



**LfL**

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft



Fachhochschule  
Weihenstephan

University of Applied Sciences

# **Öko-Boom – Chancen für die bayerische Land- und Ernährungswirtschaft**



**Schriftenreihe**

**15**

**2007**

**ISSN 1611-4159**

**Impressum:**

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

Redaktion: Institut für Ernährungswirtschaft und Markt  
Menzinger Straße 54, 80638 München  
E-Mail: [Ernaehrungswirtschaft@LfL.bayern.de](mailto:Ernaehrungswirtschaft@LfL.bayern.de)  
Tel.: 089/17800-333

Datum: November / 2007

Schutzgebühr: 10.-- €

Druck: Bayerisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten

© LfL

# **Öko-Boom – Chancen für die bayerische Land- und Ernährungswirtschaft**

**3. Marktforum der LfL  
6. Ernährungswirtschaftliches  
Symposium der FHW**

am 08.11.2007  
in Freising – Weihenstephan

**Tagungsband**



## **Inhaltsverzeichnis**

	Seite	
<b>Vorwort</b> .....	<b>7</b>	
<b>Einleitung</b> .....	<b>9</b>	
Prof. Hermann Heiler, Präsident der Fachhochschule Weihenstephan		
<b>Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der ökologischen Land- und Ernährungswirtschaft in Bayern</b> .....	<b>11</b>	
Josef Miller, Bayerischer Staatsminister für Landwirtschaft und Forsten		
<b>Bio-Verbraucher - welches Potenzial ist erschließbar?</b> .....	<b>19</b>	
Prof. Dr. Ulrich Hamm, Universität Kassel-Witzenhausen		
<b>Stellenwert des Ökolandbaus in Bayern</b> .....	<b>29</b>	
Johannes Enzler, LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt		
<b>Umstellung auf Ökolandbau aus ökonomischer Sicht</b> .....	<b>39</b>	
Johann Schneck, Fachschule für Agrarwirtschaft, Landshut		
<b>Wohin entwickelt sich der Markt für Öko-Lebensmittel in Bayern? (Teil 1 - 3)</b> .....	<b>45</b>	
Herwart Groll, tegut... Gutberlet Stiftung & Co. gute Lebensmittel .....		45
Hans Rampelt, C+C Pfeiffer GmbH, Österreich .....		49
Peter Geldner, Vorstand der Meyermühle Landshut .....		57
<b>Zusammenfassung der Ergebnisse</b> .....	<b>61</b>	
Georg Stark, LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt		



## Vorwort

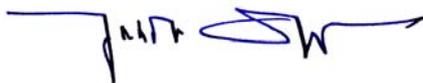
Der ökologische Landbau erlebt zur Zeit zweistellige Wachstumsraten bei Absatz und Umsatz. Darin liegen auch Chancen für die bayerische Land- und Ernährungswirtschaft. Auf der Erzeugerseite sind die Anreize zur Umstellung häufig allerdings nicht ausreichend. Der Boom beim Energiepflanzenanbau, die anziehenden Marktpreise für konventionelle Ware sowie die Unsicherheit, wie sich die neue EG-Öko-Verordnung auf die Betriebe auswirkt, bilden kein günstiges Klima für die Umstellung. So kann der Öko-Markt von Bayern aus nicht in dem gewünschten Umfang bedient werden.

Besonders hart trifft die momentane Rohstoffverknappung im ökologischen Landbau die Unternehmen, die erst seit Kurzem am Markt agieren.

Zudem ist in einem bisher nicht gekannten Ausmaß eine Internationalisierung und Globalisierung am Öko-Markt zu beobachten.

In der gemeinsamen Tagung der LfL und FH-Weihenstephan werden konkrete Ansätze entwickelt und vorgestellt, wie die Chancen im Öko-Marktsegment von der Erzeugerstufe über die Verarbeitung bis hin zum Handel genutzt werden können.

Zielgruppe sind die Entscheidungsträger in der ökologischen Land- und Ernährungswirtschaft, die am ökologischen Landbau interessiert sind.



Jakob Opperer

Präsident der Bayerischen Landesanstalt  
für Landwirtschaft



Hermann Heiler

Präsident der Fachhochschule  
Weihenstephan



## Einleitung

Prof. Hermann Heiler  
Präsident der Fachhochschule Weihenstephan



Sehr verehrter Herr Staatsminister,  
sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Kolleginnen und Kollegen,

es ist mir eine besondere Freude, Sie heute bereits zum 6. Mal zu einem Ernährungswirtschaftlichen Symposium an unserer Hochschule begrüßen zu dürfen.

Es freut mich besonders, dass wieder so "hochkarätige" Persönlichkeiten ihr Interesse an dieser Veranstaltung durch ihre Teilnahme heute zeigen.

Die Reihe der "Ernährungswirtschaftlichen Symposien" stellt eine Begegnung zwischen Hochschule und Praxis dar. In der Vergangenheit befassten diese sich im Zusammenhang mit dem Schwerpunktthema "Regionalprodukte" immer auch mit ökologischer Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung.

Die Symposien stellten so eine Diskussionsplattform dar und gaben wertvolle Impulse für die Praxis.

Das 6. Ernährungswirtschaftliche Symposium der FHW ist gleichzeitig das 3. Marktforum der LfL

Die FHW und die LfL hatten unabhängig voneinander die Notwendigkeit erkannt, die Chancen im aktuell boomenden Ökomarkt zu diskutieren und für den gleichen Termin eine Tagung geplant. Das Resultat ist die heutige gemeinsame Veranstaltung.

In der Neufassung des Bayerischen Hochschulgesetzes im Juni 2006 wurde die Durchführung von angewandter Forschung und Entwicklung auch als Aufgabe der Fachhochschule gesetzlich verankert. In diesem Bereich hat auch die Fakultät Land- und Ernährungswirtschaft besondere Aktivitäten

entwickelt: Genannt sei hier zum Beispiel der Ausbau der Forschungsaktivitäten am Lehr- und Versuchsbetrieb Zurnhausen zum Beispiel im Bereich der ökologischen Geflügelmast oder der Qualitätssicherung für Eiweißfuttermittel in der ökologischen Tierernährung.

Aktuell hat die Fakultät Land- und Ernährungswirtschaft eine Arbeitsmarktstudie in Auftrag gegeben, um zu prüfen, ob ein Studienangebot "Ökolandbau und Vermarktung" (z. B. als Studienrichtung im SG Landwirtschaft) sinnvoll sein könnte.

Den Erfolg der FH Weihenstephan sehen Sie an den Studierendenzahlenzahlen: Die Studiengänge Landwirtschaft plus Agrarmarketing und Management können 1000 Studierende vorweisen, der Studiengang Gartenbau 303 Studierende.

Die Studiengänge Landwirtschaft und Agrarmarketing und Management starteten mit 240 Studierenden, der Studiengang Gartenbau mit 70.

Uns allen wünsche ich einen anregenden Verlauf der Tagung mit kreativen Gedankenansätzen.

Vielen Dank !

## 1 **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der ökologischen Land- und Ernährungswirtschaft in Bayern**

Josef Miller  
Bayerischer Staatsminister für Landwirtschaft und Forsten



Gerne bin ich hierher nach Weihenstephan gekommen, um mit Ihnen die „*Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der ökologischen Land- und Ernährungswirtschaft in Bayern*“ zu diskutieren.

Auch diese gemeinsame Veranstaltung der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft mit der Fachhochschule Weihenstephan zeigt, dass es uns wichtig ist, den Ökolandbau und die Erzeugung von Bioprodukten in Bayern voranzubringen.

Noch vor ca. 20 Jahren stellte sich der Bio-Markt als Nischenmarkt dar. Der Anteil der Öko-Betriebe lag unter 0,5 % und die Erzeugnisse wurden entweder direkt ab Hof, auf Wochenmärkten oder in wenigen kleinen Naturkostläden vermarktet. Diese Form der regionalen und saisonalen Vermarktung stand im Übrigen für eine enge Verbindung von Erzeuger und Verbraucher.

Ich habe durch die Unterstützung des Ökolandbaus und der Vermarktung maßgeblich dazu beigetragen, die Angebotspalette für Öko-Produkte zu verbreitern. Das ist bestens gelungen.

Mein Ziel war, den Lebensmitteleinzelhandel für den Verkauf von Ökoprodukten zu gewinnen:

1. Die Lebensmittel müssen heute in den Supermarkt und damit zu den Verbrauchern kommen. Dass dann sofort auch die Discounter eingestiegen sind, hat dazu geführt, dass die Nachfrage größer ist als das heimische Angebot.
2. Es gibt nicht nur Verbraucher, die immer Ökoprodukte kaufen, sondern auch Wechselkäufer. Mit diesen erhöht sich der Absatz von Ökoprodukten zusätzlich. Diese Entwicklung löste einen Öko-Boom aus.

So zeigt uns eine aktuelle Studie von AC-Nielsen, dass fast jeder zweite Euro für Bioprodukte im Lebensmitteleinzelhandel ausgegeben wurde. Dabei schnitten sich die Discounter mit fast 40 % das größte Stück vom Umsatzkuchen ab, Tendenz weiter steigend.

Darüber hinaus bestätigt diese Untersuchung aber auch, dass der höhere Preis nach wie vor eine wichtige Kaufbarriere für viele Verbraucher ist. Mehr als die Hälfte der Verbraucher, die keine Bioprodukte kaufen, nannten den höheren Preis als Ursache.

Dennoch liegt im Öko-Marktsegment sehr viel Dynamik. Öko-Produkte werden immer beliebter – und zwar weltweit. Fast die Hälfte des Umsatzes mit Öko-Produkten entfällt jedoch auf Europa. Deutschland ist hier der mit Abstand wichtigste Absatzmarkt. Im Jahr 2006 stieg der Absatz auf 4,8 Mrd. € an – ein Plus von 16 % gegenüber dem Vorjahr.

Diese positive Entwicklung spiegelt sich auch in den aktuellen Zahlen für das 1. Halbjahr 2007 wider. So haben die Verbraucher 20 % mehr Geld für Bio-Frischprodukte ausgegeben als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Gerade bei einem für Bayerns Land- und Ernährungswirtschaft sehr wichtigen Produkt, dem Käse, hat das Bio-Segment um 25 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum zugelegt. Gewinner ist vor allem Käse aus der SB-Theke mit einem Umsatz-Plus von sogar 37 %.

Aber auch bei Fleisch, Wurst und Geflügel, bei Frischobst, Frischgemüse und Eiern hielten die Zuwächse an. Dies zeigt, welche große Chancen sich von der Nachfrageseite her eröffnen, die es zu nutzen gilt.

Der Bio-Boom zeigt mittlerweile auch unangenehme Nebeneffekte. So mehren sich die Hinweise, dass die Öko-Standards nicht überall auf der Welt so eingehalten werden, wie es die gesetzlichen Vorgaben erfordern. Dies hat inzwischen auch Spuren bei den deutschen Biokäufern hinterlassen, wie eine weitere repräsentative Verbraucherbefragung zeigt. Während 85 % der Befragten den deutschen Biolebensmitteln vertrauen, ist das bei Biolebensmitteln aus verschiedenen anderen Ländern nur ein Bruchteil davon.

Diese Wertschätzung für Bio aus dem eigenen Land und der eigenen Region bietet somit einen echten Marktvorteil. Diesen müssen wir gezielt nutzen und einkommenswirksam für die bayerische Ökobranchen umsetzen. Öko braucht Heimat! Es ist ja auch nicht ökologisch, die Produkte durch die ganze Welt zu transportieren.

### **Aktuelle Situation des Ökolandbaus**

In der bayerischen Agrarpolitik nimmt der ökologische Landbau und die Förderung der Vermarktung von Öko-Produkten seit vielen Jahren einen hohen Stellenwert ein. Ich habe den Ökolandbau von Anfang an, schon in meiner Zeit als Staatssekretär, besonders gefördert.

- Mit ca. 150.000 ha ökologisch bewirtschafteter Fläche liegt Bayern im Flächenvergleich zu den anderen Bundesländern an 1. Stelle.
- Daneben belegt Bayern mit über 5.000 landwirtschaftlichen Öko-Betrieben gemeinsam mit Baden-Württemberg den Spitzenplatz.
- Insgesamt wirtschaften mehr als 28 % aller Öko-Betriebe Deutschlands in Bayern.
- Im Zeitraum von 2002 bis 2006 ist die bewirtschaftete Fläche um fast 30 % und die Zahl der Öko-Betriebe um nahezu 15 % angestiegen. Allein im vergangenen Jahr konnten hier Steigerungen von 4,7 % bzw. 4,3 % verzeichnet werden. Damit sind die Steigerungsraten in Bayern deutlich größer als auf Bundesebene: bei den Öko-Flächen um gut das Doppelte und bei den Betrieben um rd. die Hälfte höher.
- Auch im Verarbeitungsbereich belegt Bayern mit mehr als 1.600 Unternehmen bundesweit mit Abstand den 1. Platz.

Fakt ist: In der gesamten Öko-Branche konnten wir in Bayern in den vergangenen Jahren Steigerungsraten verzeichnen. Ich werte dies auch als Erfolg unserer Fördermaßnahmen und einer verlässlichen Agrarpolitik in Bayern!

Bayern forciert seit jeher Bio-Qualität aus der Heimat

Bayern gibt sich mit seiner bisher im Öko-Landbau erreichten Spitzenstellung keinesfalls zufrieden. Mit einem Bündel von Maßnahmen werde ich die bisherigen Aktivitäten noch verstärken und die Voraussetzungen schaffen, dass die bayerischen Bauern in dem zur Zeit marktwirtschaftlich schwierigen Umfeld noch besser am Bio-Boom partizipieren können.

