrieblichen Stückkosten hier eine ganz besondere Bedeutung zu. Je nach Marktlage und dem damit verbundenen Maß an Unsicherheit kann darauf basierend ein Preisniveau oder ein Preiskorridor definiert werden, ab dem eine Vollkostendeckung eintritt oder nahezu erreicht wird und somit Vermarktungsschritte im Sinne des betrieblichen Risikomanagements zweckmäßig sind. In solchen Situation sind Vermarktungsinstrumente gefragt, die einerseits ein Sicherheitsnetz nach unten aufspannen, gleichzeitig aber die Möglichkeit bieten auch nach Kontraktabschluss an günstigen Preisentwicklungen teilzunehmen. Hier bieten sich die bereits erwähnten Mindestpreismodelle an, die mittlerweile von verschiedenen Erfassern angeboten werden. Ein wichtiges Merkmal dabei ist, dass Mindestpreismodelle an einen physischen Liefervertrag gekoppelt sind. Der Nutzer hat den Vorteil, dass er im Gegensatz zu einem unmittelbaren

Engagement an der Warenterminbörse nur einen Geschäftspartner hat und von allen Begleitumständen eines direkten Hedgings befreit ist. Ein solches Produkt hat aber auch seinen Preis, der in der Entscheidungsfindung eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen kann.

In Phasen niedriger Preise muss die Frage erlaubt sein, ob eine Strategie gegen weiter fallende Preise noch Sinn macht. Natürlich weiß man nie, ob bzw. wann die Notierungen ihren Tiefpunkt erreicht haben und ein Restrisiko besteht prinzipiell immer. Aber schlechte Preise auch noch abzusichern ist in solchen Situationen schwer zu vermitteln. Die primäre Zielsetzung wird folglich darin bestehen, mit den in Frage kommenden Möglichkeiten und Maßnahmen zumindest die Chance zu wahren, an zukünftigen Preissteigerungen noch teilzuhaben. Bei deren Auswahl spielt die Zeitkomponente eine besondere Rolle. Ist man gezwungen in der Ernte auf eine Niedrigpreisphase zu reagieren, fällt einem zunächst das traditionelle Instrument der Lagerung (Eigen- oder Fremdlager) ein. Ist dies nicht möglich, besteht eine andere Variante darin, die physische Ware zu vermarkten und gleichzeitig Terminkontrakte („Papier-Weizen“) an der Warenterminbörse zu kaufen - Börsianer sprechen von einem "long hedge". Bei Preissteigerungen gewinnt entweder die physische Ware im Lager oder der Kontrakt im Börsendepot an Wert, womit die primäre Zielsetzung erreicht wäre. Aber es gibt keine eingebaute Gewinngarantie, da bei einem Preisrückgang der umgekehrte Effekt eintritt. Je niedriger also das Preisniveau in der Ausgangssituation ist, umso überschaubarer ist auch das Risiko. Gleiches trifft letztlich auf einen Prämienkontrakt zu, der oft während einer Niedrigpreisphase im Vorfeld einer Ernte zum Zuge kommt.

3 Schlussbemerkung

Wenn sich ein Unternehmer bewusst mit seiner betrieblichen und persönlichen Ausgangssituation auseinandersetzt, sowie die in Frage kommenden Vermarktungsoptionen in ihrer Ausgestaltung und Wirkung kennt, sind in Verbindung mit einer fundierten Marktbeobachtung wichtige Voraussetzungen für die Entwicklung und Umsetzung erfolgversprechender Vermarktungsstrategien gegeben. Das Treffen der finalen Entscheidung bleibt aber die vielleicht höchste Hürde auf dem Weg zu einem gezielt aktiven Umgang mit dieser Thematik.

Sind die Grenzen der bayerischen Fleischwirtschaft erreicht?



Ralf Bundschuh

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL),
Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte

Leiter Arbeitsbereich Vieh, Fleisch-, Eier und Geflügelwirtschaft,
Fischetikettierung

Geboren 1967 in München

- 1987 Studium der Agrarwissenschaften an der TU München-Weihenstephan;
Praktika auf einem Demeter-Milchviehbetrieb mit Gemüsebau (Bayern)
einem Ackerbaubetrieb mit Pensionspferdehaltung (Bayern) sowie einem
Rindermastbetrieb in Australien
- 1994 Amt für Landwirtschaft Traunstein, Mitarbeiter für Baustellungnahmen und
Milchquotenübertragung
- 1995 Referendariat am Amt für Landwirtschaft in Rosenheim und Kaufbeuren
- 1997 Berater für Rinderhaltung am Amt für Landwirtschaft Augsburg-Friedberg
- 2002 Mitarbeiter im Referat Milchwirtschaft des Bayerischen Staatsministeriums
für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMLF)
- 2005 Leitung des Arbeitsbereichs Vieh, Fleisch-, Eier und Geflügelwirtschaft,
Fischetikettierung am Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte an der
LfL

Zusammenfassung

Die Fleischwirtschaft kämpft seit mehreren Jahren mit einer tendenziell negativen Berichterstattung in den Medien. Diese hat mittlerweile Auswirkungen auf den Fleischverbrauch. Im Gegensatz zu anderen Regionen in Deutschland findet man in weiten Teilen Bayerns trotz optimaler natürlicher Voraussetzungen nur eine geringe Viehdichte. Bei Schweine- und Geflügelfleisch erzeugt Bayern weniger als es verbraucht. Gleichzeitig wachsen der Fleischverbrauch und auch der Importbedarf weltweit, was auch für die bayerische Fleischwirtschaft Entwicklungspotential bieten würde. Begrenzt wird dieses Potential für Bayern nicht durch Umweltaspekte und physische Grenzen sondern eher durch emotionale Grenzen. Hier gilt es in der Zukunft eine Balance zu finden, ohne dass die Wettbewerbsfähigkeit der bayerischen Fleischwirtschaft gemindert wird.

1 Einleitung

Die Fleischerzeugung ist v.a. in den letzten beiden Jahren verstärkt in den Fokus der Medien gelangt. Insbesondere wurden Themen wie die betäubungslose Ferkelkastration, die Nottötung von Ferkeln, das Töten männlicher Küken (Legehennenhaltung), der Platzbedarf je Tier, die Größe der Ställe, der Antibiotikaeinsatz, die Auswirkungen der Güllewirtschaft auf die Umwelt und auch die Behandlung der Tiere am Schlachthof teils seriös, teils aber auch unseriös diskutiert. Oft werden bei dieser Diskussion ideologische Ziele einzelner Gruppierungen gegenüber fachlichen Argumenten in den Vordergrund gerückt sowie negative Einzelbeispiele als Problem vieler oder sogar aller Tierhalter suggeriert.

Als Lösung für die genannten Themen wird von den Initiatoren eine Extensivierung der Tierhaltung, Verbesserungen beim Tierschutz („Tierwohl“) sowie eine vermeintlich gesündere Ernährung propagiert, wenn weniger oder gar kein Fleisch mehr gegessen wird. Dadurch würde zudem weniger Fläche für den Futteranbau benötigt, die im Gegenzug für pflanzliche Nahrungsmittel oder eine ökologischere Landwirtschaft verwendet werden könnte.

2 Mögliche Einflüsse auf den abnehmenden Fleischverbrauch

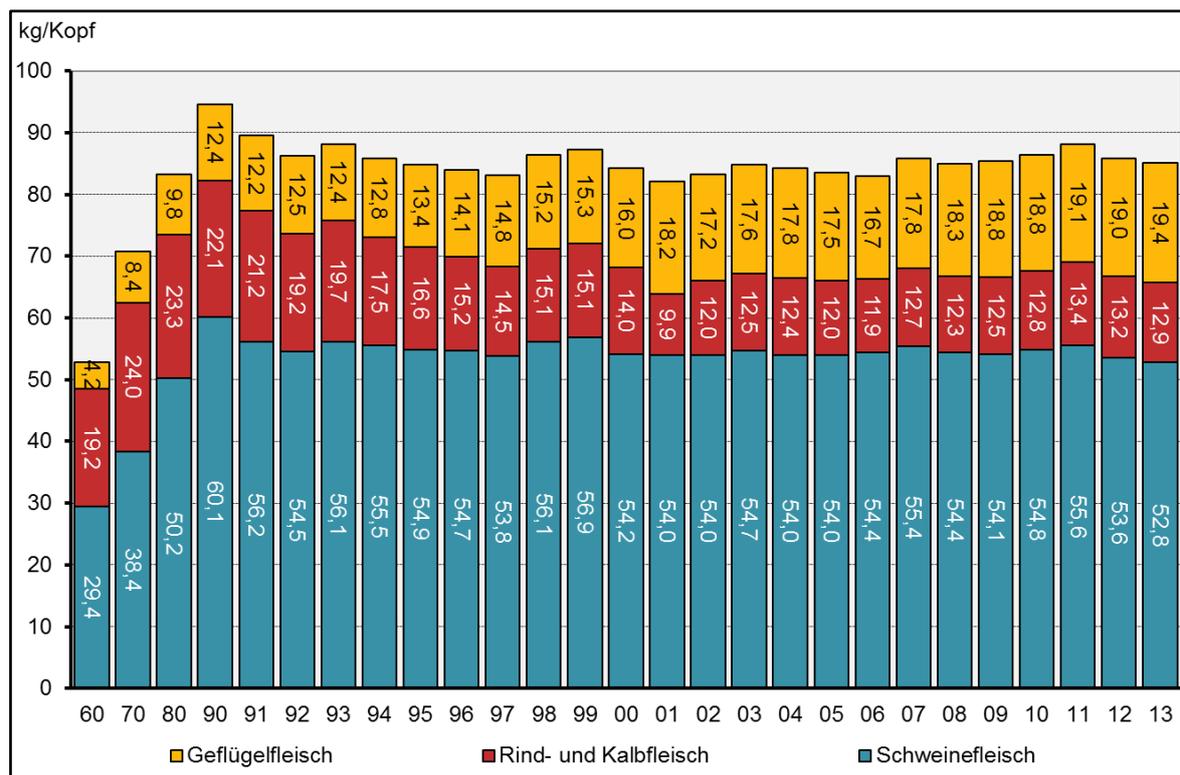


Abb. 1: Fleischverbrauch in Deutschland, brutto (Quelle: BMELV, Destatis)

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob die oft negative öffentliche Diskussion über die Fleischerzeugung den Fleischverbrauch beeinflusst. Seit den 90er-Jahren geht der Fleischverbrauch in Deutschland mit einzelnen Ausnahmen zurück. Das trifft insbesondere für Schweinefleisch zu, bei dem auch 2014 von einem weiteren Rückgang ausgegangen wird. Rindfleisch konnte nach dem BSE-bedingten Einbruch wieder Boden gutmachen, al-

lerdings nicht auf dem früheren Niveau. In den letzten Jahren blieb der Verbrauch relativ konstant. Auch für 2014 wird mit einem gleichbleibenden Verbrauch gerechnet. Steigender Beliebtheit erfreut sich seit vielen Jahren Geflügelfleisch. Für 2014 geht man jedoch von einem leichten Rückgang aus. Für den Rückgang bei Schweine- und Geflügelfleisch in den Jahren 2012 bis 2014 dürfte die negative öffentliche Diskussion bei diesen beiden Fleischarten neben weiteren Gründen maßgeblich verantwortlich sein.

3 Belastung der Umwelt durch intensive Viehhaltung?

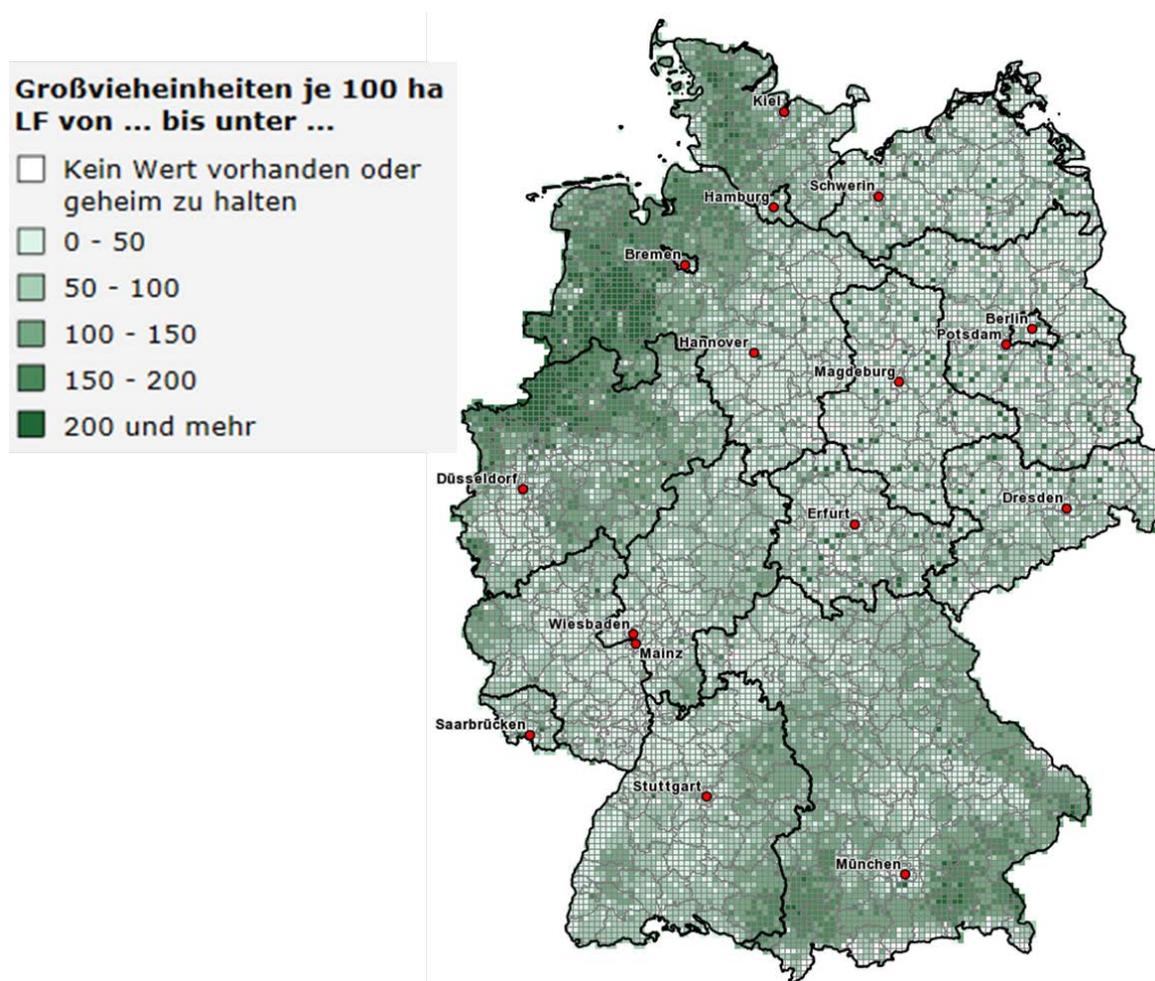


Abb. 2: Viehbesatz in Deutschland 2010 (Quelle: www.atlas-agrarstatistik.nrw.de)