Wir setzen dabei auf zwei Säulen: Unterstützung von Erzeugung und Vermarktung.

## **1. Förderung von Öko-Betrieben über das Bayerische Kulturlandschaftsprogramm 2007 – 2013**

Mir war es ein wichtiges Anliegen, dass trotz der notwendigen Anpassungen die Umweltleistungen der bayerischen Öko-Betriebe über das Bayerische Kulturlandschaftsprogramm (KULAP-A) weiterhin angemessen honoriert werden. Wir haben uns schließlich mit unserer neuen Ökoprämie im KULAP-A in Höhe von 190 €/Hektar deutlich über die Maßplatte der Fördersätze aller anderen Bundesländer hinweggesetzt. Diese orientieren sich vorwiegend am Bundessatz von 137 €/Hektar.

Künftig erhalten ca. 6 % der KULAP-Betriebe, die ökologisch wirtschaften, mit jährlich rd. 30 Mio. € über 20 % der Fördermittel aus dem KULAP-A. Bayern baut damit seine Spitzenstellung bei der Förderung des ökologischen Landbaus in Deutschland weiter aus.

Ich freue mich sehr, dass sich mein Einsatz in Berlin und Brüssel für unsere kleineren Ökobetriebe mit bis zu 35 Milchkühen und anteiliger Nachzucht gelohnt hat. Ihnen wird die Anbindehaltung über 2010 hinaus erlaubt. Voraussetzung ist, dass die Ställe vor dem 24. August 2000 errichtet wurden. Wichtig ist dieser Erfolg auch für alle bisher konventionell wirtschaftenden Betriebe mit Anbindehaltung, die auf ökologischen Landbau umstellen wollen.

Wir haben angesichts des Bio-Booms eine praxisgerechte Lösung erreicht! Viele kleinere Ökobetriebe hätten teure Investitionen in einen Um- oder Neubau ihrer Ställe nicht finanzieren können und aus der Bio-Milcherzeugung aussteigen müssen. Jetzt können die rd. 900 ökologisch wirtschaftenden Milchviehbetriebe mit Anbindehaltung über 2010 hinaus die Ökoprämie über das Kulturlandschaftsprogramm erhalten.

Unabhängig davon werden die Ämter für Landwirtschaft und Forsten verstärkt auf die Öko-Betriebe mit Anbindehaltung zugehen, um sie über die Laufstallhaltung zu beraten.

Zudem konnten wir durchsetzen, dass Brüssel bei bayerischen Öko-Betrieben auch auf den grundsätzlich geforderten zweimal wöchentlichen Auslauf im Winterhalbjahr für Rinder verzichtet. Wegen der klimatischen Verhältnisse vor allem in den Berggebieten wäre die vorgesehene Regelung weder den Tieren noch den Tierhaltern zumutbar gewesen.

## **2. Einzelbetriebliche Investitionsförderung**

Über das Einzelbetriebliche Investitionsförderprogramm bieten wir für besonders artgerechte Laufstalllösungen in der Milchviehhaltung einen Fördersatz von 30 %. Bayern bietet auch als eines der wenigen Länder die Möglichkeit, dass auch kleinere Betriebe ohne Buchführung eine Förderung erhalten.

Für die Einzelbetriebliche Investitionsförderung stellen wir im Jahr 2007 und 2008 durch zusätzliche Landesmittel jeweils rd. 58 Mio. € zur Verfügung. Das ist im Vergleich zum Jahr 2006, als wir bereits rd. 42 Mio. € bereitstellen konnten, eine deutliche Steigerung um

16 Mio. €. Hinzu kommen 2007 zusätzlich 4 Mio. € durch eine Aufhebung der Haushaltssperre. Aufgrund dieser guten Finanzausstattung ist in Bayern im Gegensatz zu anderen Bundesländern eine ganzjährige Antragstellung möglich. D.h. wir haben derzeit keine Wartezeiten bei Antragstellung und Auszahlung!

### **3. Beratung und Fortbildung**

Ich unterstütze den Entscheidungsprozess der Betriebe für die Umstellung auf den Öko-Landbau mit insgesamt 10 staatlichen Spezialberatern an vier Ämtern für Landwirtschaft und Forsten. Darüber hinaus wird auch im Rahmen des neuen Agrarwirtschaftsgesetzes die produktionstechnische Beratung, die die 4 Öko-Erzeugerringe den ihnen angeschlossenen Landwirten und Gärtnern bieten, gefördert. Wir stellen dafür jährlich 1 Mio. € bereit.

Bei der allgemeinen betriebswirtschaftlichen Beratung unserer Ämter für Landwirtschaft und Forsten wird der Öko-Landbau unter den Einkommensalternativen noch stärker herausgestellt als bisher. In manchen Gebieten Bayerns wird die Landbewirtschaftung bereits so extensiv betrieben, dass der Schritt zu „Öko“ nicht mehr weit ist. Deshalb gehen wir ganz bewusst u.a. auf die bereits jetzt extensiv wirtschaftenden Milchviehbetriebe zu und sensibilisieren sie für die Chancen, die in einer Umstellung liegen

Einmalig in Süddeutschland ist auch die 1988 gegründete Staatliche Fachschule mit Fachrichtung Ökologischer Landbau in Landshut/Schönbrunn. Der Fachschulabschluss kann mit der Meisterprüfung verknüpft werden.

Auch der Fachhochschule Weihenstephan kommt im Rahmen der Bildung eine große Bedeutung zu. Viele Absolventen – ob Diplom-Wirtschaftsingenieure des Studiengangs Agrarmarketing & Management oder Diplom-Ingenieure des Studiengangs Landwirtschaft – sind in allen Bereichen von der Erzeugung bis hin zur Vermarktung von Ökoprodukten tätig.

### **4. Angewandte Forschung**

An der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) haben wir im Jahr 2003 ein eigenständiges Institut „Agrarökologie, ökologischer Landbau und Bodenschutz“ eingerichtet. Dort werden alle Forschungsvorhaben für den Ökolandbau in enger Abstimmung mit der staatlichen Beratung und den ökologischen Anbauverbänden koordiniert. 39 Projekte werden bearbeitet und sind z. T. schon abgeschlossen. Forschungsschwerpunkte sind z. B. die Bodenfruchtbarkeit, die Bekämpfung von Krautfäule bei Kartoffeln, artgerechte Tierhaltung sowie Fütterung und die Entwicklung der Märkte für Ökoprodukte.

### **5. Förderung der Marktstrukturverbesserung**

Im Rahmen der Richtlinie Marktstrukturverbesserung habe ich bei der Förderung von Vermarktern und Verarbeitern für den Ökobereich eine Besserstellung gegenüber den konventionellen Bereich durchgesetzt. D. h. die maximale Förderhöhe bei Öko beträgt bis zu 25 % im Gegensatz zu 20 % im konventionellen Bereich. Damit können für Investitionen in die Erfassung, Lagerung, Kühlung, Sortierung, marktgerechte Aufbereitung, Verpackung sowie Etikettierung Zuwendungen von 25.000 € bis zu maximal 2 Mio. € gewährt werden.

## 6. „Öko-Qualität garantiert – Bayern“

Ich bin der festen Überzeugung: Bio braucht Heimat! Gerade deshalb setze ich weiterhin auf unser bayerisches Öko-Zeichen „Öko-Qualität garantiert – Bayern“ mit freiwillig höheren Qualitätsstandards, abgesichert durch neutrale Kontrollen und Öko-Produkten mit nachvollziehbarer bayerischer Herkunft. Über drei Lizenznehmer können interessierte Unternehmen und an Endverbraucher vermarktende Landwirte das Zeichennutzungsrecht beantragen.

Die Qualitätsstandards des bayerischen Öko-Zeichens gehen deutlich über die Vorgaben der EG-Öko-Verordnung hinaus, z. B. durch

- die Umstellung des gesamten Betriebes und
- die Einhaltung einer viergliedrigen Fruchtfolge.

Auf allen Stufen erfolgt die Kontrolle der Qualitäts- und Herkunftskriterien durch in Bayern zugelassene und amtlich überwachte Kontrollstellen.

Mittlerweile sind rd. 100 Zeichennutzer zertifiziert. Damit bekennen sich die wichtigsten Verarbeiter bayerischer Öko-Rohwaren zum bayerischen Öko-Zeichen.

## 7. Gesamt-Qualitätssicherungs-System-Bayern (GQS) und Öko-Eigenkontrollsystem

Mit „GQS-Bayern“ stellen wir ein kostenloses Basis-Angebot „zur freiwilligen Eigenkontrolle“ für alle bayerischen landwirtschaftlichen Betriebe zur Verfügung. Es fasst alle wesentlichen Anforderungen aus Cross-Compliance, Fachrecht und privatwirtschaftlichen Qualitätssicherungssystemen in einer Checkliste zusammen. Sie wird bereits betriebsindividuell und kostenlos über das Internet zur Verfügung gestellt. Bisher enthält GQS-Bayern noch kein betriebliches Managementsystem für die Eigenkontrolle von ökologisch wirtschaftenden Betrieben und deckt auch noch nicht den Bereich „Öko-Qualität garantiert – Bayern“ ab. Diese Lücke schließen wir nun über ein Projekt, das mein Haus finanziert. Damit bieten wir künftig auch Öko-Betrieben einen aktuellen Informationsstand über alle relevanten Anforderungen.

## 8. Absatzförderung

Auch im Hinblick auf die stark zunehmenden überregionalen Warenströme und die verstärkte Tendenz zum internationalen Handel bei ökologischen Nahrungsmitteln und vor dem Hintergrund der intensiv geführten Diskussion um Klimawandel und CO<sub>2</sub>-Belastung ist die regionale Vermarktung gerade bei Öko-Produkte von besonderer Bedeutung.

Über 10% der Mittel für Absatzförderung setzen wir nur für den Öko-Bereich ein. Bei einem Anteil der Öko-Produktion von knapp 5% an der Gesamtproduktion unterstützen wir derzeit die Vermarktung ökologischer Produkte zukunftsweisend.

### *Dazu vier Beispiele:*

- Eine wichtige Maßnahme ist eine verstärkte Information über den Öko-Landbau und Öko-Lebensmittel unter [www.oekoland-bayern.de](http://www.oekoland-bayern.de). Hier finden sich z. B. Informationen über Einkaufsmöglichkeiten auf 1.100 bayerischen Öko-Bauernhöfen, ein umfangreiches Informationsangebot zum Öko-Landbau in Bayern sowie auch alles Wichtige zum bayerischen Öko-Zeichen.

- Im Rahmen von Messen und Ausstellungen unterstützen wir wie bisher den Auftritt der Öko-Verbände sowie von Bio-Verarbeitungs- und Vermarktungsbetrieben, insbesondere im Zusammenhang mit unserem bayerischen Qualitätszeichen „Öko-Qualität garantiert“. So haben wir z. B. die Biofach 2007 mit insgesamt rd. 100.000 € gefördert. Auch auf der Biofach 2008 werden wir uns hier wieder engagieren.
- Die Öko-Erlebnistage, die eine starke Resonanz bei Landwirten, Nahrungsmittelherstellern, Händlern und Verbraucher finden, werden durch mein Haus maßgeblich finanziert (rd. 135.000 €). Auf den 258 Veranstaltungen bayernweit konnten wir rd. 300.000 Besucher verzeichnen.
- Darüber hinaus wird im Rahmen von Verkaufsförderaktionen im bayerischen Einzelhandel über das bayerische Öko-Zeichen in Kombination mit Produktverkostungen informiert. Diese Informationsarbeit aus erster Hand durch Öko-Bäuerinnen und -Bauern in Supermärkten werde ich weiter ausbauen. Damit bieten wir eine wichtige Unterstützung um Öko-Produkte aus der Region im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel zu platzieren.

Auch durch die Vermarktungsförderung von Öko-Produkten aus der Region setzen wir eindeutige positive Signale für einen zukunftsweisenden Ökolandbau in Bayern.

### **Ausblick**

Fest steht: Wir unterstützen eine sinnvolle und ausgewogene Entwicklung des ökologischen Landbaus auf der Erzeugerseite und bei der Vermarktung.

Wir wollen den Öko-Landbau weiter nach vorn zu bringen. Dazu sind wir auch mit den Ökoverbänden, Verarbeitern und Marktpartnern im Gespräch. Auch die Wirtschaft muss vermehrt ihren Beitrag leisten. Es wird in Zukunft noch stärker darauf ankommen, die Wettbewerbsfähigkeit der Strukturen der bayerischen Ökobranchen weiter zu entwickeln und auch auf Erzeugerseite noch stärker zusammenzuarbeiten. Hier gilt es gemeinsam weiterzudenken und mögliche Synergien zu nutzen.

Bei all unseren Anstrengungen dürfen wir aber auch nicht übersehen, dass wir die heimische Öko-Produktion nicht ad hoc an eine stark steigende Nachfrage anpassen können. Denn konventionelle landwirtschaftliche Betriebe können nicht sofort für den Öko-Markt produzieren, sondern müssen eine Wartezeit der bis zur Vermarktungserlaubnis einhalten, die im pflanzlichen Bereich bis zu drei Jahren (bei Dauerkulturen Obst, Wein) betragen kann.

Ich bin mir aber sicher, dass wir die bayerische Spitzenstellung beim ökologischen Landbau in Deutschland entsprechend den günstigen Marktprognosen weiter konsequent ausbauen können.

## **Schluss**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

lassen Sie uns gemeinsam die Voraussetzungen schaffen, dass unsere landwirtschaftlichen Betriebe in Bayern am Öko-Boom verstärkt teilnehmen und sich im internationalen Wettbewerb behaupten können. Dies dient nicht nur der Landwirtschaft, sondern auch der Umwelt – und wie uns die Umfrageergebnisse über die hohe Zufriedenheit mit heimischen Ökoprodukten zeigen, auch der bayerischen Ernährungswirtschaft. So bleibt Wertschöpfung in der Region.

Ich danke den Organisatoren sowie allen Beteiligten für ihren Beitrag zum Gelingen dieses Forums. Mein Dank gilt auch Ihnen, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern dieser Veranstaltung, die Sie Ihr Interesse an dem so wichtigen Dialog im Bereich der Öko-Erzeugung und Öko-Vermarktung zeigen.

Ich wünsche der Veranstaltung einen erfolgreichen Verlauf!



## 2 Bio-Verbraucher - welches Potenzial ist erschließbar?

Prof. Dr. Ulrich Hamm  
Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing,  
Ökologische Agrarwissenschaften, Uni Kassel



### Zusammenfassung

#### 2.1 Marktentwicklung

Der Markt für Öko-Lebensmittel ist schon seit geraumer Zeit weltweit ein großer Wachstumsmarkt. So haben sich die Umsätze mit Öko-Lebensmitteln in vielen Industrieländern (z. B. USA, Kanada, UK, Frankreich, Japan und Südkorea) seit Anfang 2000 mehr als verdoppelt. Auch in Deutschland sind die Umsätze mit Öko-Lebensmitteln von 2000 bis 2006 um 124 % gestiegen. Alles deutet darauf hin, dass die Umsätze in Deutschland auch im Jahr 2007 wieder um einen zweistelligen Prozentsatz gestiegen sind.

Von einem kurzfristigen „Bio-Boom“ zu sprechen ist also keineswegs angebracht. Vielmehr kommen in diesen Zahlen Werthaltungen und Einstellungen von Verbrauchern zum Ausdruck, die bereits seit sehr vielen Jahren in Richtung auf eine stärkere Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln hinweisen.

#### 2.2 Warum kaufen Verbraucher Öko-Lebensmittel?

Betrachtet man die wichtigsten Gründe, warum Verbraucher Öko-Lebensmittel kaufen, so hat sich daran seit Jahrzehnten nur wenig verändert. Das mit Abstand wichtigste Kaufmotiv sind gesundheitliche Gründe, die in mehreren Facetten zum Ausdruck gebracht werden. So sehen Verbraucher das Risiko, dass Öko-Lebensmittel mit hohen Rückständen von Pflanzenschutz-, Tierarzneimitteln oder Schadstoffen belastet sind, als deutlich geringer an. Immer wiederkehrende „Skandale“ im konventionellen Lebensmittelsektor tragen ebenfalls dazu bei, dass insbesondere Schwangere und junge Mütter sowie zunehmend auch gesundheitsbewusste ältere Personen zu Öko-Lebensmitteln greifen.

Der gute Geschmack der Produkte ist für eine zunehmende Zahl von Verbrauchern ebenfalls ein gewichtiges Argument, Öko-Lebensmittel zu kaufen. Gourmets werden in dieser Einstellung noch laufend bestärkt durch Spitzenköche, die öffentlich kundtun, viele Produkte aus geschmacklichen Gründen in Öko-Qualität zu kaufen. Für jüngere Personen ist die artgerechte Tierhaltung ein wichtiges Argument, zu Öko-Produkten zu greifen.

Umweltschutzgründe, die vor allem in den 70er und 80er Jahren ein starkes Kaufmotiv waren und danach an Bedeutung verloren, sind vor dem Hintergrund der Diskussionen um den Klimawandel in den letzten zwei Jahren vor allem bei jüngeren Personen ein gewichtiges Kaufargument geworden, das sicherlich künftig noch an Bedeutung gewinnen wird.

Eine große Bedeutung für die zweistelligen Umsatzsteigerungen in den letzten Jahren hatte in Deutschland und einigen anderen Ländern das zunehmende Angebot von Öko-Lebensmitteln im allgemeinen Lebensmittelhandel, das Verbrauchern den Extra-Aufwand für den Kauf in gesonderten Einkaufsstätten ersparte. Der wachsende Wettbewerb auf der Einzelhandelsstufe und insbesondere das Angebot in Discountern trugen auch wesentlich dazu bei, dass die Handelspannen für Öko-Lebensmittel und damit die Verbraucherpreise sanken. Mindestens genauso wichtig war dabei, dass schon das alleinige Angebot von Öko-Produkten in Discountern dazu beitrug, das Image von Öko-Lebensmitteln als „teuer“ abzubauen. Dass die Einkommensentwicklung keinen nennenswerten Einfluss auf die Nachfrage nach Öko-Produkten hat, ist durch verschiedene Untersuchungen bereits seit den 80er Jahren bekannt. Auch in den Jahren des so genannten Bio-Booms (2004 bis 2006) haben die realen Verbrauchereinkommen in Deutschland stagniert.

### **2.3 Entwicklung der Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln**

Die künftige Entwicklung der Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln wird von der Nachfrageseite her sehr positiv eingeschätzt. Nicht nur die Nachfrage der Privathaushalte ist ungebrochen stark, sondern zunehmend auch die Nachfrage von Restaurants, Kantinen und Mensen. Das Nachfragewachstum ist aber bereits 2006 und vor allem im laufenden Jahr erheblich durch Angebotsengpässe begrenzt worden. Es hätten in dieser Zeit deutlich mehr Öko-Lebensmittel verkauft werden können, wenn sie zur Verfügung gestanden hätten. Insbesondere knapp waren und sind Hafer, Kartoffeln, viele Gemüse- und Obstarten, Eiweiß- und Konzentratfüttermittel, Schweine- und Geflügelfleisch, Eier und sogar Milch, bei der es lange Zeit Überschüsse in Europa gab. Da auch die Nachfrage in den meisten anderen europäischen Ländern in den letzten Jahren stärker gestiegen ist als das Angebot, konnten die Angebotslücken nur begrenzt durch Importe aus Nachbarländern ausgeglichen werden. Da auch in Nordamerika das Angebotswachstum nicht ausreicht, die stark wachsende Nachfrage zu decken, ergeben sich auch auf dem Weltmarkt zunehmend Versorgungslücken.

### **2.4 Entwicklung des Angebots an Öko-Lebensmitteln**

Über die Gründe, warum in den letzten Jahren nicht mehr Landwirte in Deutschland auf den Öko-Landbau umgestellt haben, um die stark wachsende Nachfrage zu befriedigen, ist viel diskutiert worden. Aktuelle und breit abgesicherte Befragungsergebnisse liegen hierzu bislang nicht vor. Sicher ist jedoch, dass nicht eine einzelne Ursache (z. B. sinkende Flächenprämien) hierfür verantwortlich ist, sondern eher ein ganzes Bündel von Gründen. Auch spricht viel dafür, dass nicht nur harte Fakten (z. B. steigende Nachfrage und Erzeugerpreise) die Entscheidungen der Landwirte beeinflussen, sondern auch (politische) Stimmungen. So stellten führende Bauernverbandsvertreter noch 2005 ein weiteres Wachstum der Nachfrage nach Öko-Produkten in Frage und wiesen auf unbefriedigende Erzeugerpreise hin. Auch waren die politischen Signale, die mit Worten und Taten nach dem Wechsel der Bundesregierung im Jahr 2005 ausgesendet wurden, nicht förderlich für eine Umstellung auf den Öko-Landbau. Als dann noch auf Bundesländerebene Flächenprämien für die Umstellung und Beibehaltung des Öko-Landbaus zeitweise ausgesetzt und/oder deutlich reduziert wurden, meldeten sich führende Vertreter der Öko-Landbauverbände in der Öffentlichkeit zu Wort und sahen große wirtschaftliche Probleme für die Wettbewerbsfähigkeit des Öko-Landbaus in Deutschland heraufziehen.

Auf der anderen Seite wurde innovativen Landwirten eine Alternative ebenfalls mit der Vorsilbe „Bio“ politisch angepriesen: die Produktion von Bio-Energie. In diesen Markt flossen nicht nur erhebliche Subventionen, sondern den Landwirten wurden auch langfristige Preis- und Absatzgarantien zugestanden, die es für den Öko-Lebensmittelmarkt nicht von staatlicher Seite gibt. Angesichts solcher Rahmenbedingungen darf es nicht verwundern, dass deutsche Landwirte in den letzten Jahren deutlich stärker in die Produktion von Bio-Energie investiert haben als in die Erzeugung von Öko-Lebensmitteln.

## 2.5 Ausblick

Es bleibt abzuwarten, welche Strategie sich mittelfristig für die deutsche Landwirtschaft als erfolgreicher erweist: das Setzen auf einen Wachstumsmarkt im Lebensmittelbereich oder das Vertrauen auf dauerhaft hohe staatliche Subventionen für die Energiegewinnung aus der Massenerzeugung nachwachsender Rohstoffe. Vor dem Hintergrund hoher Umweltauflagen für die Produktion und hoher Kosten für die Produktionsfaktoren Boden und Arbeit haben sich fast alle anderen Wirtschaftsbereiche in Deutschland im internationalen Wettbewerb nur mit hochwertigen Gütern und nicht mit Massenprodukten behaupten können. Warum soll das in der Landwirtschaft anders sein? Die Erzeugung von Öko-Lebensmitteln passt nicht nur sehr viel besser zu den Rahmenbedingungen der landwirtschaftlichen Erzeugung in Deutschland, sondern bietet darüber hinaus auch für die überschaubare Zukunft erhebliche Wachstumspotentiale, weil sie auf eine hohe Kaufkraft im größten europäischen Markt trifft.

### **Bio-Verbraucher – Welches Potential ist erschließbar?**

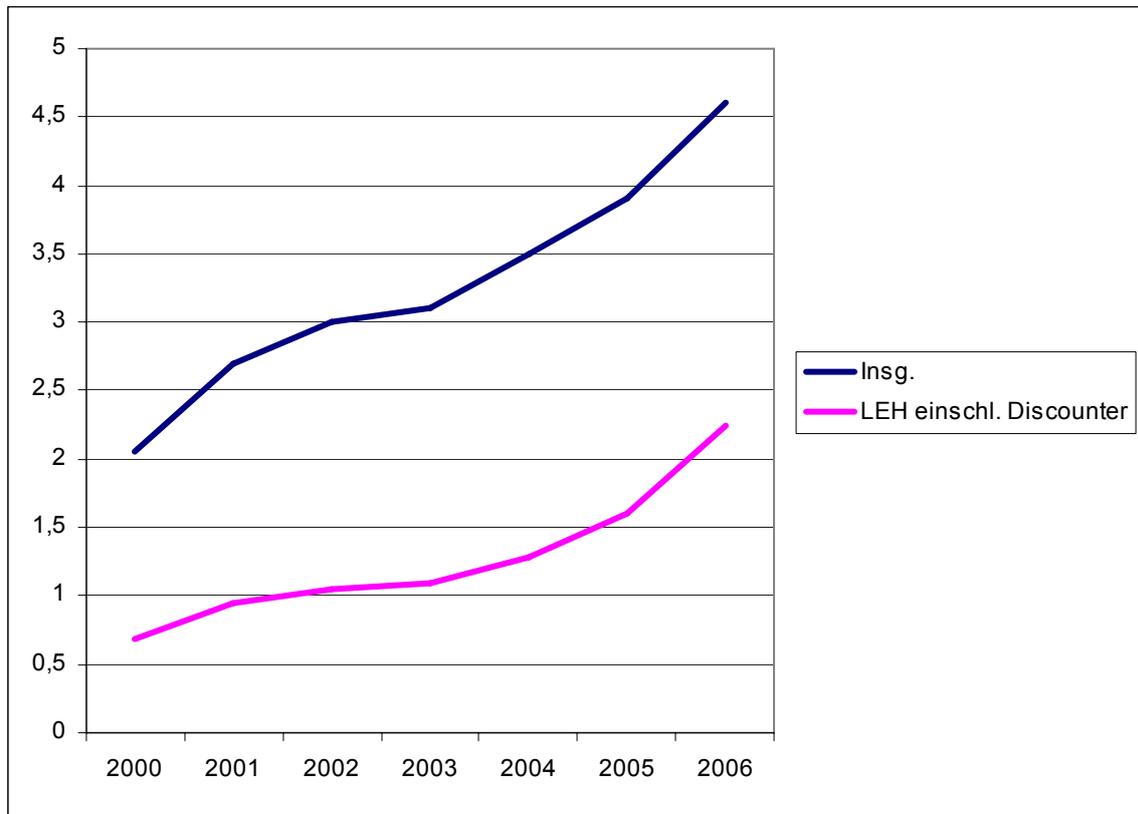
1. Bisherige Nachfrageentwicklung in Deutschland
2. Abschätzung des Absatzpotentials
3. Erschließung des Absatzpotentials
  - 3.1 Problembereiche
  - 3.2 Politische Maßnahmen zur Unterstützung
4. Schlussbemerkung

### **Zu 1. Bisherige Nachfrageentwicklung in Deutschland**

#### **Die folgenden Ausführungen stützen sich im Wesentlichen auf:**

- Ergebnisse aus Panelerhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und AC Nielsen,
- Ergebnisse repräsentativer Verbraucherbefragungen von verschiedenen Marktforschungsinstituten,
- Wissenschaftlichen Nachfrageanalysen, die in erster Linie im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau erstellt und gefördert wurden.