Geht man der Diskussion um die Belastung der Umwelt durch intensive Viehhaltung auf den Grund, so fällt auf, dass diese Problematik im Wesentlichen Teile Nordrhein-Westfalens und Niedersachsens betrifft, in denen mehr als 2 GV/ha gehalten werden. In Schleswig-Holstein sind weniger Gebiete davon betroffen, in Bayern ebenfalls. Im übrigen Bundesgebiet gibt es kaum Gebiete mit intensiver Viehhaltung.

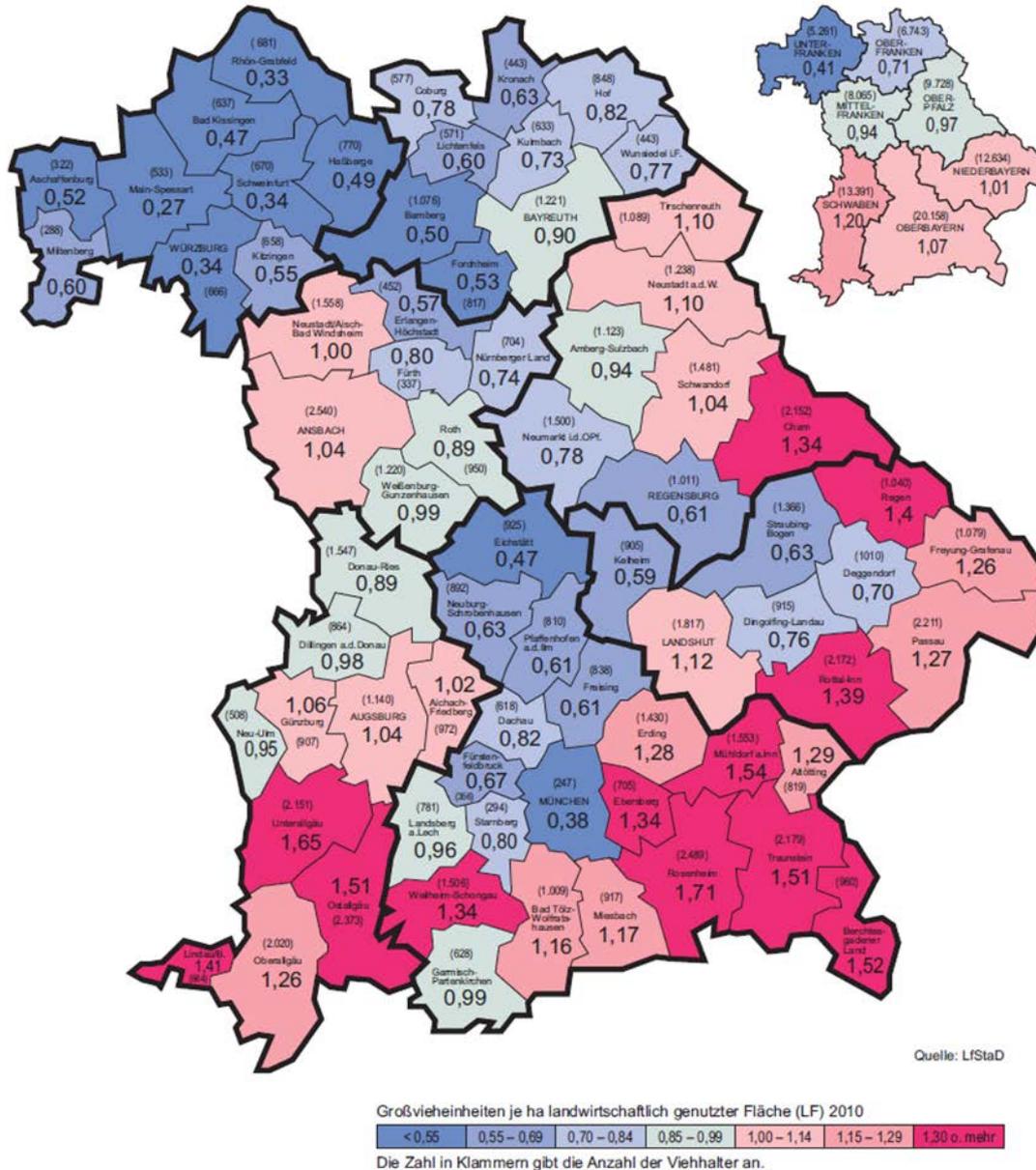


Abb. 3: : Viehbesatz in Bayern 2010 (Quelle: LfStD)

In Bayern beträgt der durchschnittliche GV-Besatz unter 1 GV/ha. Nur 6 Landkreise in Südschwaben und Südost-Oberbayern haben einen GV-Besatz über 1,5 GV/ha. Diese verfügen v.a über eine intensive Milchviehhaltung mitunter auch auf Grünland, das gülle-technisch höhere Mengen verträgt als Ackerland. Im überwiegenden Teil Bayerns herrschen niedrige GV-Besätze vor, so dass in vielen Regionen (v.a in Franken, der Oberpfalz, Nordschwaben, dem nördlichen Oberbayern sowie dem westlichen Niederbayern) die Viehhaltung problemlos und umweltschonend erhöht werden könnte.

4 Erzeugung und Nachfrage

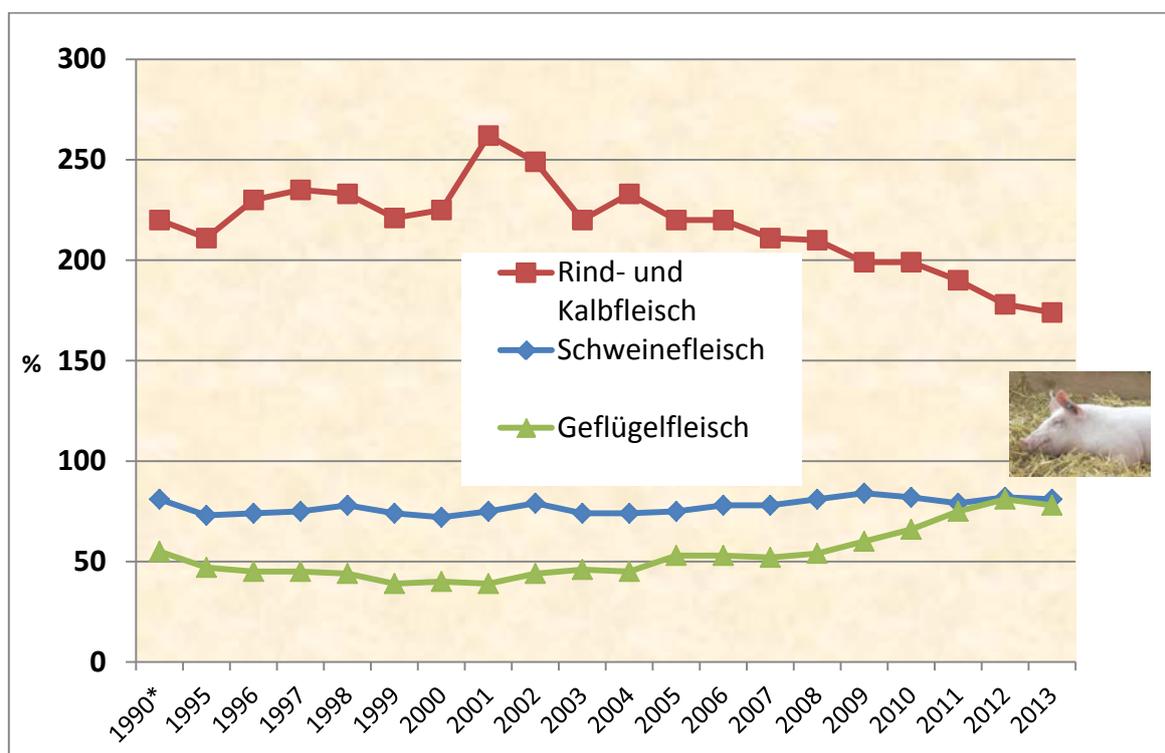


Abb. 4: Selbstversorgungsgrade bei Fleisch in Bayern (Quelle: eigene Berechnungen)

Aufgrund der natürlichen Gegebenheiten ist die Rinderhaltung in Bayern traditionell stark vertreten. Bayern war schon immer auf den Export von Rindfleisch angewiesen. Allerdings sind die Bestände und in der Folge auch der Selbstversorgungsgrad seit vielen Jahren rückläufig. Wegen des Wegfalls der Milchquote ab 01.4.2015 ist mit einer Stabilisierung der Bestände und damit auch des Selbstversorgungsgrades zu rechnen.

Bei Schweinefleisch wurde nie eine volle Selbstversorgung erreicht. Trotz leichter Zuwächse müssen immer noch rund 20 % des bayerischen Schweinefleischbedarfs eingeführt werden. Dementsprechend besteht ein Erweiterungspotential für die Schweinefleischerzeugung in Bayern. Allerdings hat die öffentliche Diskussion der letzten beiden Jahre dazu geführt, dass der Bestandsaufbau bei Mastschweinen moderater verlief. Die Zuchtsauenbestände wurden wegen der verschärften Haltungsaufgaben weiter reduziert.

Analog der in Bayern gestiegenen Nachfrage nach Geflügelfleisch stiegen auch die Geflügelbestände und der Selbstversorgungsgrad in den letzten Jahren deutlich an. Dennoch müssen rund 20 % des in Bayern verzehrten Geflügelfleisches importiert werden. Für die Geflügelfleischerzeugung in Bayern ist ebenfalls ein Erweiterungspotential absehbar. Auch bei Geflügelfleisch hat die öffentliche Diskussion der letzten beiden Jahre dazu geführt, dass der Verbrauch moderater wuchs und auch die Bestandsaufstockung langsamer von statten ging.

Für eine vollständige Fleischversorgung in der Region Bayern muss die Erzeugung von Schweine- und Geflügelfleisch noch weiter ausgedehnt werden. Von Seiten des Lebensmitteleinzelhandels werden durchaus Wünsche geäußert, den Verkauf bayerischer Herkunft beispielsweise im Programm „Qualität aus Bayern“ auszudehnen, so dass eine Erweiterung der Erzeugung durchaus sinnvoll und erforderlich sein kann.