### Umsatzentwicklung für Öko-Lebensmittel in Deutschland in Mrd. Euro (ohne Außerhaus-Verzehr)

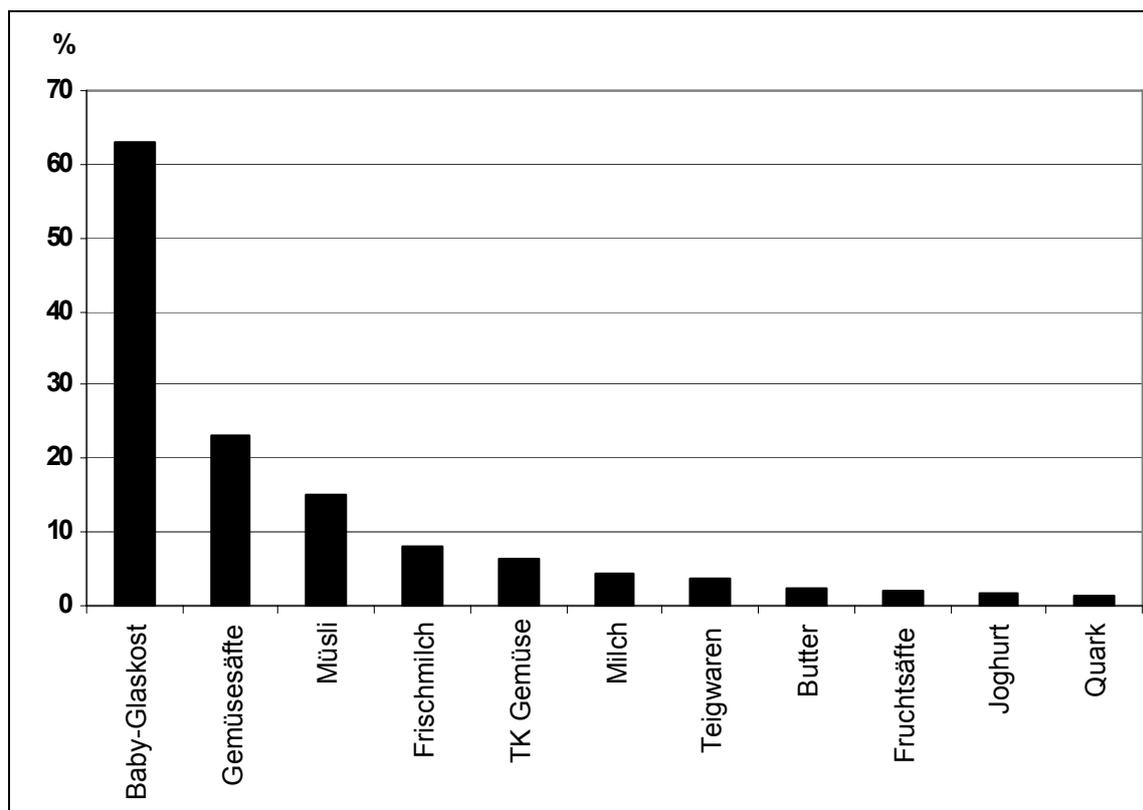


Quelle: Hamm und Rippin 2007

### Trotz starker Umsatzzuwächse in den letzten Jahren („Bio-Boom“) ist das Niveau relativ niedrig:

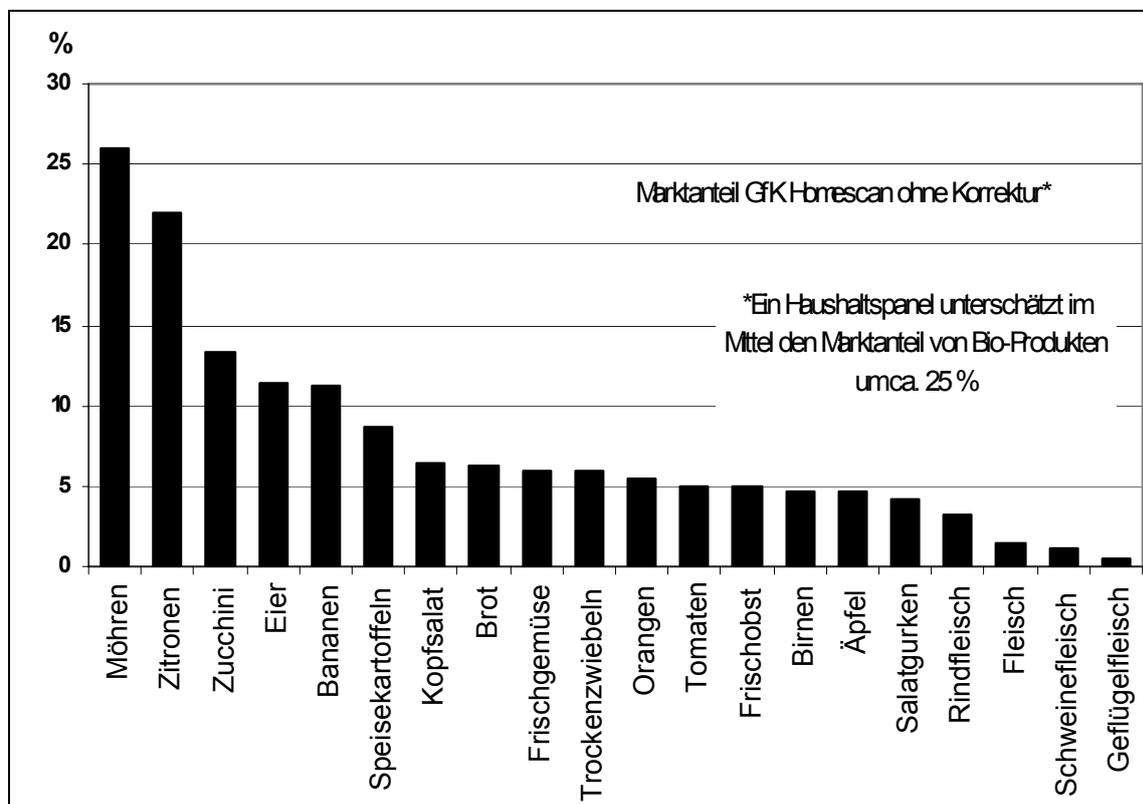
- Pro-Kopf-Ausgaben für Öko-Lebensmittel 2006:
  - ▶ 56 €/Jahr
- Anteil Öko-Lebensmittel an gesamten Lebensmittelausgaben 2006:
  - ▶ 3,0 bis 3,4 % (je nach Datengrundlage)
- Sehr starke Unterschiede in den verschiedenen Produktbereichen:
  - ▶ von < 0,1% bei Haushaltszucker bis > 60 % bei Babykost

**Umsatzanteil von Bio an Gesamt nach Warengruppen 2006**



Quelle: Agromilagro research auf Basis AC Nielsen Handelspanel 2007, ZMP/CMA,

**Umsatzanteil von Bio an Gesamt nach Warengruppen 2006**



Quelle: Agromilagro research auf Basis AC Nielsen Handelspanel 2007, ZMP/CMA,

### **Nach verschiedenen repräsentativen Studien für Deutschland kauften 2006 bzw. 2007**

- 68 – 91 % der Verbraucher zumindest gelegentlich Öko-Lebensmittel,
- 9 – 27 % der Verbraucher zumindest häufig Öko-Lebensmittel (42 % bei innofact),
- 3 – 8 % der Verbraucher regelmäßig bzw. überwiegend Öko-Lebensmittel

### **Den typischen Öko-Käufer gibt es nicht (mehr).**

- ▶ Öko-Lebensmittel sind in der Mitte der Bevölkerung angekommen.

Bezogen auf sozio-demographische Merkmale sind Öko-Käufer:

- besser gebildet (eindeutig)
- eher junge Familien oder ältere Ehepaare ohne Kinder
- Durchschnittsverdiener (teilweise leicht überdurchschnittlich)
- weniger in Single-Haushalten lebend

### **Kaufmotive der Verbraucher:**

- (1) gesundheitliche Gründe (Lebensmittelsicherheit in Bezug auf Rückstände und Schadstoffe), insbesondere junge Familien mit Kleinkindern und ältere Menschen
- (2) Tierschutz, insbesondere jüngere Menschen und Frauen
- (3) Geschmack (alle)
- (4) Umweltschutz, Unterstützung des Öko-Landbaus (junge und ältere Personen)

### **Hinderungsgründe von Verbrauchern für (vermehrten) Kauf:**

- (1) Preis
- (2) Sortiment, insbes. Fleisch, Convenience-Produkte, Süßigkeiten (bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen)
- (3) Vertrauen in ökologische Herkunft
- (4) Verfügbarkeit

## **Zu 2. Abschätzung des Absatzpotentials**

**Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln wird mittelfristig weiter stark steigen. Hintergründe hierfür sind:**

### **(1) großes und weiter wachsendes Interesse der Endverbraucher**

- ▶ Öko als Grundnutzen für Lebensmittelsicherheit (Rückstände, künftig auch Gentechnologie)
- ▶ Öko als Zusatznutzen für „Genuss ohne schlechtes Gewissen“ (gegenüber eigener Gesundheit, Tieren, Umwelt)
- ▶ sinkende Verbraucherpreise durch zunehmendes Angebot bei Discountern und Bio-Supermärkten
- ▶ Ausweitung des Sortiments

**(2) Starker Anstieg der Nachfrage des Einzelhandels**

- ▶ wegen Anstieg der Verbrauchernachfrage (abgeleitete Nachfrage)
- ▶ Öko als Sicherheitsgarantie (Rückstände)
- ▶ Öko als Profilierungsmerkmal (Discounter, z. B. Plus)

**(3) Stark steigende Nachfrage in der Außer-Haus-Verpflegung (gehobene Gastronomie, Kantinen, Anstaltsverpflegung)**

- ▶ wegen Anstieg der Endverbrauchernachfrage (abgeleitete Nachfrage)
- ▶ aus geschmacklichen Gründen (Gastronomie)
- ▶ Öko als Profilierungsmerkmal (Gastronomie, Kantinen)

**Zusammenfassung:**

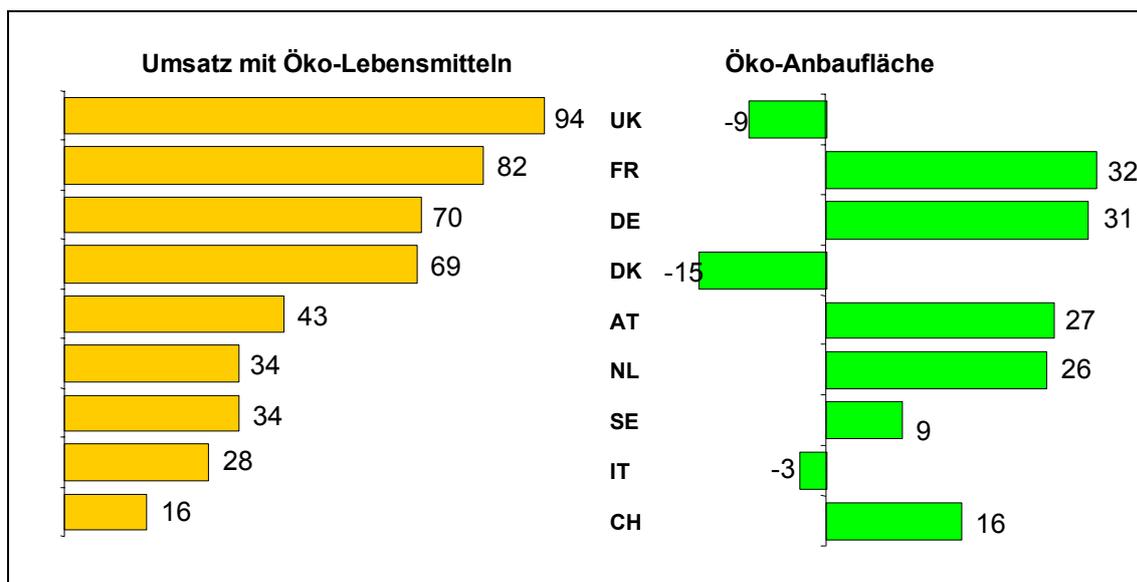
- ▶ Von der Nachfrageseite ist ein großes Interesse an einer starken Verbrauchserhöhung vorhanden.

Aber:

- ▶ Große Versorgungsprobleme begrenzen die Zuwachsraten der mengenmäßigen Nachfrage.
- ▶ Engpassfaktor ist auch mittelfristig eindeutig das Angebot.

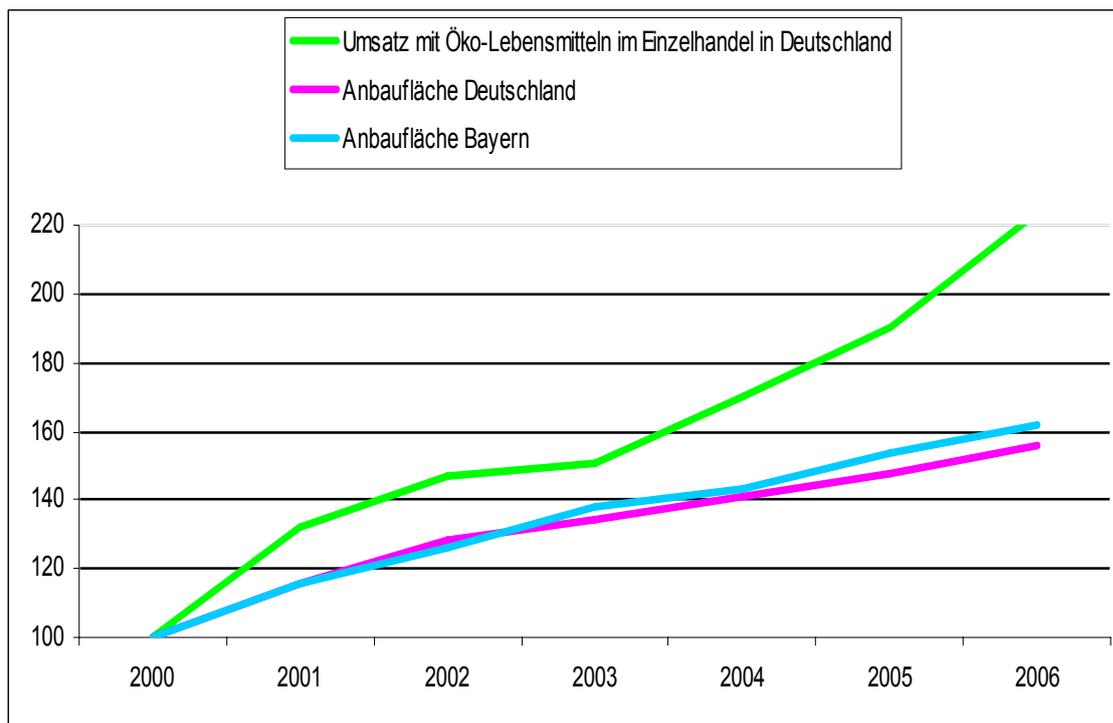
**Zu 3. Erschließung des Absatzpotentials:**

**Entwicklung des Öko-Umsatzes und der Öko-Anbaufläche in wichtigen europäischen Ländern (Wachstumsrate 2006 gegenüber 2001 in %)**



Quelle: Hamm auf Basis nationaler Quellen

### Indexierte Entwicklungen im deutschen Öko-Markt (2000 = 100)



Quelle: Hamm 2007

#### Kernfrage für die Erschließung des Absatzpotentials ist also:

Warum haben seit 2000 und insbesondere seit 2003 („Bio-Boom“) nicht mehr Betriebe in Europa und speziell in Deutschland auf den ökologischen Landbau umgestellt?

### Zu 3.1 Problembereiche für die Erschließung des Absatzpotentials:

#### Hintergründe für das unzureichende heimische Angebot

##### (1) Marktfakten I

- ▶ Zwischen 1993 und 2000 ist das Angebot an Öko-Produkten europaweit sehr viel schneller gestiegen als die Nachfrage.
- ▶ Um 2000 gab es europaweit Absatzprobleme für Öko-Milch, -Rindfleisch, -Schafffleisch, -Wein und -Olivenöl mit der Folge, dass erhebliche Produktionsanteile ohne Aufpreis als konventionelle Ware verkauft werden mussten.
- ▶ Rückumstellungen von Öko-Betrieben nach Ablauf der 5-jährigen Förderung

##### (1) Marktfakten II

- ▶ In Deutschland gab es zusätzlich im Zuge des „Nitrofen-Skandals“ eine 2002 und 2003 nur sehr schwach wachsende Nachfrage.
- ▶ Ab 2005 wurden die Flächenprämien für die Umstellung auf Öko-Landbau in einzelnen Bundesländern zeitweise ausgesetzt und in nahezu allen Bundesländern deutlich gesenkt.

## **(2) „Weiche“, psychologische Faktoren**

- ▶ ab 2000 starke Polarisierung zwischen Öko-Landwirtschaft und konventionellem Landbau („Künast-Effekt“)
- ▶ ab 2005 weitgehende Rücknahme der positiven Beurteilung des Öko-Landbaus durch die neue Bundesregierung und Ankündigung einer Rücknahme der Förderung („Seehofer-Effekt“)
- ▶ ab 2004 starke Subventionierung der Erzeugung von Bio-Energie („Trittin-Effekt“) und ab 2005 Biogas-Euphorie wegen starkem Preisanstieg von Rohöl

## **(3) Mangelnde quantitative und qualitative Koordination**

zwischen Angebot und Nachfrage wegen

- ▶ träger Angebotsreaktion (Umstellungszeit → nicht veränderbar)
- ▶ geringer Markttransparenz (national und international)
- ▶ geringer Bereitschaft zu horizontaler und vertikaler Kooperation
- ▶ Atomisierung des Angebots aufgrund zu vieler Anbauverbände
- ▶ mangelnder Absatz- und Bezugssicherheit aufgrund zahlreicher Ausnahmegenehmigungen in Deutschland (Öko-Jungtiere, Jungpflanzen bzw. -Saatgut)

## **Zu 3.2 Politische Maßnahmen zur Unterstützung**

**Grundsätzlich sollte mit einer Förderung dort angesetzt werden, wo Umstellungshemmnisse sind, z. B.:**

- ▶ Angebot von Informationsveranstaltungen für Landwirte (über Markt allgemein, potentielle Abnehmer, Beratung, Förderung)
- ▶ Verbesserung des Beratungsangebots für umstellungsinteressierte Landwirte
- ▶ Höhere Umstellungshilfen in den ersten 2 Jahren (wie NRW), in denen kaum höhere Preise am Markt erzielt werden, aber die Erträge und Leistungen stark sinken
- ▶ Förderung für Neu- bzw. Umbauten von Ställen für Milchvieh (Ausnahmegenehmigungen laufen aus), Schweine und Geflügel
- ▶ Überprüfung der Förderrelationen zwischen einzelnen Bestandteilen des KULAP-Programms

## **Zu 4. Schlussbemerkung**

- ▶ Angesichts knapper Flächen, hoher Umweltauflagen und hoher Lohnkosten sollten landwirtschaftliche Unternehmen versuchen, sich mit hochwertigen Qualitäten am Markt zu behaupten und nicht mit billigen Massenprodukten wie Billig-Lebensmitteln oder Bio-Energie (das können andere billiger).
- ▶ In Zukunft geht es vor allem darum, sich mit kreativen Ideen und ausgefeilten Marketingkonzepten am Markt zu behaupten. Daher sollten insbesondere Forschung, Aus- und Weiterbildung sowie Beratung gefördert werden und weniger die Produktion.



### 3 Stellenwert des Ökolandbaus in Bayern

Johannes Enzler  
Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft  
Institut für Ernährungswirtschaft und Markt



#### Zusammenfassung

Bayern besitzt mit 5.042 landwirtschaftlichen Erzeugerbetrieben die meisten Ökobetriebe in Deutschland. Auch bei der ökologisch bewirtschafteten Fläche liegt der Freistaat mit ca. 149.000 ha im bundesweiten Vergleich vorne. Bei der Flächennutzung dominiert das Dauergrünland mit fast 66.000 ha, vor dem Anbau von Getreide mit ca. 22.000 ha und dem Feldfutterbau mit knapp 18 000 ha. Die Struktur der Kuhhaltungsbetriebe ist geprägt von einem hohen Anteil von Kleinbetrieben mit Beständen unter 15 Kühen. Dasselbe gilt für Ferkelerzeuger, bei denen 66 % einen Bestand unter 10 Zuchtsauen aufweisen. In Bayern stehen ca. 130.000 Legehennen in Ökobetrieben. Der Anteil der Ökohaltung liegt bei dieser Tierkategorie seit 2004 konstant bei 3 %.

Überproportional stark gestiegen im Vergleich zu den Erzeugerbetrieben sind die Verarbeitungs- und Handelsbetriebe. Sie haben sich im Zeitraum von 1996 bis 2006 fast vervierfacht. Diese Entwicklung hat zur Folge, dass viele Öko-Verarbeiter ihre Rohstoffe von außerhalb Bayerns beziehen. Besonders knapp ist momentan die Erzeugung im Bereich tierischer Ökoprodukte im Vergleich zur Nachfrage.

Bayern hat mit 19,8 % im Vergleich zu anderen Bundesländern den größten Umsatzanteil bei Bio-Produkten aufzuweisen. Bei Käse, Eier, Brot, Kartoffeln, Frischobst und Frischgemüse werden in Bayern im Vergleich zum übrigen Bundesgebiet die größten Mengenanteile abgesetzt. Der Pro-Kopf Umsatz mit Bio-Produkten ist allerdings im Vergleich zu den Nachbarländern Österreich und Schweiz deutlich geringer.

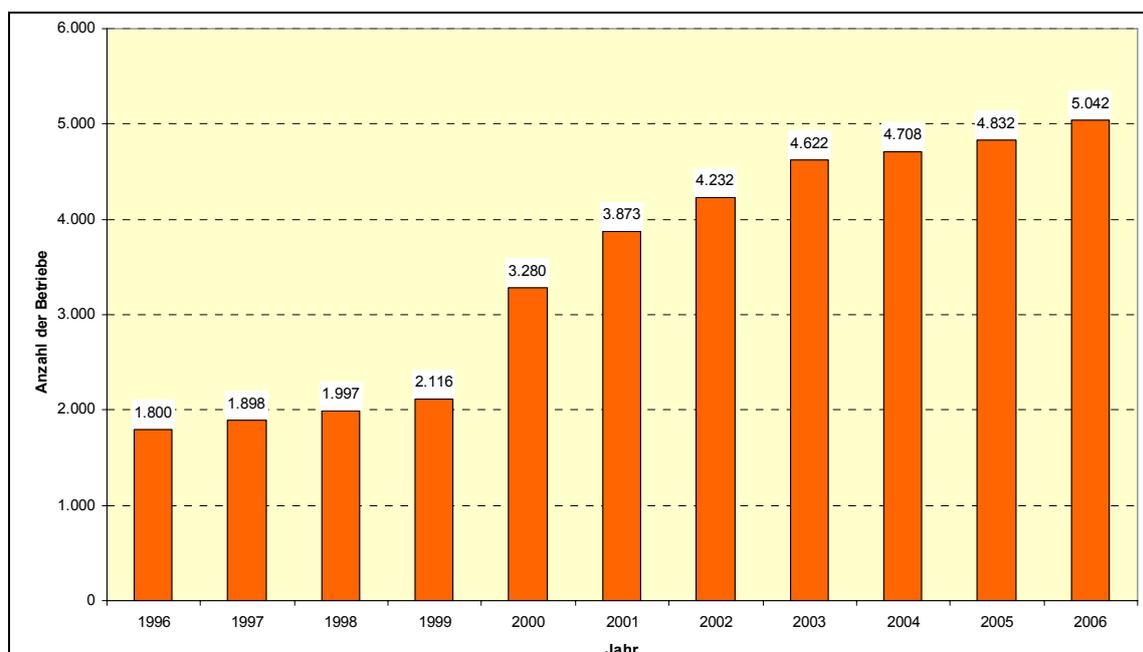
Künftige Herausforderungen für den heimischen Öko-Markt sind Billig-Bio Importe aus den osteuropäischen EU-Beitrittsstaaten und Drittländern und die immer stärkere Abhängigkeit der Öko-Erzeuger von multinationalen Akteuren. Sollte der Anbau von gentechnisch veränderten Pflanzen stärker ausgeweitet werden, stellt sich die Frage, ob der Ökolandbau weiterhin die Gentechnikfreiheit seiner Erzeugnisse garantieren kann. Die Ausgestaltung der Förderung von ökologisch wirtschaftenden Betrieben, der Boom beim Anbau von Energiepflanzen und unter Umständen strengere Erzeugungsvorschriften durch die neue EG-Öko-Verordnung sind ebenfalls Gesichtspunkte, die für die Umstellung auf ökologischen Landbau bzw. für die Beibehaltung dieser Wirtschaftsweise eine Rolle spielen.

Eine stärkere Betonung der Produktqualität und der Regionalität kann für die bayerische ökologische Land- und Ernährungswirtschaft hilfreich sein, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können.