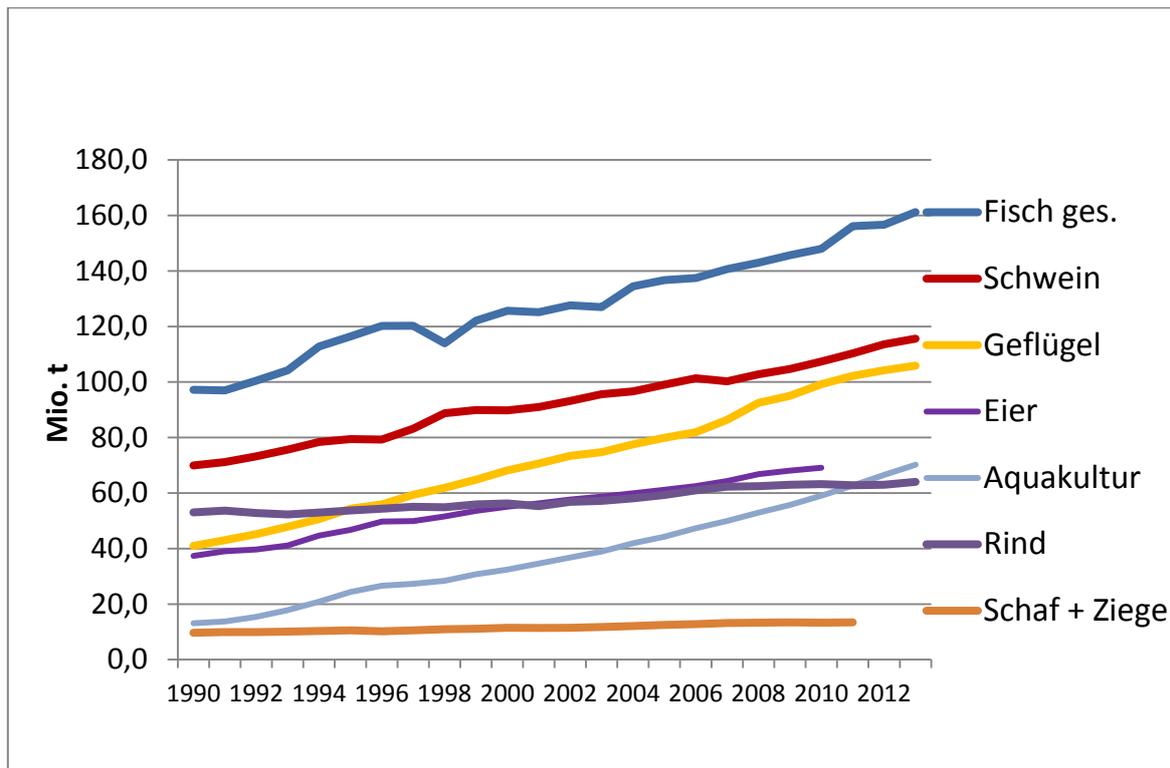


Abb. 5: Entwicklung der weltweiten Fleischerzeugung (Quelle: FAO, USDA)

Während in Deutschland und der gesamten westliche Welt eine Sättigung beim Fleischverzehr und auch eine Stagnation der Bevölkerung zu verzeichnen ist, steigt in vielen anderen Regionen der Welt der Fleischkonsum in Folge eines zunehmenden Wohlstandes und wachsender Bevölkerungszahlen. Stärkste Wachstumsregion ist Asien, aber auch der mittlere und nahe Osten sowie Nordafrika fragen zunehmende Mengen Fleisch am Weltmarkt nach, weil die Erzeugung im eigenen Land die steigende Nachfrage nicht decken kann. Prognosen gehen von einem Anstieg der Weltbevölkerung von jetzt 7 auf 9 Mrd. im Jahr 2050 aus. Dieses Wachstum wird ausschließlich in Schwellen- und Entwicklungsländern stattfinden, so dass von einem weiteren enormen Anstieg des Fleisch- und Importbedarfs in diesen Regionen auszugehen ist. Das stärkste Wachstum verzeichnet Geflügelfleisch gefolgt von Fisch und Schweinefleisch. Bei Rindfleisch verläuft das Wachstum moderater.

An dieser Entwicklung könnte auch die bayerische Fleischwirtschaft partizipieren. Bayern verfügt im weltweiten Vergleich über eine Gunstlage hinsichtlich Wasserverfügbarkeit, Klima und Qualität der Böden. Durch eine verantwortungsbewusste und ökologisch verträgliche, moderate Ausdehnung der Fleischerzeugung könnten zusätzliche Einkommen generiert werden. Bayern könnte damit zudem seinen Teil an der globalen Verantwortung und zum globalen Frieden beitragen.

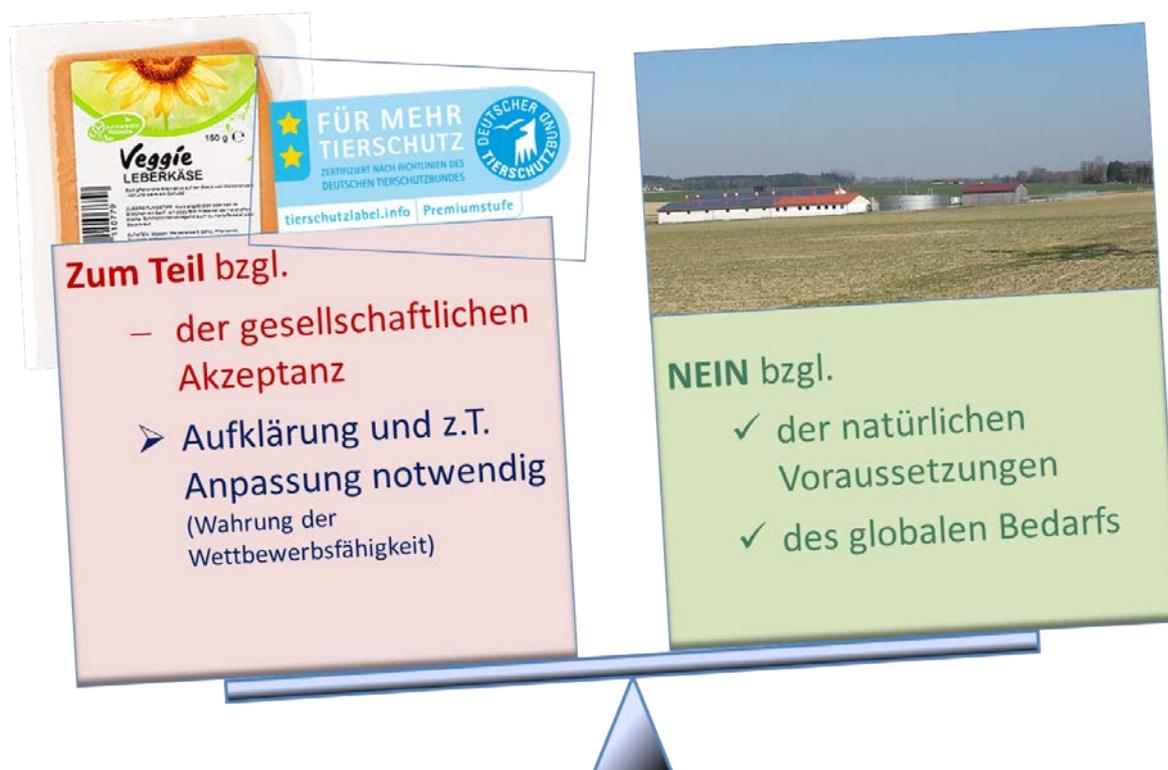


Abb. 6: Sind die Grenzen der bay. Fleischwirtschaft erreicht? (eigene Darstellung)

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Grenzen der bayerischen Fleischwirtschaft bezüglich der natürlichen Voraussetzungen bei weitem noch nicht erreicht sind. Die optimalen natürlichen Voraussetzungen, die in vielen Regionen niedrigen GV-Besätze und auch die Nachfrage des Lebensmitteleinzelhandels nach bayerischem Fleisch lassen eine weitere Ausdehnung der Fleischerzeugung zu. Zudem wird der globale Bedarf für weitere Fleischmengen erheblich zunehmen.

Begrenzend wirkt jedoch die gesellschaftliche Akzeptanz für die Fleischerzeugung bzw. die derzeitigen Methoden der Fleischerzeugung. Deshalb ist es erforderlich, das Vertrauen der Gesellschaft durch Aufklärung und eine teilweise Anpassung der Produktionsmethoden zu gewinnen. Dabei muss jedoch sichergestellt werden, dass die Wettbewerbsfähigkeit der bayerischen Produktion gegenüber anderen Erzeugungsregionen nicht durch im Vergleich höhere Auflagen verschlechtert und in der Folge Teile aufgegeben werden. Nachdem der Großteil der Verbraucher eher nach Preis und nicht nach Tierwohlkriterien einkauft, würde eine im Inland zurückgehende Fleischerzeugung schnell durch Importe aus Regionen ausgeglichen werden, die die hohen inländischen Auflagen bei weitem nicht erfüllen. Dem Tierwohl wäre damit nicht geholfen.

Strukturen des Marktes für Öko-Geflügel und Öko-Schweine in Bayern



Dr. Astrid Heid

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL),
Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte

Projektkoordinatorin „Ökologische Wertschöpfungsketten in Bayern“

Geboren 1981 in Donaueschingen

Nach Abitur und Freiwilligem Ökologischem Jahr Studium der Agrarwissenschaften an der Universität Kassel/Witzenhausen

2008 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing, Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften der Universität Kassel; Promotion

2012 Projektentwicklung und –koordination (Ökologische Wertschöpfungsketten in Bayern) an der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft in Kooperation mit der Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern (LVÖ)

Autorenhinweis:

Die Projektmitarbeiterin Sabine Neuberger an der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft war maßgeblich an der Erstellung des nachfolgenden Beitrags beteiligt.

Zusammenfassung

Die steigende Nachfrage nach ökologischen Lebensmitteln kann in vielen Fällen nicht aus der deutschen Produktion bedient werden. Gleichzeitig legen Konsumenten von Öko-Lebensmitteln Wert auf eine deutsche oder besser noch regionale Herkunft der Waren. In einem Kooperationsprojekt der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft und der Landesvereinigung für den Ökologischen Landbau sollen für regional erzeugtes Öko-Geflügel- und Öko-Schweinefleisch Wertschöpfungsketten untersucht und Optimierungsansätze konzipiert werden, um diese Diskrepanz zwischen hoher Nachfrage und zu geringem Angebot zu verringern. In einem ersten Schritt wurde hierfür die Struktur der Öko-Schweine- und Geflügelerzeugung in Bayern anhand von Datenbankinformationen untersucht. Es konnten Erkenntnisse zur regionalen Verteilung der Erzeugung und zur Größenstruktur der Betriebe gesammelt werden. Konkrete Aussagen über am Markt verfügbare Mengen, wie sie für die Planung entlang der Wertschöpfungskette benötigt würden, können jedoch nicht getroffen werden. Dafür ist die Datenlage nicht ausreichend. Zudem liefern die vorhandenen Datenbanken keine Informationen über die Erzeugungsstufe hinaus. Tiefergehende Informationen vor allem über die Bereiche Verarbeitung und Handel sollen

im nächsten Schritt durch Experteninterviews gewonnen werden. Hierbei geht es um die Identifikation von Akteuren, Beziehungen, Stärken und Schwächen als Grundlage für die Entwicklung eines Optimierungskonzepts.

1 Einleitung

Die Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln in Deutschland ist weiterhin steigend. Dies gilt auch für Öko-Fleisch, insbesondere für Geflügelfleisch, bei dem der Absatz von 2013 bis 2014 um 17 % gesteigert werden konnte. Allerdings bewegt sich der Öko-Fleischmarkt auf einem insgesamt sehr niedrigen Niveau mit unterdurchschnittlichen Marktanteilen von 1,0 % (Geflügel) bis 1,5 % (Fleisch) [1].

Dennoch gilt auch hier, dass die Produktion in Deutschland nicht mit der Nachfrage Schritt hält. Immerhin 26 % des Öko-Schweinefleischs musste 2013/14 importiert werden. Die knappe Verfügbarkeit von Öko-Schweinefleisch bremste auch das Wachstum auf der Nachfrageseite [1]. Es bestehen hier also Potentiale zur Steigerung sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Erzeugerseite.

Dieses Potential wird noch dadurch gestärkt, dass Verbraucher zunehmend auf die Herkunft von Lebensmitteln achten und Produkte aus Deutschland bzw. der Region bevorzugen [1]. Für viele Konsumenten von Öko-Lebensmitteln ist die regionale Herkunft bzw. die Unterstützung regionaler Betriebe einer der wichtigsten Gründe für den Kauf dieser Produkte. Die Regionalität rangiert dabei inzwischen sogar vor dem Tierschutz als bedeutendem Grund für den Kauf von Öko-Lebensmitteln [2].

Der Trend zur regionalen Herkunft von Öko-Lebensmitteln sowie das noch wenig ausgeschöpfte Marktpotential von Öko-Fleisch bilden den Hintergrund für ein Kooperationsprojekt der Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) und der Landesvereinigung für den ökologischen Landbau (LVÖ), das den Markt für ökologisches Schweine- und Geflügelfleisch in Bayern untersuchen und weiterentwickeln will. Dazu sollen Lösungsansätze entlang der gesamten Wertschöpfungskette von der Erzeugung über Schlachtung und Verarbeitung bis hin zum Handel und den Verbrauchern konzipiert werden, wie das Angebot an regional erzeugtem Öko-Geflügel- und Öko-Schweinefleisch gesteigert und an die Nachfrage angepasst werden kann.

2 Wertschöpfungsketten für Öko-Fleisch aus Bayern

Die Wertschöpfungskette im Sinne des Projekts umfasst alle Bereiche und Aktivitäten von der landwirtschaftlichen Erzeugung des Produkts über die Verarbeitung bis hin zum Handel. Es geht darum, die Beziehungen zwischen den verschiedenen beteiligten Unternehmen und Akteuren zu betrachten und herauszufinden, wo Möglichkeiten zur Optimierung bestehen. Grundlage für die Konzeption und Optimierung ist die Analyse der verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette, um Informationen über Strukturen, Mengen, Absatzwege etc. zu erhalten. Abb. 1 stellt schematisch die verschiedenen Bereiche einer Wertschöpfungskette für Öko-Fleisch dar, wobei deutlich wird, dass es sich um ein Netzwerk von beteiligten Unternehmen mit verschiedenen Möglichkeiten zur Gestaltung der Beziehungen handelt. Im Folgenden werden erste Ergebnisse der Strukturanalyse auf Erzeugerebene (Mast) sowie der Stand der weiteren Analysen vorgestellt.