## Öko-Boom – Chancen für die bayer. Land- und Ernährungswirtschaft

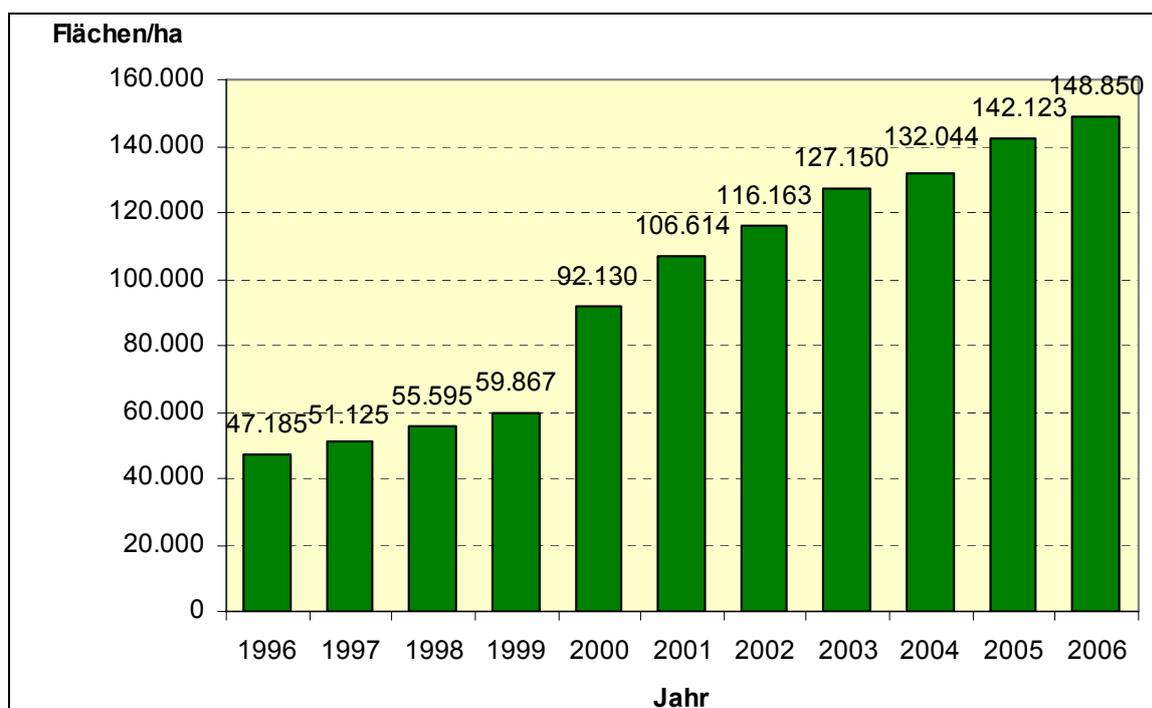
1. Strukturdaten des ökologischen Landbaus in Bayern im Vergleich zu Deutschland
2. Nachfragesituation und Umsatzentwicklung in Bayern im Vergleich zu Deutschland
3. Schlussfolgerungen aus dem derzeitigen Öko-Marktgeschehen
4. Herausforderungen für den deutschen / bayerischen Öko-Markt

### Entwicklung der Öko-Betriebe in Bayern



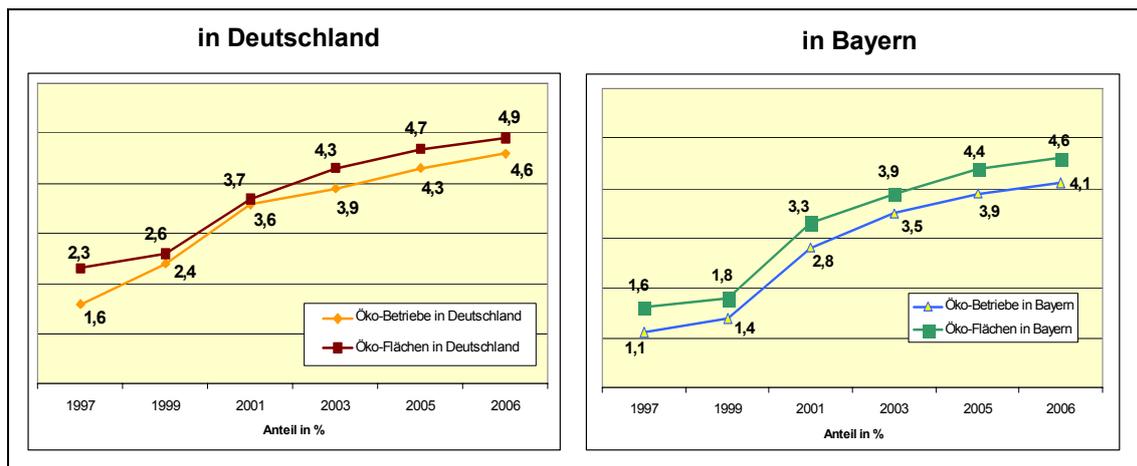
Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt, eigene Erhebungen

### Entwicklung der Öko-Flächen in Bayern



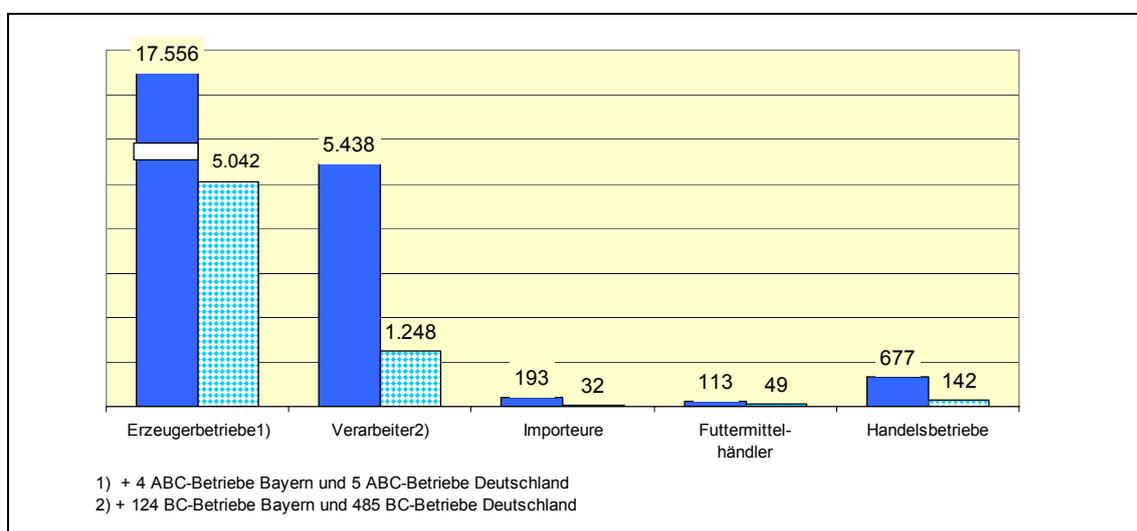
Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt (Stand: 2006)

**Relativer Anteil der Öko-Betriebe und Öko-Flächen**



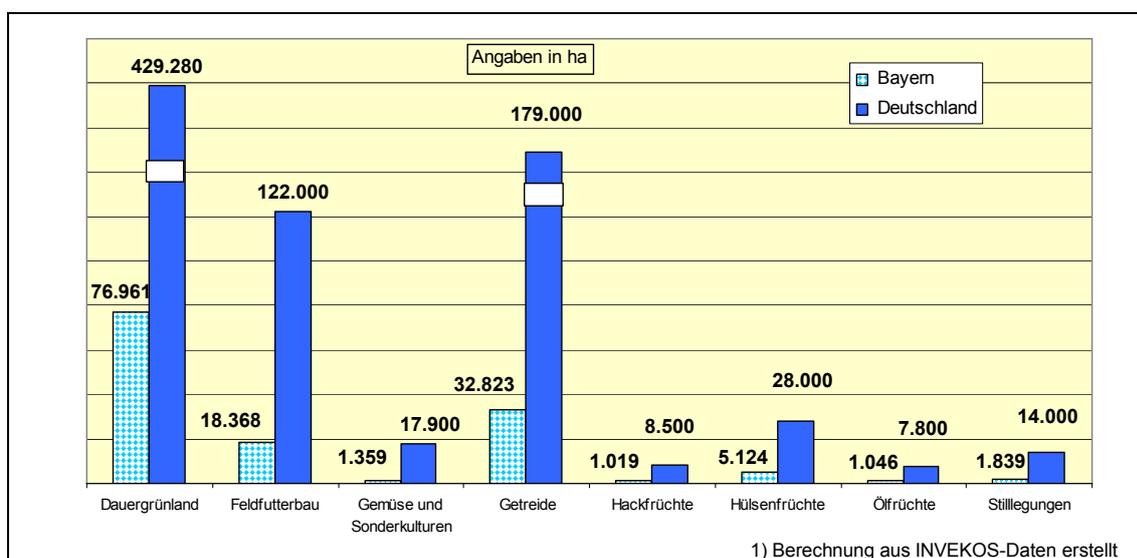
Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt (Stand: 2006)

**Öko-Unternehmen nach Unternehmensformen in Deutschland und Bayern**

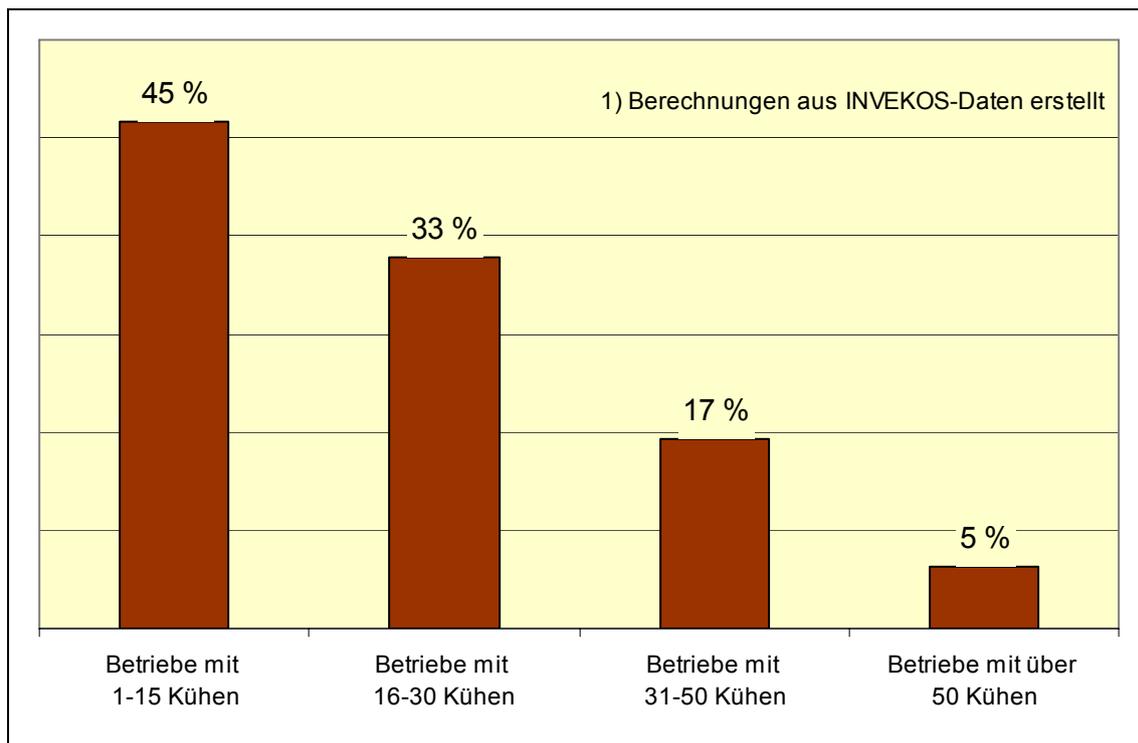


Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt (Stand:31.12.2006)

**Aktuelle Anbauflächen in Deutschland und Bayern<sup>1</sup>**



Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt (Stand:31.12.2006)

**Kuhhaltende Betriebe (Milch-, Mutter- und Ammenkühe) in Bayern<sup>1</sup> im Jahr 2007**

Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt

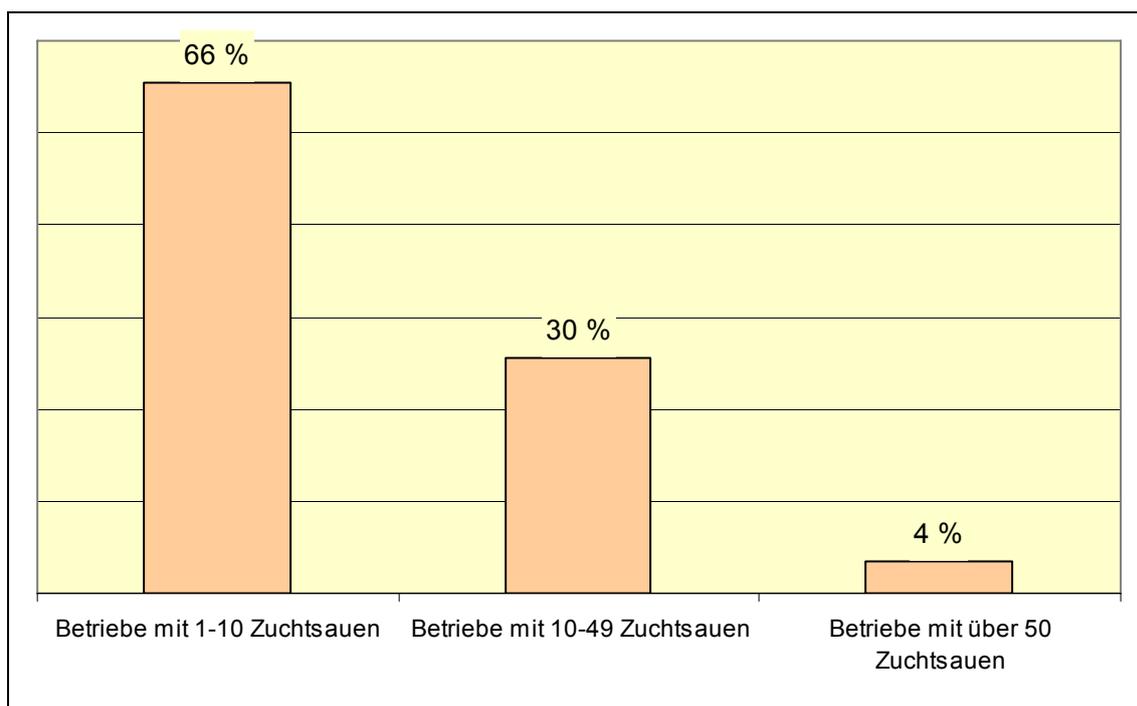
**Bio-Milchproduktion in Bayern**

Bayern	2005	2006	2007*
Milchanlieferung an bayer. Molkereien	7.615.984 t	7.564.664 t	5.278.172 t
davon nach besonderen Regeln erzeugt	193.298 t (2,5 %)	198.880 t (2,6 %)	148.535 t (2,81 %)
davon Menge für die Umlage nach § 22 MFG abzuführen ist	7.612.474 t	7.559.096 t	5.271.283 t
Schaf- und Ziegenmilch nicht umlagepflichtig	3.510 t (0,05 %)	5.568 t (0,07 %)	6.889 t (0,13 %)