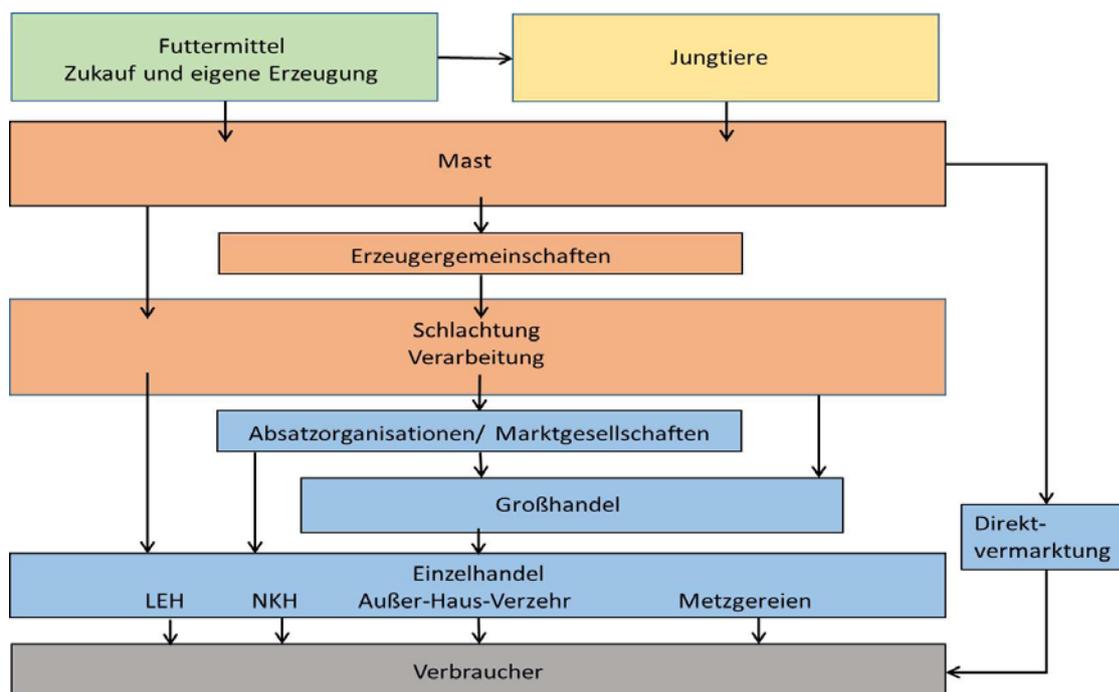


Abb. 1: Schematische Darstellung einer Wertschöpfungskette für Öko-Fleisch (Ge-flügel/Schwein)

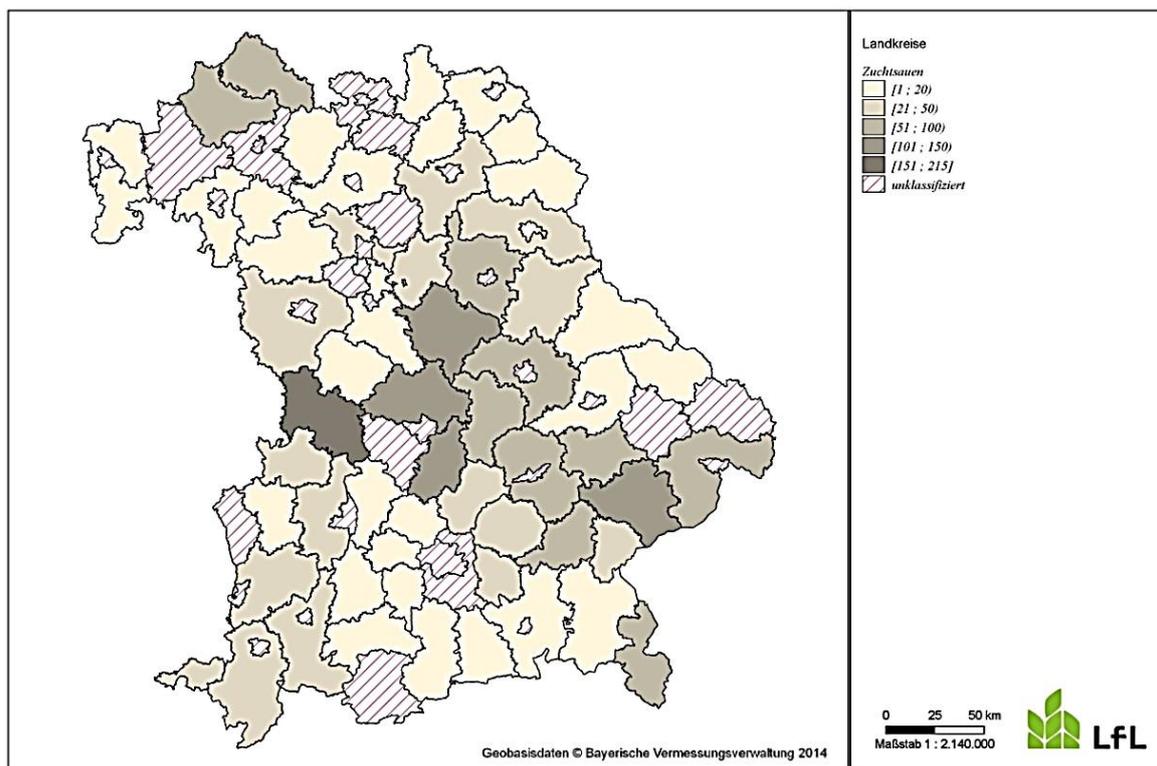
2.1 Strukturen der Erzeugung und Schlachtung für Öko-Schweine und Öko-Geflügel in Bayern

Um einen Überblick über die in Bayern zur Verfügung stehenden Erzeugungskapazitäten zu erhalten, wurden die Strukturen der Öko-Geflügel- und Öko-Schweinerzeugung anhand von Datenbankinformationen untersucht. Soweit vorhanden wurden auch Informationen zu Schlachtstätten einbezogen.

Die Datengrundlage bildete die Invekos-Datenbank. Darin befinden sich sämtliche Daten der Betriebe, die einen Mehrfachantrag auf Förderung gestellt haben. Ungefähr 90% der bayerischen Betriebe sind in dieser Datenbank registriert. Als zusätzliche Informationsquelle wurde die Liste aller nach EG Verordnung Nr. 853/2004 zugelassenen Betriebe für den Handel mit Lebensmitteln tierischen Ursprungs in Deutschland (BLtU) des Bundesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit herangezogen. In dieser Datenbank sind alle zugelassenen Schweine- und Geflügelschlachtstätten verzeichnet. Zur Ergänzung wurde auch die DVOL-Datenbank ökologischer Landbau verwendet, um die nach Öko-Richtlinien betriebenen Schlachtstätten herauszufiltern. In dieser Datenbank werden alle kontrollpflichtigen Betriebe des Ökolandbaus aufgelistet. Die Daten wurden mit Hilfe des Programms „Cadenza“ aufbereitet und grafisch veranschaulicht.

2.1.1 Öko-Schweinerzeugung in Bayern

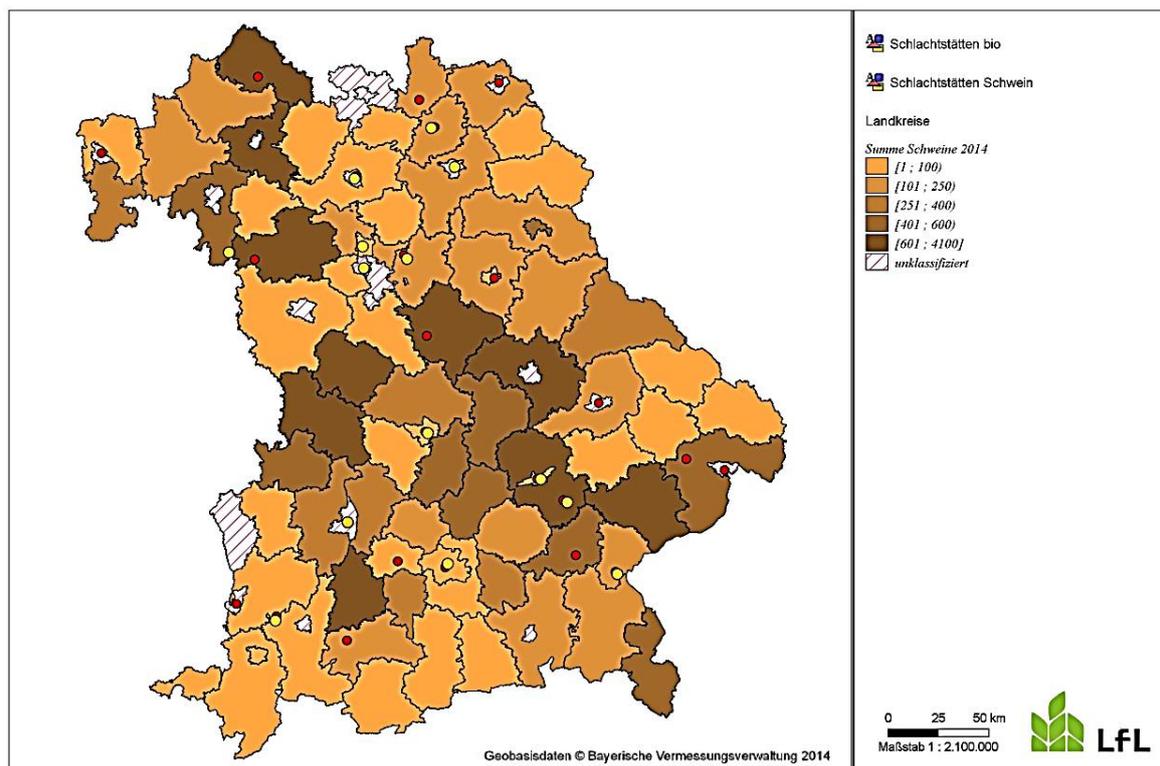
Insgesamt wurden 2014 in Bayern rund 2.300 Öko-Zuchtsauen gemeldet. Das ist 1 % des Gesamtbestandes an Zuchtsauen in Bayern. Die Sauen wurden auf 165 Betrieben gehalten. Während ein großer Teil der Betriebe nur einen Bestand von wenigen Tieren aufwies, konzentrierten sich 35 % der Öko-Zuchtsauen auf nur 24 Betriebe in sechs Landkreisen. Abb. 2 zeigt die Verteilung der Zuchtsauen auf die bayerischen Landkreise.



Erstellt am: 30.03.2015

Abb. 2: Anzahl der Zuchtsauen in Bayern je Landkreis (2014)

Der Anteil der Öko-Mastschweine am gesamten bayerischen Mastschweinebestand lag 2014 bei 0,9 %. Es waren knapp 20.000 Öko-Mastschweine gemeldet. Auf Anraten von Experten wurde die Anzahl der Schweine in den Kategorien „Schweine im Gewichtsbe-
reich 20-30 kg“ und „Mastschweine ab 50 kg“ addiert, um die Aussagekraft der Ergebnis-
se zu erhöhen. Ähnlich wie bei den Zuchtsauen teilen sich die 661 Öko-Betriebe mit
Mastschweinehaltung in einen großen Teil mit einer geringen Anzahl an Tieren und einer
kleineren Gruppe mit vergleichsweise großen Beständen auf. So standen 32 % der Öko-
Mastschweine auf 14 % der Betriebe. Über die Hälfte der Betriebe melden dagegen zehn
oder weniger Mastschweine. Für den Aufbau von Wertschöpfungsketten für regional er-
zeugtes Öko-Schweinefleisch sind diese Strukturen eher ungünstig. Die Verteilung auf
viele kleine Bestände macht eine aufwändige Bündelung des Angebots notwendig. Abb. 2
zeigt die räumliche Verteilung der Öko-Mastschweine in Bayern sowie die Lage der
Schweineschlachtstätten. Aufgrund der hohen Anzahl an zugelassenen Schweineschlacht-
stätten in Bayern wurden diese auf 29 eingegrenzt. Diese Eingrenzung erfolgte mit Hilfe
der Daten des Sachgebiets IEM4 der LfL. Es handelt sich dabei um Betriebe, die von
IEM4 regelmäßig kontrolliert werden und eine große Schlachtkapazität haben. Gerade für
den Öko-Bereich wären kleinere Schlachtstätten interessant, aber hier fehlt leider geeig-
netes Datenmaterial. Interessanterweise befinden sich in der Nähe von besatzstarken Land-
kreisen wie Donau-Ries und Weißenburg-Gunzenhausen keine Schlachtstätten. Hier liegt
die Vermutung nahe, dass grenznahe Schlachthöfe in Baden-Württemberg genutzt werden.

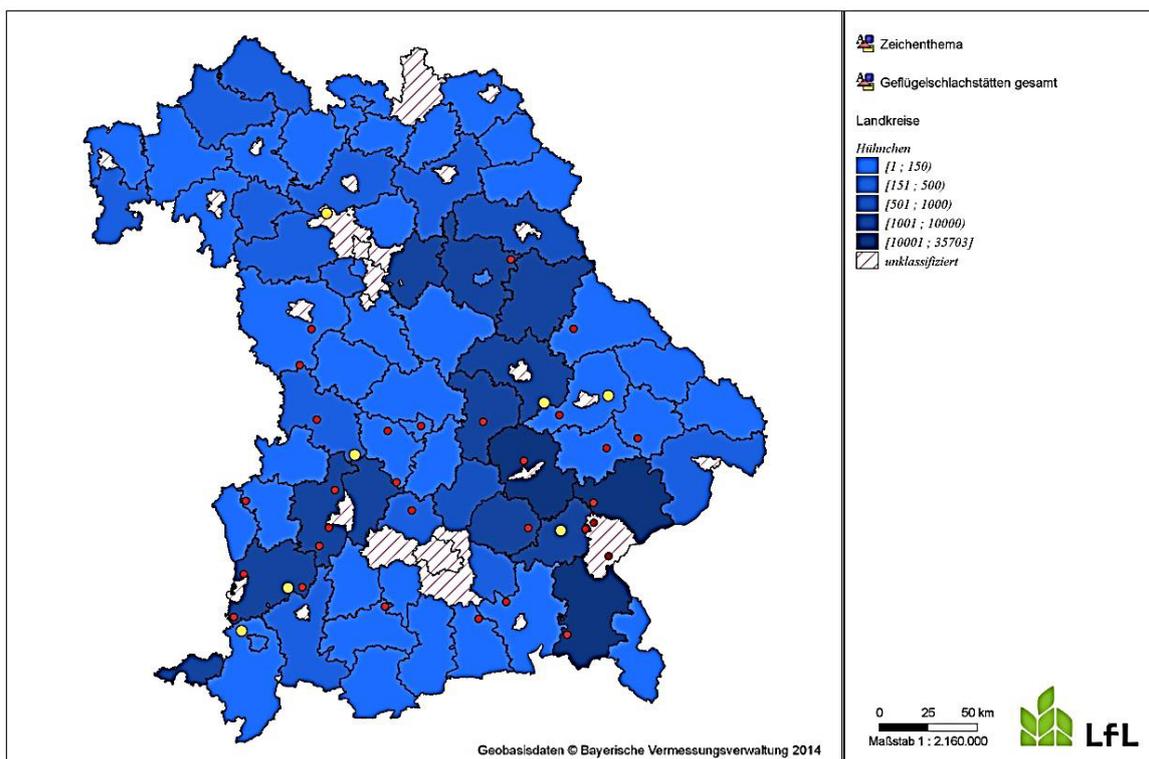


Erstellt am: 30.03.2015

Abb. 3: Anzahl der Mastschweine pro Landkreis (2014) sowie Schlachttätten

2.1.2 Öko-Geflügelerzeugung in Bayern

Im Vergleich zu 2013 erhöhte sich der gesamte bayerische Öko-Masthähnchenbestand von rund 94.800 Hähnchen auf 123.800 Hähnchen in 2014 (+30 %) und die Anzahl der Masthähnchen haltenden Öko-Betriebe stieg von 221 auf 289. Damit lag der Anteil der Öko-Hähnchen am gesamten bayerischen Masthähnchenbestand bei 3 %. Auch hier zeigt sich eine Konzentration der Tiere auf wenige Betriebe. 70 % der Masthähnchen wurden auf nur 42 Betrieben (15 %) gehalten (2014). Die Bestände der übrigen Betriebe sind dagegen eher klein. Die regionale Verteilung der Masthähnchen in Bayern zeigt Abb. 4.

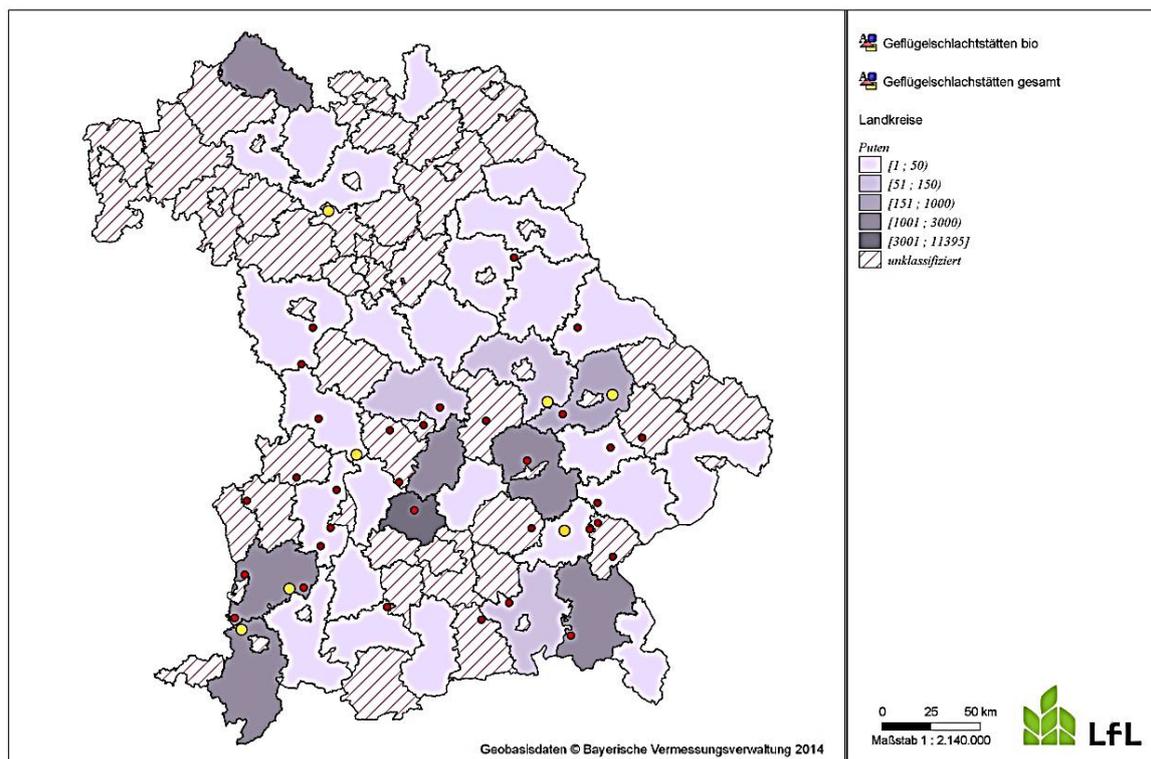


Erstellt am: 30.03.2015

Abb. 4: Anzahl der Öko-Masthähnchen je Landkreis in Bayern (2014) sowie Schlachtstätten

Eine noch deutlichere Konzentration der Bestände auf wenige Betriebe und Regionen ist bei der Öko-Putenhaltung in Bayern zu erkennen (Abb. 5). 91 % der Öko-Puten wurden 2014 auf nur 19 Betrieben gehalten. Insgesamt wurden 2014 rund 22.500 Öko-Puten gemeldet, ein Rückgang um 28 % im Vergleich zum Vorjahr. Der Anteil der Öko-Putenbestände am Gesamtputenbestand in Bayern lag bei 3 %. Die Bedeutung einzelner großer Betriebe in der Öko-Putenhaltung in Bayern wird durch die Tatsache verdeutlicht, dass der genannte Bestandsrückgang auf den Ausstieg nur eines Betriebs zurückzuführen ist.

In Bayern sind insgesamt 39 Geflügelschlachtstätten nach der Verordnung (EG) Nr. 853/2004 registriert. Davon finden sich sechs auch in der DVOL-Liste Ökologischer Landbau. Die Schlachtstätten konzentrieren sich im mittleren und südlichen Bayern. Der nördliche Teil Bayerns ist eher schlecht bis gar nicht durch Geflügelschlachtstätten abgedeckt. Allerdings sind hier auch die Zahlen an Masttiere geringer als in den mittleren und südlichen Regionen Bayerns. Somit korreliert der Sitz der Geflügelschlachtstätten mit der Anzahl der Geflügelmasttiere in den Landkreisen.



Erstellt am: 30.03.2015

Abb. 5: Anzahl der Öko-Puten je Landkreis in Bayern (2014) sowie Schlachtstätten

2.1.3 Ableitungen für die Wertschöpfungskette

Die Analyse der Erzeugungsstrukturen anhand von Datenbankinformationen konnte einen Einblick in die Größenordnungen der Öko-Schweine- und Öko-Geflügelhaltung in Bayern geben und die Verteilung auf Betriebe und Regionen beleuchten. Da in der hauptsächlich zugrunde gelegten Invekos-Datenbank zum einen nicht alle bayerischen Betriebe verzeichnet sind und zum anderen auch nur der Abgabezeitpunkt des Mehrfachantrags (15. Mai) abgebildet wird, liefern die Daten keine vollständige Abbildung der Realität, sondern können nur einen Anhaltspunkt über die tatsächlichen Strukturen geben.

Die räumliche Verteilung der tierischen Veredelung in Bayern lässt sich anhand der Daten darstellen. Dabei wurde deutlich, dass in Bayern Zentren mit Masttieren existieren. Besonders die Region Landshut weist in allen drei Mastbereichen (Schwein, Hähnchen, Pute) einen hohen Tierbestand auf. Gleichzeitig konnte gezeigt werden, dass sowohl bei der Schweine- als auch bei der Geflügelmast jeweils eine relativ kleine Anzahl von Betrieben, die einen großen Teil der Tiere hält, einer großen Anzahl Betriebe gegenüber steht, die nur sehr wenige Tiere halten. Dies erhöht die Anforderungen an die Bündelung von Mengen innerhalb einer Lieferkette.

Für die Konzeption und Planung entlang der Wertschöpfungsketten des Schweine- und Geflügelfleischmarktes wäre es allerdings auch wichtig zu wissen, wie viele Tiere bzw. wie viel Fleisch dem bayerischen Markt aus der heimischen Produktion tatsächlich zur Verfügung stehen. Dafür liegt aber aktuell keine ausreichend aussagekräftige Datenbasis vor. Die Ungenauigkeiten in den Invekos-Daten sind zu groß, um als sichere Planungsgrundlage für ein Marktprojekt wie das Öko-Wertschöpfungskettenprojekt dienen zu können.

Im Bereich der Schlachtung hat die Analyse gezeigt, dass in manchen Regionen Kapazitäten fehlen. Allerdings ist es besonders in den Landkreisen in Grenznähe zu anderen Bundesländern wichtig, die Strukturen übergreifender zu betrachten, da hier oft die Möglichkeit genutzt wird, Schlachtstätten und Verarbeitungsbetriebe im angrenzenden Bundesland zu nutzen. Aufgrund der evtl. besseren Lage der nicht-bayerischen Schlacht- bzw. Verarbeitungsstätten kann dies für den einzelnen Landwirt durchaus sinnvoll sein. Auch im Hinblick auf den Tierschutz ist ggf. ein kurzer Transportweg in angrenzende Bundesländer vorteilhafter als ein längerer Transport innerhalb Bayerns. Für den Aufbau von ausschließlich bayerischen Wertschöpfungsketten stellt diese Situation allerdings ein Problem dar.

2.2 Expertenbefragungen entlang der Wertschöpfungskette

Während für die Erzeugungsseite einige Informationen aus Datenbanken gewonnen werden können, liegen im Bereich der Schlachtung, der Verarbeitung und des Handels wenige bis keine Datenbankinformationen vor. Um weitergehende Erkenntnisse über die Strukturen im Markt für ökologisches Geflügel- und Schweinefleisch zu erhalten, finden im März und April 2015 Expertenbefragungen statt. Hierfür wurden exemplarische Lieferketten ausgewählt, in denen beteiligte Unternehmen auf allen Ebenen befragt werden sollen. Dabei liegt der Fokus auf der Identifikation von Stärken und Schwächen, Flaschenhälsen, fördernden und hemmenden Faktoren, Qualitäts- und Mengenanforderungen auf den verschiedenen Stufen, Kostenfaktoren und der Beschreibung der Beziehungen (Verträge) zwischen den Akteuren. Aus den Befragungsergebnissen werden Optimierungspotentiale und Ansprüche an eine regionale und ökologische Wertschöpfungskette abgeleitet.

3 Vorläufige Schlussfolgerungen

Die aktuellen Statistiken für den deutschen Öko-Markt zeigen, dass Angebot und Nachfrage von Öko-Lebensmitteln auseinandergehen. Ein Ansatz, um diese Diskrepanz zu verringern, ist die Betrachtung und Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette. Dadurch soll erreicht werden, dass die Wertschöpfung auf Erzeugerebene verbessert wird und damit auch Anreize für den Einstieg in die ökologische Geflügel- oder Schweineerzeugung geschaffen werden. Verlässliche (vertragliche) Beziehungen innerhalb der Lieferketten können die Widerstandskraft der beteiligten Unternehmen gegen plötzliche Marktschwankungen stärken. Letztendlich kann auch dem Verbraucher ein hochwertiges Produkt geboten werden, das seinen Anforderungen an Regionalität und Tier- und Umweltschutz entgegen kommt.

Wie dieses Ziel einer erfolgreichen regionalen Wertschöpfungskette erreicht werden kann, ist in vielen Punkten noch offen. Die bisherigen Analysen im Projekt haben gezeigt, dass die vorhandenen Datenbanken nur begrenzte Erkenntnisse über regionale Märkte liefern und für die umfassende Planung entlang einer Wertschöpfungskette nicht ausreichen. Hierfür wurden diese Datenbanken auch nicht konzipiert. Es stellt sich daher die Frage, wie besser geeignete Daten zum Beispiel zu Mengen, Preisen und Bedarf gewonnen werden können oder wie die Entwicklung von Wertschöpfungsketten auch ohne solch umfassenden Daten gelingen kann.