\* Januar bis August

Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt, IEM 5

**Zuchtsauenhalter in Bayern<sup>1</sup> im Jahr 2007**



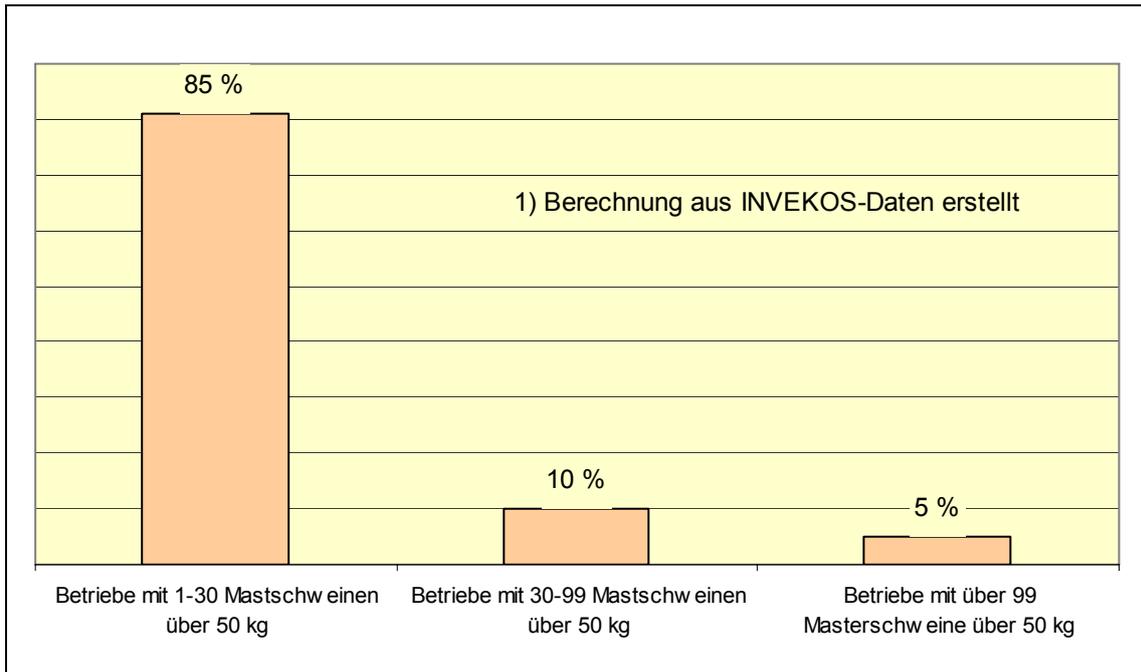
Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt, IEM 5

**Anteile der Größenklassen von Öko-Zuchtsauenbetrieben innerhalb verschiedener Regionen (Stand: Frühjahr 2007)**

	in %				
	Gesamt	Nord	Mitte	Süd	Ost
bis 10 Sauen	58	49	51	67	56
zwischen 10 und 25 Sauen	17	24	16	16	15
zwischen 25 und 50 Sauen	12	6	19	14	-
zwischen 50 und 100 Sauen	8	16	10	3	11
über 100 Sauen	4	6	4	-	17

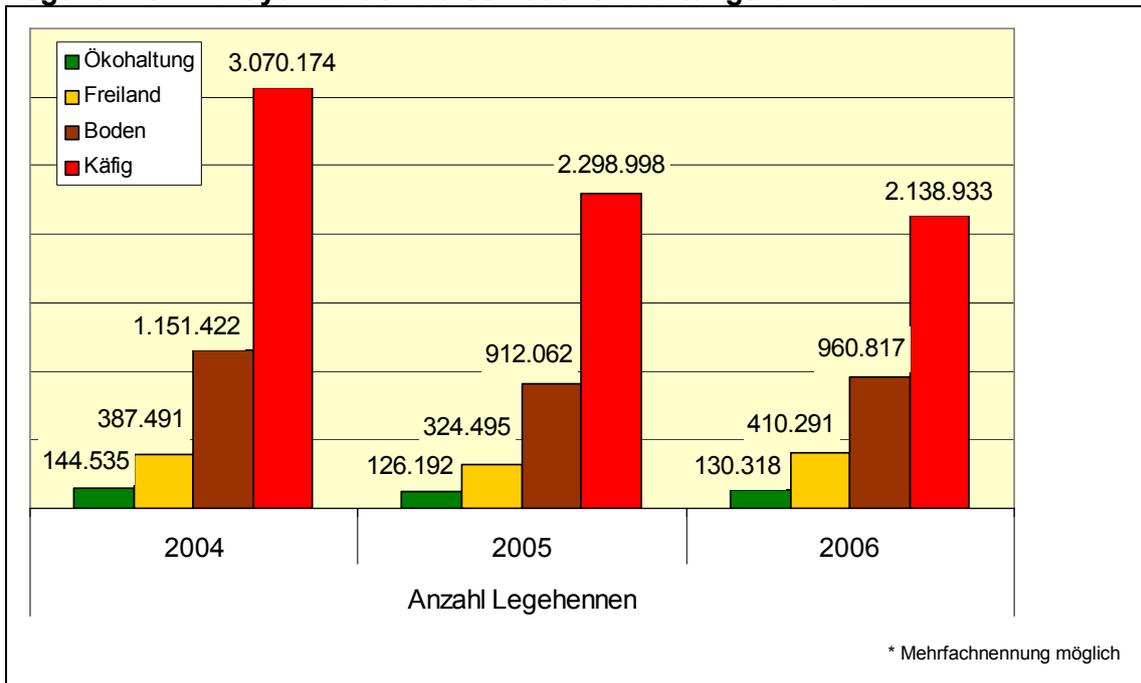
Quelle: ZMP, Ökomarkt Forum, Nr. 29, 20. Juli 2007

**Mastschweinehalter in Bayern<sup>1</sup> im Jahr 2007**



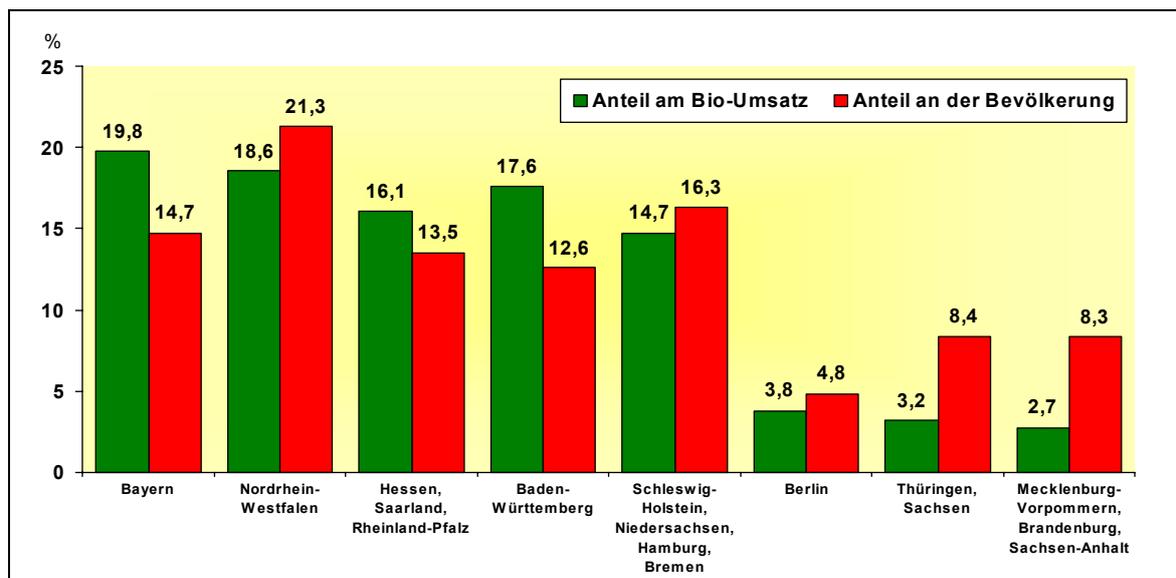
Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt, IEM 5

**Legehennen in Bayern\* nach verschiedenen Haltungsformen**



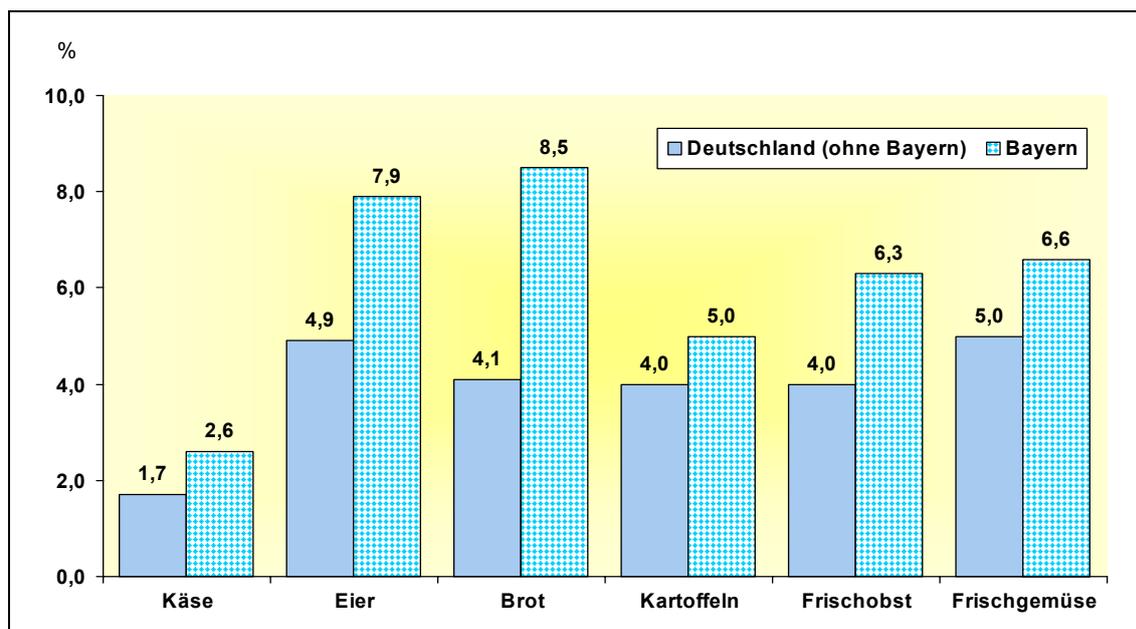
Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt, IEM 5

### Anteile der Bundesländer am Umsatz von Bio-Lebensmitteln und an der Bevölkerung 2006



Quelle: ZMP auf der Basis des GfK-Öko-Sonderpanels.

### Mengenanteile verschiedener Bio-Lebensmittel in Deutschland (ohne Bayern) und Bayern am jeweiligen Gesamtabsatz im 1. Hj. 2007



Quelle: ZMP-Analyse 2007 auf der Basis des GfK-Haushaltspanels

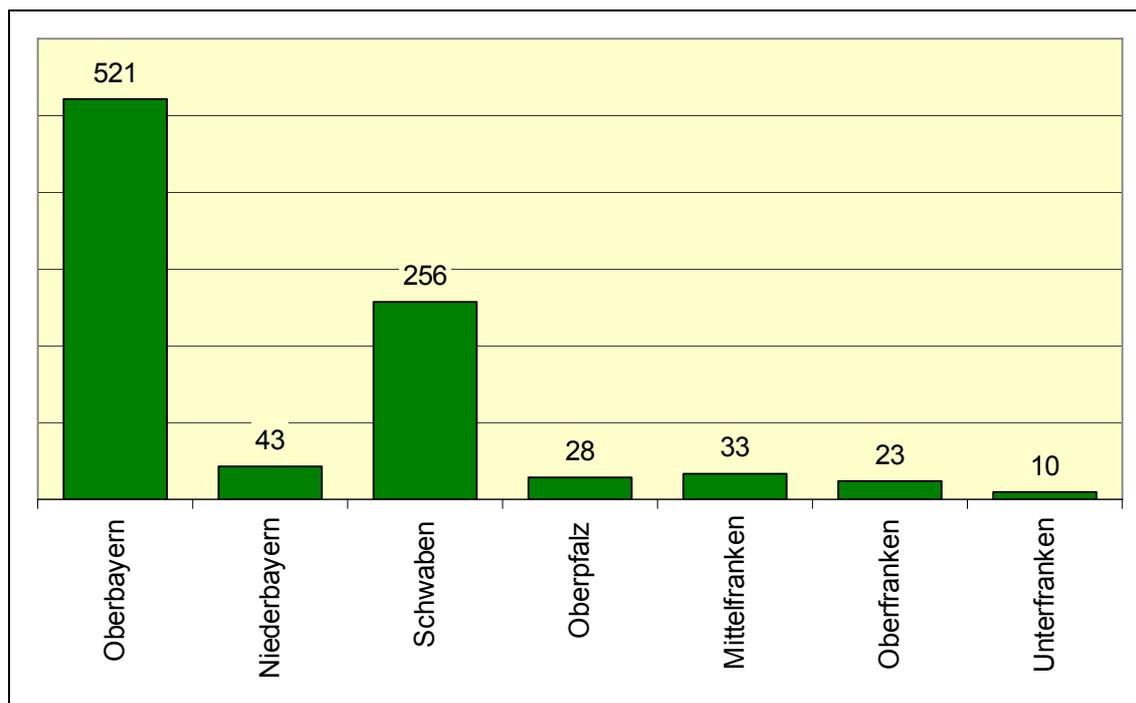
### Schlussfolgerungen aus dem derzeitigen Öko-Marktgeschehen