4 Literaturverzeichnis

- [1] Schaack, D. und Rampold, C. (2015): AMI Marktbilanz Öko-Landbau 2015
- [2] Öko-Barometer (2013): Repräsentative Bevölkerungsbefragung im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz zum Konsum von Öko-Lebensmitteln. URL:
http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/Oekobarometer_2013.pdf?__blob=publicationFile

Qualitätstrends in der bayerischen Milchwirtschaft und ihre Perspektiven



Ludwig Huber

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL),
Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte

Leiter Arbeitsbereich Milch- und Molkereiwirtschaft

Geboren 1961 in Landsberg am Lech

Aufgewachsen auf einem Milchviehbetrieb

1982 Studium der Agrarwissenschaften an der TU München-Weihenstephan

1988 Referent beim Zentralverband der Milcherzeuger in Bayern e.V. in München

1995 Geschäftsführer des Zentralverbands der Milcherzeuger in Bayern e.V. und Milchreferent des Bayerischen Bauernverbandes in München

1997 Übernahme des Sachgebiets Erzeugerbetreuung und Milcheinkauf bei der Bayerischen Milchindustrie e.G. in Landshut

2003 Leitung des Bereichs Einkauf Rohstoffe bei der Bayerischen Milchindustrie e.G. in Landshut

2010 Leitung des Arbeitsbereichs Milch- und Molkereiwirtschaft am Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte an der LfL

Zusammenfassung

Die Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte (IEM), ermittelt seit einigen Jahren die besonderen Milchqualitäten, die die bayerischen Molkereien erfassen. In Bayern gewinnt Milch, die nach besonderen Qualitätsstandards erzeugt wird, weiter an Bedeutung. Nach Jahren der Stagnation verbessern sich die Perspektiven für Biomilch, weil der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) mehr Interesse an konstant wachsenden Mengen zeigt und bereit ist, dafür höhere Preise zu bezahlen.

Trotz aller Bedenken bleibt Milch ohne Gentechnik in Bayern ein beachtenswerter Trend. Die wachsenden Mengen sind ein guter Beleg dafür. Dennoch fehlen seitens des LEH schlüssige Vermarktungskonzepte für einen großen Teil dieser Milch. Vor allem mangelt es an der Bereitschaft des LEH, die höheren Erzeugungskosten bei Erzeugern und Verarbeitern durch entsprechende Preisaufschläge zu vergüten.

Bergbauernmilch findet bei den Konsumenten große Beachtung. Molkereien nutzen das gute Image immer besser, um Produkte aus Bergbauernmilch mit Preisaufschlägen zu vermarkten.

Wenngleich die Heumilch mengenmäßig in Bayern eine untergeordnete Rolle spielt, so sind die prozentualen Zuwächse gegenüber dem Vorjahr enorm. Das Angebot von Käse aus heimischer Heumilch ist bereits beachtlich, dagegen fehlen Frischprodukte nahezu ganz.

1 Einleitung

Bayern steht für eine starke und qualitativ hochwertige Milcherzeugung und -verarbeitung. Mit dem Ende der Quotenregelung wird es für Milcherzeuger und Molkereien noch mehr darauf ankommen, sich vom Durchschnitt abzuheben und das „Besondere“ an den hergestellten Produkten herauszuheben. Die insgesamt von bayerischen Molkereien in Deutschland erfasste Milchmenge nahm 2014 gegenüber dem Vorjahr um 3,9 % auf 8,648 Mio. t zu. Milchmengen, die Bayerns Molkereien in Tschechien und Österreich erfassen, werden nach der Statistik als Zukäufe behandelt. Sie beliefen sich 2014 auf 603.000 t und lagen damit 8,3 % über 2013. Diese Zukäufe werden im nachfolgenden nicht weiter berücksichtigt. Die Mengen wurden so erfasst, dass sie jeweils einer Qualitätskategorie zugeordnet wurden, sofern sie deren Anforderungen erfüllt. Es sind Mehrfachnennungen möglich, wenn z.B. Biomilch zugleich die Qualitätsanforderungen von Heumilch und Bergbauernmilch erfüllt. Diese Milchmengen sind dann in allen drei Kategorien berücksichtigt.

2 Biomilch

Bei Betrachtung der besonderen Milchqualitäten sticht der Anteil von Biomilch heraus. 2014 erfassten 26 bayerische Molkereien rund 418.500 t Biomilch (+ 5,3 % gegenüber dem Vorjahr). Gegenüber der Erfassung konventioneller Milch, die nur um 3,9 % zulegte, zeigte die Erfassung von Biomilch einen geringfügig höheren Zuwachs und damit auch etwas mehr Dynamik. Der Anteil an der gesamten Milcherfassung betrug insgesamt 4,8 %

und lag damit nur geringfügig über Vorjahresniveau. Die Entwicklung der Biomilch-Anteile ist in Abb. 1 dargestellt.

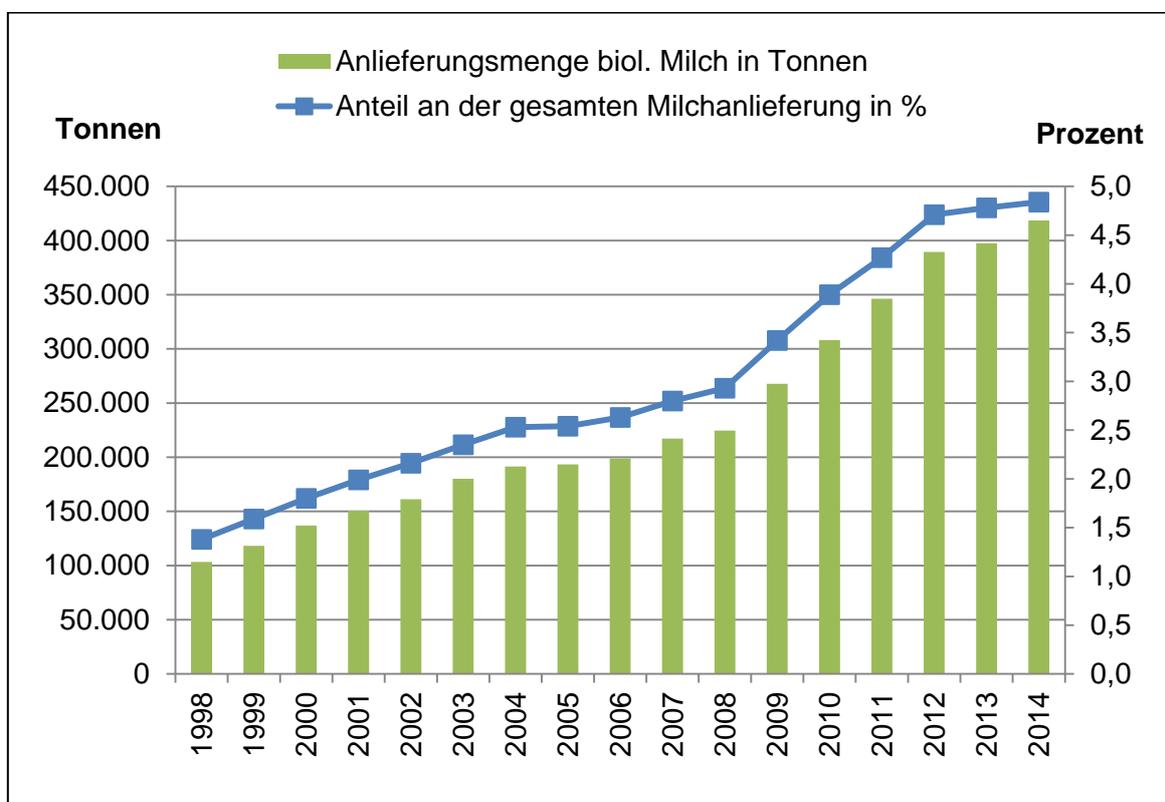


Abb. 1: Anteil von Biomilch an der gesamten Milchanlieferung in Bayern (Quellen: BLE, LfL)

Neben den relativ guten Marktperspektiven für Bio-Produkte liefern die hohen Auszahlungspreise für Biomilch aktuell die besten Argumente für eine Ausweitung der Erzeugung. Wichtig für potentielle Umsteller ist der Abstand zwischen den Auszahlungspreisen für konventionelle Milch und Biomilch. Seit Juli 2013, als der Abstand der Milchpreise weniger als 8 ct/kg betragen hatte, wurde die Differenz von Monat zu Monat größer. Im Januar 2015 wurden von Bayerns Molkereien im Schnitt gut 15 ct/kg mehr für Bio- als für konventionelle Milch bezahlt (Abb. 2). Diese Entwicklung ist nicht ungewöhnlich: Bei Schwächephase am Milchmarkt zeigen die Biomilchpreise ein besseres Durchhaltevermögen; sie gehen langsamer nach unten. Allerdings laufen Biomilchpreise bei gutem Milchmarkt den Preisen für konventionelle Milch hinterher. Der hohe Preisabstand in den letzten Monaten ist aber Hinweis darauf, dass Biomilch stärker nachgefragt wird, weil verbesserte Absatzchancen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) bestehen. Die Preisangaben beziehen sich immer auf Milch mit 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß, ab Hof, netto.

Die monatlichen Vergleiche stellen lediglich eine Momentaufnahme dar. Wichtig ist der Vergleich der Auszahlungspreise über einen längeren Zeitraum. In Abb. 3 sind die Jahresdurchschnittspreise seit 2010 gegenübergestellt. Sie enthalten alle Preiskorrekturen, Abschlusszahlungen und Rückvergütungen. Auch hier zeigt sich in 2014 mit 10 Ct/kg ein größerer Abstand zwischen konventioneller und Biomilch als in den Jahren zuvor.

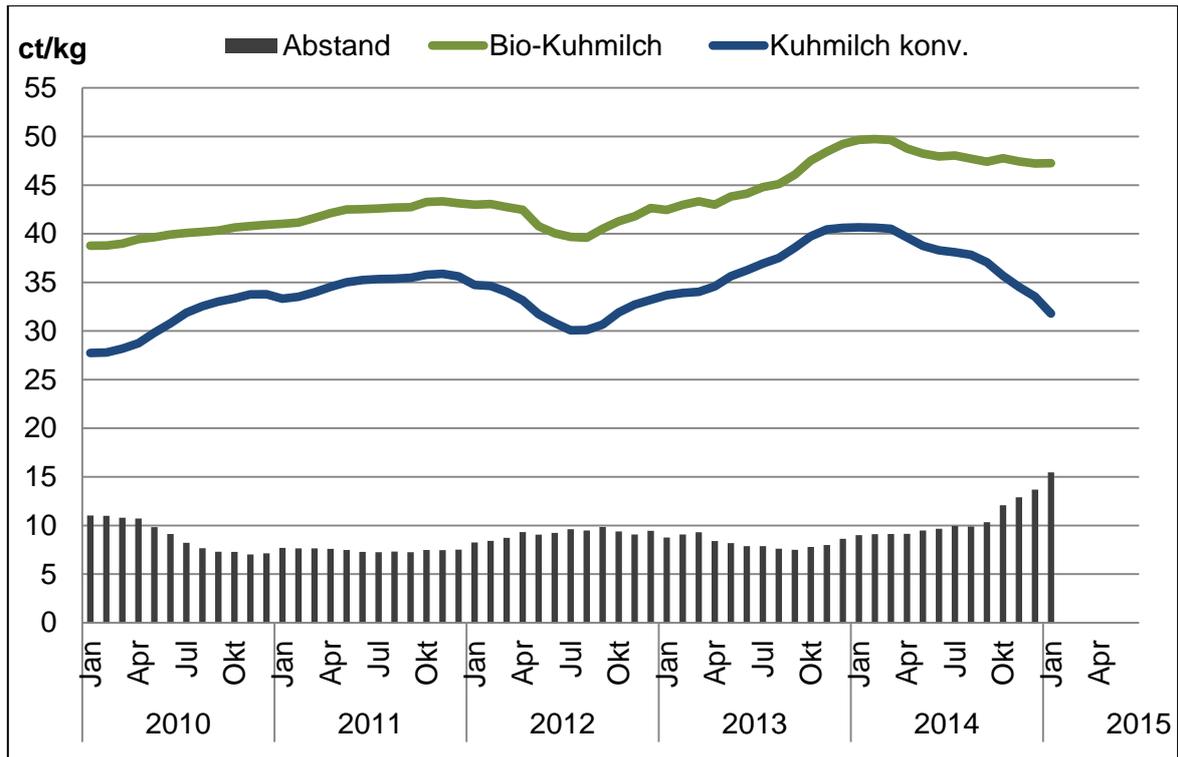


Abb. 2: Monatliche Auszahlungspreise für konventionell und biologisch erzeugte Kuhmilch bei 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß ab Hof, netto, in ct/kg, ohne Abschlusszahlungen und Rückvergütungen (Quellen: Bioland, BLE, LfL)

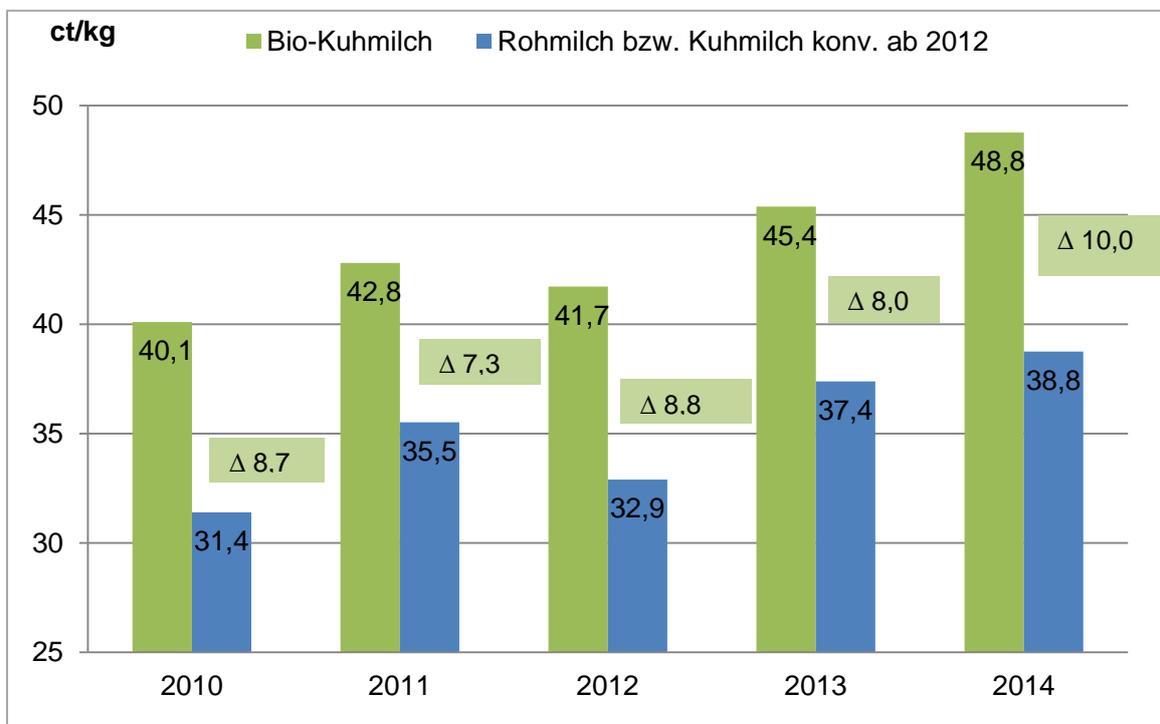


Abb. 3: Jährliche Auszahlungspreise für konventionelle Kuhmilch (bis 2011 Rohmilch gesamt) und biologisch erzeugte Kuhmilch bei 4,0 % Fett, 3,4

% Eiweiß, ab Hof, netto, in ct/kg, einschl. Abschlusszahlungen (Quellen: Bioland, BLE, LfL)

Perspektiven für bayerische Biomilch

Die jüngsten Entwicklungen am Milchmarkt verbessern die Perspektiven für Biomilch. Wenn gleich aktuell keine massive Absatzsteigerung von Bioprodukten erkennbar ist, so zeigt der kontinuierliche Nachfragezuwachs doch die Chancen. Der LEH ist derzeit bereit, relativ konstante Preise für Biomilch-Produkte zu bezahlen. Für Milcherzeuger, die sich mit der Umstellung auf Biomilch beschäftigen, liefert die aktuelle Entwicklung wieder bessere Argumente. In den letzten beiden Jahren gab es gewichtige Gründe, die Umstellung hinauszuschieben. Darunter sind zu nennen:

- Die konventionelle Milcherzeugung hat sich in den letzten Jahren ökonomisch besser entwickelt als die ökologische Milcherzeugung.
- Kleinere Betriebe scheuen Investitionskosten bei Umstellung auf Öko-Landbau.
- In der Umstellungsphase ist bei deutlich höheren Kosten kaum ein Mehrerlös zu erzielen (Liquiditätsengpässe).
- Die Angst vor Rückforderungen sowie Kontrollaufwand wirken hemmend.
- Bei der Förderung von Agrar-Umwelt-Maßnahmen und der Revision der EG-Öko-VO bestehen Unsicherheiten.
- Steigende Flächenkosten vermindern Attraktivität der Umstellung.

Für die Umstellung auf Biomilch spricht:

- Das zweite Halbjahr 2014 und der Jahresanfang 2015 brachte erheblich größere Aufschläge für Biomilch gegenüber konventioneller Milch.
- Verarbeiter und LEH zeigen mehr Interesse an regional verfügbarer Biomilch → Anzeichen für längerfristige Kontrakte zwischen Molkereien und LEH sind erkennbar.
- Einzelne Molkereien werben aktuell wieder stärker für die Umstellung.
- Verbesserte Flächenförderung unterstützt.
- Steigende Nachfrage von Schwellenländern nach Biomilch-Produkten (z.B. China, Südkorea).

3 Milch ohne Gentechnik

Überraschend positiv entwickelten sich die Mengen von Milch ohne Gentechnik. Darunter ist Milch zu verstehen, die mit gentechnikfreier Fütterung erzeugt wurde. Bayerns Molkereien erfassten 2014 1,931 Mrd. kg Milch mit diesem Qualitätsmerkmal; das waren 13,1 % mehr als 2013 (vgl. Abb. 4). Addiert man die Biomilch-Mengen, die ja ebenfalls mit Futtermitteln ohne GVO produziert werden, so wurden 2014 gut 27 % der an die bayerischen Molkereien angelieferten Milchmenge ohne GVO-Futtermittel erzeugt.

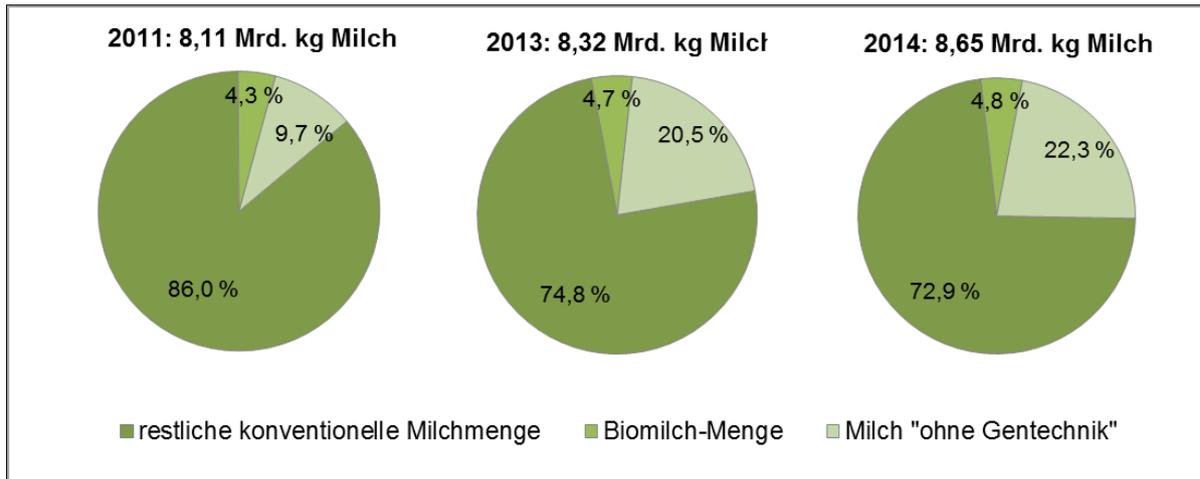


Abb. 4: Mengenanteile für Milchqualitäten 2011, 2013 und 2014 – auf Basis erfasster Milch bayerischer Molkereien (Quelle: BLE, LfL)

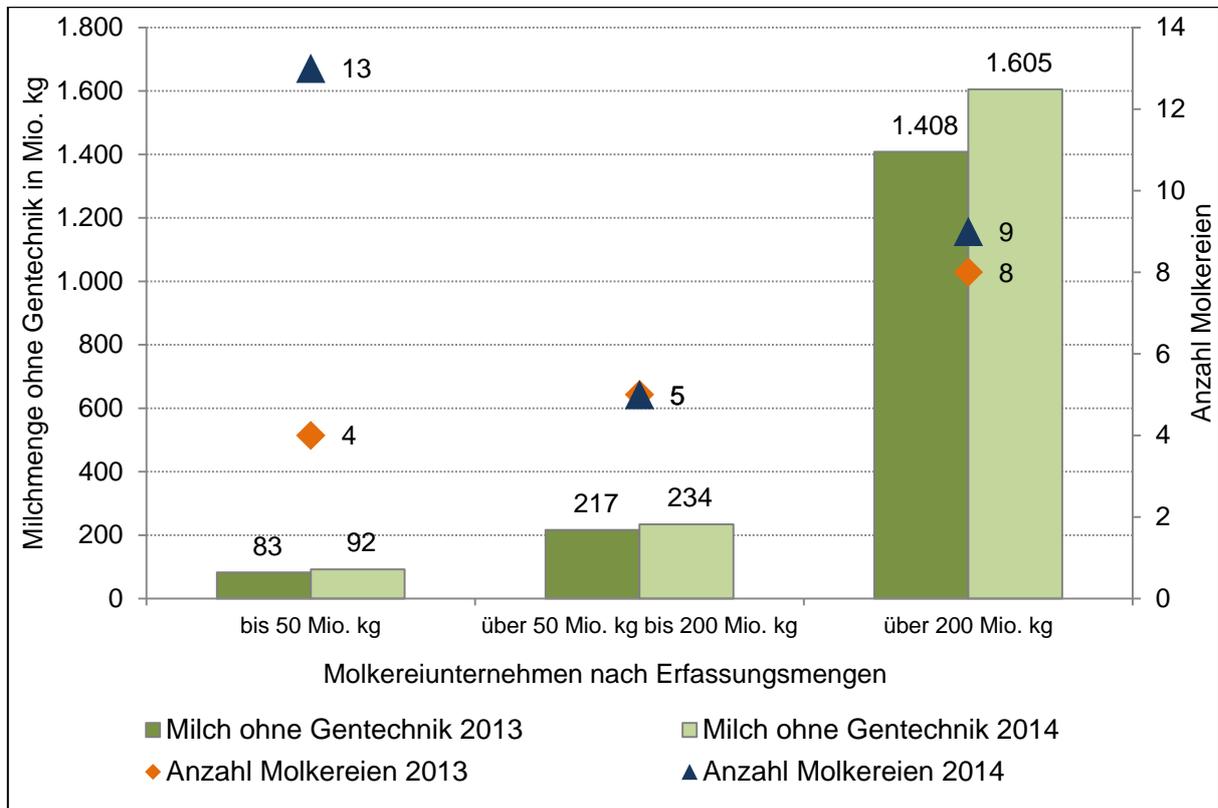


Abb. 5: Erfasste Milch ohne Gentechnik nach Größenklassen und Zahl der Molkereien in den Jahren 2013 und 2014

27 Molkereien erfassten im Jahr 2014 Milch ohne Gentechnik. Darunter sind 8 Sennereien, die im Schnitt weniger als 2 Mio. kg konventionelle Milch jährlich verarbeiten. Die Sennereien haben sich als Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Heumilch Deutschland (ARGE Heumilch) dazu verpflichtet Heumilch ausschließlich mit dem Standard „ohne Gentechnik“ zu verarbeiten. In der Größenklasse bis 50 Mio. kg verfügten 13 Molkereien über Milch ohne Gentechnik, in der Größenklasse über 200 Mio. kg Jahresmilchmenge waren es 9 Unternehmen (Abb. 5). Dort fand auch der größte Mengenzuwachs statt.

Für die Anlieferung von Milch ohne Gentechnik gewährt etwa die Hälfte der Molkereien Zuschläge, die jedoch sehr unterschiedlich ausfallen. Dies liegt zunächst an den unterschiedlichen Anforderungen, die die Molkereien stellen. Die andere Hälfte der Molkereien zahlt keinen Zuschlag aus, weil dieser bereits im Grundpreis enthalten ist. 2014 gewährten sieben Molkereien Zuschläge bis zu 1 ct/kg für die Anlieferungen von Milch ohne Gentechnik, sechs Molkereien bezahlten 1ct/kg und mehr.

Wächst das Angebot an Milch ohne Gentechnik?

Die anhaltend positive Entwicklung bei Milch ohne Gentechnik in Bayern mag überraschen, zumal der LEH bislang keine klare Strategie zur Vermarktung von Lebensmitteln ohne Gentechnik erkennen lässt. Für einzelne Molkereien rückt bei den Überlegungen zur zukünftigen Vermarktung die Kombination von „ohne Gentechnik“ und Nachhaltigkeit bzw. Tierwohl/Laufstallhaltung offenbar in den Fokus. Von Verbraucherseite besteht nach wie vor Interesse an Milchprodukten ohne Gentechnik, das jedoch nicht zwangsläufig in die Bereitschaft mündet, für diese Produkte beim Einkauf mehr Geld zu bezahlen. In Verbindung mit der Diskussion um das Freihandelsabkommen zwischen der EU und den USA (TTIP) bleibt „ohne Gentechnik“ ein wichtiges Thema. In Bayern ist davon auszugehen, dass der Anteil von Milch ohne Gentechnik auch in den nächsten Jahren noch zunehmen wird, wenngleich die Zuwächse wohl geringer sein werden als in den Vorjahren. Milch, die den Standard „ohne Gentechnik“ erfüllen würde, ist in Bayern in größeren Mengen verfügbar, weil die Milcherzeuger dies bereits aus eigener Überzeugung praktizieren. Allerdings fehlen die Vermarktungsmöglichkeiten, die eine getrennte Erfassung und Verarbeitung rechtfertigen würden.

4 Bergbauernmilch

Berggebiete sind nach EU-Recht relativ klar definiert. Es handelt sich dabei um Gebiete mit ungewöhnlich schwierigen klimatischen Verhältnissen und einer Höhenlage von mindestens 800 m ü. NN oder einer Höhenlage von mindestens 600 m ü. NN und einer Hangneigung der Flächen von mindestens 18 %. Die Gemeinden und Gemeindeteile sind genau beschrieben (Abb. 6). Die landwirtschaftlichen Betriebe erhalten für die Bewirtschaftung ihrer Flächen eine Ausgleichszulage. Milch, die von Betrieben stammt, die diese Anforderungen erfüllen und in der beschriebenen Gebietskulisse liegen, wird in Bayern unter dem Begriff Bergbauernmilch vermarktet.

Seit 2014 hat die EU den Begriff Bergerzeugnis einem besonderen Schutz unterstellt. Neben der Anforderung zur Herkunft aus dem Berggebiet müssen Bergerzeugnisse tierischen Ursprungs auch Anforderungen zur Dauer der Haltung, zur Fütterung und zur Verarbeitung erfüllen. Bislang verwendete Begriffe wie Bergbauernmilch, Alpenmilch, Alpenbutter usw. genießen Bestandsschutz und dürfen weiter verwendet werden. Die EU-Qualitätsbezeichnung „Bergerzeugnis“, darf jedoch nur unter den oben beschriebenen Bedingungen genutzt werden. Aktuell wird diskutiert, ob für Bergerzeugnisse ein eigenes Zeichen entwickelt und von der EU zugelassen werden kann, um Bergerzeugnisse für die Verbraucher erkennbarer zu machen.

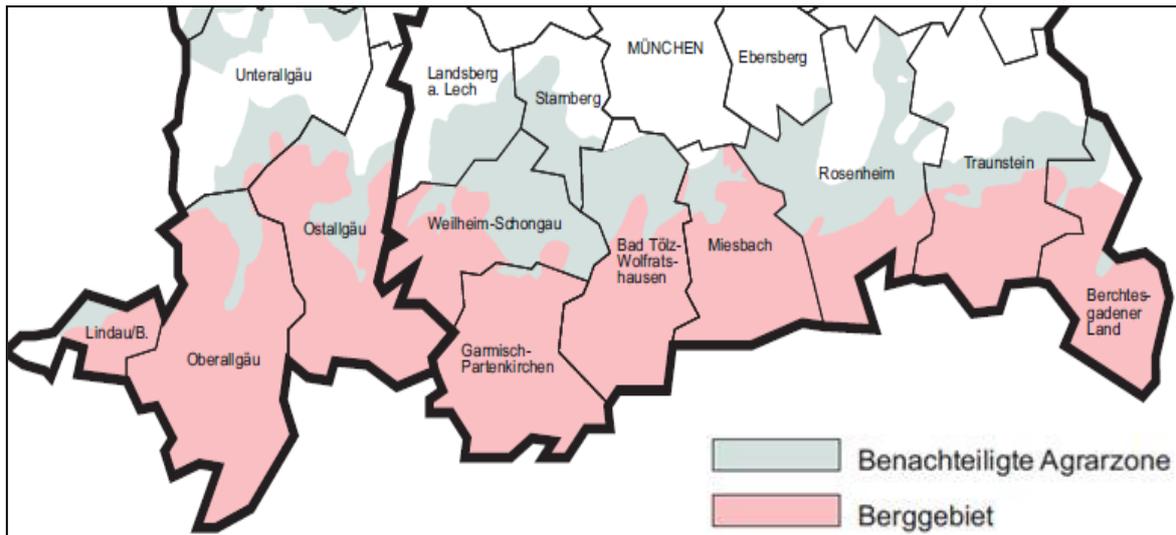


Abb. 6: Die Gebietsabgrenzung für Berggebiet in Bayern, Bayerischer Agrarbericht 2014

2014 erfassten sieben Molkereien 328 Mio. kg Bergbauernmilch. Gegenüber dem Vorjahr ist klar ein deutlicher Zuwachs festzustellen. Da die Daten für 2013 nicht hinreichend genau sind, kann die Dimension des Zuwachses nicht exakt beschrieben werden. Zwar waren die Milchmengen verfügbar, wurden jedoch teilweise unter Biomilch oder Heumilch vermarktet. Die Zuschläge für Bergbauernmilch reichten von Null bis zu etwa 1 ct/kg. Auch hier weisen Molkereien teilweise keine eigenen Zuschläge aus, weil diese bereits im Grundpreis enthalten oder mit Zuschlägen für andere Qualitäten verknüpft sind.

Bergbauernmilch mit gutem Image

Bergbauernmilch als besondere Milchqualität kann ein gutes Image nutzen und verfügt über eine hohe Verbraucherakzeptanz. Einige Molkereien haben ihre Vermarktung zuletzt erheblich ausgebaut und bewerben Produkte aus Bergbauernmilch intensiv. Weiteres Absatzpotential wäre möglich, jedoch steht Bergbauernmilch aufgrund der regionalen Begrenzung nur in eingeschränktem Maß zur Verfügung. Insgesamt dürfte eine Erfassungsmenge von gut 500 Mio. kg zur Verfügung stehen, die die Bedingungen erfüllt. Das Restpotential besser zu erschließen wird eine besondere Herausforderung für Molkereien und Erzeugerorganisationen in den nächsten Jahren sein. Anhand der InVeKos-Daten wird das Mengenpotential für Bergbauernmilch in 2014 noch genauer abgeschätzt. Daten liegen dazu noch nicht vor.

5 Heumilch

Wenngleich die in Bayern erfassten Heumilch-Mengen noch relativ gering sind, zeigt die Erfassung in den letzten Jahren einen permanenten Aufwärtstrend. Die Tabelle zeigt die Entwicklung seit 2012. Die Zahlen stammen von meldepflichtigen Molkereien. Berücksichtigt sind dabei auch Mengen, die aus Baden-Württemberg stammen. Die Heumilchmengen, die an kleinere, nicht meldepflichtige Sennereien geliefert werden, dürften unter 5 Mio. kg liegen.

Tab. 1: *Heumilchmengen bayerischer Milchverarbeiter und Anteil an gesamter Anlieferung in %*

	2012	2013	2014
Heumilch in Mio. kg	54,0	61,2	72,4
Anteil an der Milchlieferung in %	0,6	0,7	0,8

2014 wurden 72,4 Mio. kg (+ 18 % gegenüber 2013) als Heumilch erfasst, davon etwa 37 % in Bioqualität. Im Jahr zuvor betrug der Bio-Anteil 34 %. 16 Molkereien erfassen im Durchschnitt etwa 4,5 Mio. kg jährlich, die vier größten haben einen Anteil von 49 %. Darüber hinaus verfügen Molkereien bereits über Heumilch, die bislang noch nicht separat erfasst und verarbeitet wird. Die Auszahlungspreise für Heumilch zeigen je nach Produktsegment und Vermarktungsweg eine große Spannweite. Im Schnitt lag der Auszahlungspreis 2014 für Heumilch (konv.) gut 5 ct/kg über dem Auszahlungspreis für konventionelle Kuhmilch (Standardmilch). In den meisten Fällen sind die Zuschläge bereits im Grundpreis enthalten. Weitere Molkereien beschäftigen sich aktuell mit der Vermarktung von Heumilch-Produkten, die in den nächsten Jahren erfolgen soll.

Wachstumspotential für Produkte aus Heumilch

In der Vergangenheit wurde Heumilch (Silage-freie Milch) in erster Linie zur Produktion von Rohmilchkäse wie Emmentaler und Bergkäse verwendet. Das Wachstumspotential in diesem Segment wird eher als begrenzt angesehen. Dagegen gewinnt Heumilch an Bedeutung, die nach der Pasteurisierung zu Käsespezialitäten (Weich-, Schnitt- und Hartkäse) verarbeitet wird. Ebenso bestehen gute Chancen für Frischprodukte wie Trinkmilch, Joghurt und Quark. Allerdings fehlen dort, wo Heumilch verfügbar ist, die entsprechenden Verarbeitungskapazitäten. Molkereien im südbayerischen Raum, die Trinkmilch abfüllen, verfolgen bislang andere Vermarktungskonzepte.

Mit koordinierten Marketing-Aktivitäten kann das positive Image von Heumilch noch besser genutzt werden. Die neu gegründete Arbeitsgemeinschaft Heumilch Deutschland leistet dazu einen wichtigen Beitrag. Bayern unterstützt die Heumilch-Erzeugung im Rahmen des Kulturlandschaftsprogramms (KULAP) und fördert die Beschaffung von Heu-Trocknungsanlagen. Die Fördermaßnahmen tragen zur Steigerung der Heumilch-Mengen bei, ein sprunghaftes Wachstum der Heumilch-Erzeugung ist jedoch eher nicht zu erwarten. Entscheidend für die Entwicklung der Heumilchmengen ist eine nachhaltige Verarbeitung und ein gutes Vermarktungskonzept der Molkereien, das für ausreichend hohe Zuschläge zum Milchpreis sorgt.

6 Weidemilch

In Bayern spielt Weidemilch bislang keine große Rolle, weil im Gegensatz zu den Küstenregionen die verkehrstechnische Lage der meisten bayerischen Betriebe keinen Weidegang zulässt. Lediglich eine Molkerei bezahlte bereits in 2014 einen Zuschlag für Milch aus Betrieben mit nachgewiesenem Weidegang für Milchkühe. Eine getrennte Erfassung und Verarbeitung der Milchmengen erfolgt bislang nicht.

Anhang I: Die 10 Marktforen der LfL

Das 2004 ins Leben gerufene Marktforum befasst sich traditionell mit aktuellen Entwicklungen und Fragestellungen im Bereich der Agrarmärkte und der Ernährungswirtschaft. Zu Beginn der Veranstaltungsreihe standen die privatrechtlichen Qualitätssicherungssysteme im Mittelpunkt. Danach folgten Veranstaltungen zu besonderen Produktionsweisen wie „Ökologische Erzeugung“ oder Formen der „regionalen Vermarktung“ sowie Themen zu Qualitätsfragen.

Nr.	Thema	Datum	Veranstaltungsort
1.	Qualitätssicherung in der Land- und Ernährungswirtschaft – „Von der Vielfalt zum System“	25.11.2004	Landshut
2.	Qualitätssicherung in der Land- und Ernährungswirtschaft – „Von der Theorie zur Praxis“	16.11.2006	Landshut
3.	„Öko-Boom – Chancen für die bayerische Land- und Ernährungswirtschaft“	08.11.2007	Freising-Weihenstephan
4.	Regionale Vermarktung – „So schmeckt Bayern“	19.06.2008	Bad Windsheim
5.	„Vom Nebeneinander zum Miteinander“ – Chancen für die Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte	03.07.2009	Scheyern
6.	Qualität und Herkunft – „Regional trifft Global“	08.09.2010	Wolnzach
7.	„Absatzmarkt islamische Welt – Chancen und Herausforderungen für Lebensmittel aus Bayern“	07.11.2011	München
8.	„Qualität – ein missverstandener Begriff?“	07.10.2012	Grub
9.	„Ist Nachhaltigkeit am Markt erfolgreich umsetzbar?“	26.03.2014	Plankstetten
10.	„Bayerische Agrarprodukte im Spannungsfeld neuer Märkte“	16.04.2015	München

Anhang II: LfL-Schrift „Agrarmärkte“ 2004 bis 2014

Bereits zum zehnten Mal erschien im Juli 2014 das gemeinsame Kompendium „Agrarmärkte“ des Instituts für Ernährungswirtschaft und Märkte (IEM) an der LfL und der Landesstelle für landwirtschaftliche Marktkunde an der LEL Baden-Württemberg. Dieses Jubiläum feierten die Partner am 28. Juli in München am IEM. Der Vizepräsident der LfL, Christian Stockinger, und der Leiter der Landesstelle für landwirtschaftliche Marktkunde an der LEL Baden-Württemberg, Richard Riester, würdigten beide die Bedeutung des Kompendiums, das ihren Angaben zufolge zum Standardwerk der agrarischen Marktinformation geworden ist. „Vergleichbares ist im deutschsprachigen Raum nicht zu finden:

- umfassend angelegt,
- systematisch aufgebaut und
- mit der Kombination langjähriger Zeitreihen und textlicher Kommentierung hervorragend konzipiert.“

Die Zusammenarbeit startete vor zehn Jahren ohne Vertrag und ohne juristischen Beistand, nur mit dem festen Willen und dem Vertrauen zueinander, die „Agrarmärkte“ auf einer breiteren Autorenbasis in der nun seit Jahren bekannten Form zu analysieren und zu beschreiben.

Technik, Layout und Zuschnitt haben sich im Laufe der Erscheinungsjahre geändert. In die Ausgabe 2014 wurde erstmals der Bereich Fische neu aufgenommen.

Voraussichtlich im Frühjahr 2015 erscheint die aktuelle Ausgabe „Agrarmärkte 2015“ – auch online unter www.lfl.bayern.de/iem