- Absatz von Öko-Produkten im Handel mit hohen Wachstumsraten
  - ⇒ mehr Einkaufsstätten
  - ⇒ wachsendes Öko-Sortiment
  - ⇒ zunehmendes Verbraucherbewusstsein
- Angebotsknappheit insbesondere aus heimischer Produktion
- Heimischer Markt wird zunehmend aus dem Ausland bedient

### Herausforderungen für den deutschen / bayerischen Öko-Markt

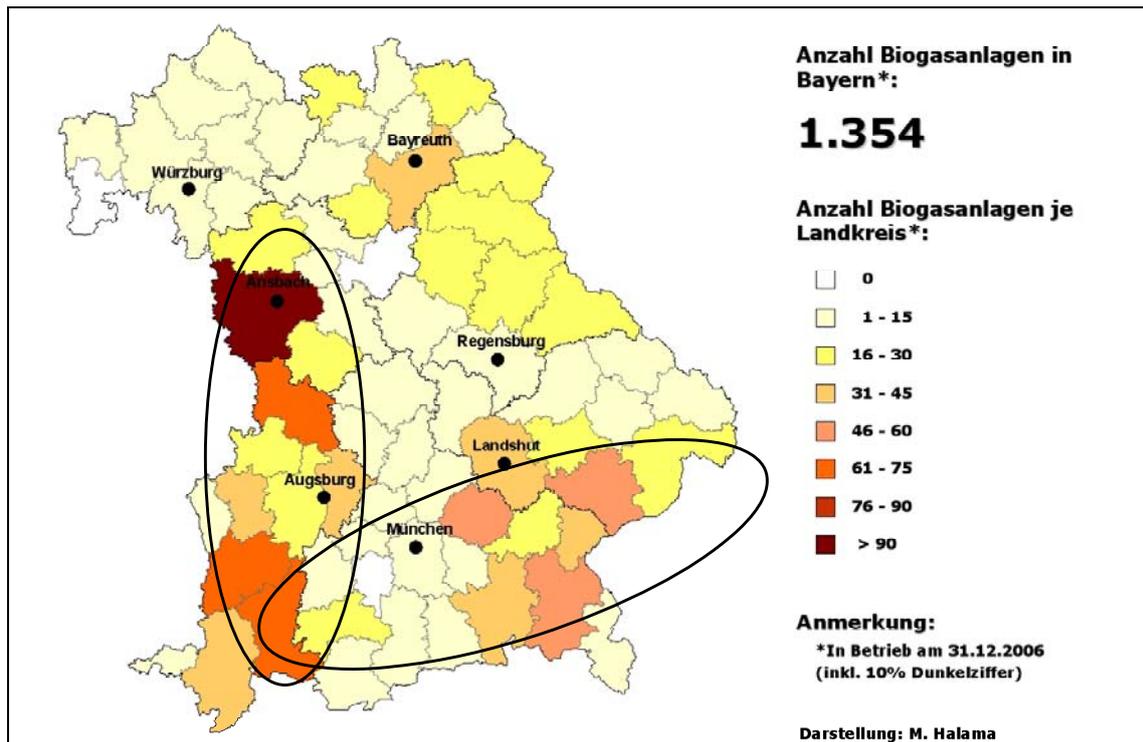
- Billig-Bio aus Osteuropa und Drittländern
- Abhängigkeit der Öko-Erzeuger von multinationalen Akteuren
- Verbreitung des Einsatzes von GVO-Pflanzen
  - ⇒ Koexistenz, Grenzwerte Saatgut, Haftung
- Sicherheit von Öko-Produkten
- Revision der EG-Öko-Verordnung
- Förderpolitik Agrarumweltmaßnahmen
- Konkurrenz Biomasseerzeugung
- „Konventionalisierung“ im Öko-Landbau
  - Defizite im ökologischen Profil:
    - ⇒ Regionalität, Produktqualität, fairer Handel

### Ausnahmegenehmigungen Sommerweidegang - Anbindehaltung Winter, nach Regierungsbezirken



Quelle: LfL, Institut für Ernährungswirtschaft und Markt

**Biogaserzeugung in Bayern**



Quelle: Röhling, I., Biogasanlagen-Betreiberbefragung Bayern, LfL-ILB 2007



## 4 Umstellung auf Ökolandbau aus ökonomischer Sicht



Johann Schneck  
Fachschule für Agrarwirtschaft, Landshut

### Zusammenfassung

Die Agrarmärkte befinden sich im Aufwind. Der Biomarkt sucht umstellungswillige Landwirte um die steigende Nachfrage zu befriedigen.

Aus den Erfahrungen von 10 Jahren staatliche Orientierungsberatung im Regierungsbezirk Oberpfalz möchte ich die Umstellung auf Ökolandbau anhand von Modellbetrieben ökonomisch beleuchten.

In dem Vortrag werden die ökonomischen Aspekte, die für oder gegen eine Umstellung sprechen, anhand von zwei Modellbetrieben aufgeführt.

Der Gesamtdeckungsbeitrag „Ziel Öko“ minus Änderung der Festkosten durch etwa notwendige Investitionen minus ökonomische Bewertung etwa notwendiger Mehrarbeit muss größer sein als der konventionelle Gesamtdeckungsbeitrag. Diese Berechnungen fanden mit einer eigenen Excelkalkulation statt.

Die eine Seite des bäuerlichen Einkommens resultiert aus dem Markt, der zur Zeit nachfrageorientiert ist und bei dem sogar die Gefahr besteht, dass bei weiterhin fehlenden Mengen die Erzeugung in die Nachbarländer abwandert. Die andere Seite wird von den Prämien für die Flächen bestimmt.

Das Problem bei der Beratung ist es, die Marktsituation auf etwa fünf Jahre abzuschätzen.

Vor zwei Jahren, als die Umstellungszeit der damaligen Beratungsklienten begann, konnte keiner den derzeitigen Bioboomb vorhersehen.

Für meine Kalkulationen gehe ich davon aus, dass die Preisrelationen auf dem momentanen Stand bleiben.

### 1. Milchviehbetrieb:

Eine vergleichende Gesamtdeckungsbeitragsberechnung für einen Milchviehbetrieb mit 58 ha landwirtschaftlich genutzter Fläche, davon 12 ha Grünland, einem Tierbestand von 42 Milchkühen mit weiblicher Nachzucht, einem Milchkontingent von 250.000 kg und einer Milchleistung von 6.600 kg je Kuh sieht für das Jahr 2008 so aus:

**Tab.1: Vergleich Gesamtdeckungsbeitrag Milchvieh - konventionell**  
**DB = Deckungsbeitrag, Akh = Arbeitskraftstunde**

Verfahren konventionell	€ je Einh.	ha Stück	DB je Einh.	DB gesamt	Präm./ Einh.	Prämie gesamt	AKh je Einh.	AKh ges.
Weizen	24,-	10	1051,-	10.508,-	299,-	2.990,-	11	110
Wintergerste	18,-	6	577,-	3.460,-	299,-	1.794,-	10	60
Triticale	18,-	5	686,-	3.428,-	299,-	1.495,-	9	45
Körnerraps	30,-	8,3	519,-	4.305,-	344,-	2.482,-	16	133
Silomais		14	-813,-	-11.382,-	299,-	4.186,-	8	112
Kleegrass 3-4 N		2,7	-567,-	-1.531,-	299,-	807,-	28	76
Grünland 4 N		12	-524,-	-6.288,-	88,-	1.056,-	21	252
Milchkuh	0,399	42	1.870,-	78.540,-		8.875,-	50	2.100
NZ-Kalbin	1.100,-	10,5	550,-	5.771,-			30	315
Güllewert				5.660,-				
Gülleausbr.			18,-€/GV	-1.323,-				
Betriebsprämie								
KuLaP						600,-		
Ausgleichszulage			LVZ 25			1.741,-		
Gesamt:		58,0		91.147,-		26.026,-		3.202
117.173,-€								

**Tab. 2: Vergleich Gesamtdeckungsbeitrag Milchvieh - Ökologisch**

Verfahren ökologisch	€ je Einh.	ha St.	DB je Einh.	DB gesamt	Präm./ Einh.	Prämie gesamt	AKh je Einh.	AKh ges.
Weizen	38,-	4,6	1.056,-	4.855,-	299,-	1.375,-	10	46
Wintergerste	29,-	9,2	656,-	6.039,-	299,-	2.751,-	9	83
Triticale	29,-	4,6	866,-	3.986,-	299,-	1.375,-	9	41
Hafer	26,-	2,7	577,-	1.557,-	299,-	807,-	8	22
Silomais		6,5	-450,-	-2.925,-	299,-	1.944,-	21	137
Kleegrass 3-4 N		18,4	-363,-	-6.674,-	299,-	5.502,-	28	515
Grünland 4 N		12,0	-272,-	-3.264,-	88,-	1.056,-	21	252
Milchkuh	0,482	42,0	2.171,-	91.199,-		8.875,-	53	2.226
NZ-Kalbin	1100,-	10,5	413,-	4.334,-			32	336
minus Gülleaus.			18,-€/GV	-1323,-				
KuLaP A 11						11020,-		
Ausgleichszulage			LVZ 25			2763,-		
Gesamt		58,0		97784,-		37468,-		3658
135.252,-								

### Erläuterungen:

Die Getreidedeckungsbeiträge sind ökologisch und konventionell etwa vergleichbar und spielen im Futterbaubetrieb nur eine untergeordnete Rolle.

Der Ökobetrieb hat einen etwa 20 % höheren Grundfutterflächenbedarf, der zur Erzeugung von lukrativen Marktfrüchten fehlt.

Die Milchleistung von 6.600 kg/Kuh und Jahr kann auch nach der Umstellung realisiert werden. Dennoch schlägt aufgrund der höheren Kraftfutterkosten der Biomilchzuschlag nicht voll auf den Deckungsbeitrag der Milchkuh durch.

Wegen Laufhofarbeiten und mehrmaliger Kleegrasernte erhöht sich der Akh-Bedarf in der Ökovariante um ca. 450 Akh.

Ein wichtiger wirtschaftlicher Faktor ist sicherlich die KuLaP-Prämie für die Maßnahme A11 von 190 €/ha bei der Umstellung des Gesamtbetriebes. Beim konventionellen Betrieb wurde mit der Grünlandprämie von 50 €/ha kalkuliert.

Dieser Betrieb hat mit seinem bestehenden Laufstall, seiner guten Flächenausstattung, mittleren bis guten Milchleistung und Vollmilchfütterung an die Kälber hervorragende Voraussetzungen für die Umstellung.

Dies zeigt sich auch im Vergleich der Gesamtdeckungsbeiträge.

Für den Milchviehbetrieb mit Laufstall mit einem GV-Besatz von 1,0 bis 1,5 GV/ha und einer Milchleistung, die man auch im Biobetrieb halten kann (hier im Beispiel 6.600 kg/Kuh und Jahr) ist die Überlegung auf Bio umzustellen sehr interessant.

Allerdings muss auf dem Betrieb die Arbeitskapazität für diesen Zugewinn verfügbar sein.

In der Umstellungszeit mit konventionellem Preisniveau und gleichzeitigen Ausgaben für Umbau, bzw. Laufhofbaumaßnahmen hat der Betriebsleiter aber eine Durststrecke zu überwinden (siehe Nummer 2 in Tabelle 3).

Auch wenn noch ein Laufhof gebaut, oder für das Jungvieh eine Weidemöglichkeit geschaffen werden muss, rechnet sich die Umstellung noch (siehe Nummer 3 in Tabelle 3).

Sind die Voraussetzungen nicht so gut, wie bei Anbinde-Ställen ohne Weidemöglichkeit oder sehr hohen Milchleistungen, die in der Ökovariante nur mit erheblichem Aufwand zu erzielen sind, oder auch bei geringerer Flächenausstattung sehen die Berechnungen nicht so günstig aus (siehe Nummer 4 in Tabelle 3).

Wegen der hohen Kraftfutterkosten und der kostengünstigen Erfüllung der Auflagen in der Öko-Tierhaltung rückt bei den Biobetrieben zur Zeit das „low-input“- System in den Mittelpunkt des Interesses. Die Kurzrasenweide, als eine Möglichkeit davon, hat zudem den Vorteil, das Ampferproblem in den Griff zu bekommen.

Aus den Berechnungen wird ersichtlich, dass ein Pauschalurteil, - die Umstellung lohnt sich -, nicht möglich ist. Zu unterschiedlich sind die Voraussetzungen schon in den Futterbaubetrieben. So gibt es Betriebe, die gerne umstellen würden, aber aufgrund ihrer Lage im Dorf überhaupt nicht die Möglichkeiten haben, die Ökorichtlinien in der Tierhaltung zu erfüllen. Nur eine einzelbetriebliche ökonomische Berechnung erlaubt dem Berater die Aussage, ob die Umstellung interessant ist. Zur Zeit sind die Voraussetzungen für eine Umstellung eher günstig.

Tab. 3: Verschiedene Varianten beim Modellbetrieb:

Variante	Gesamt-DB konv. €	Gesamt-DB Öko €	Änderung Fixkosten €	Änderung Akh * 10,- €
1. Modellbetrieb Tab. 1 und 2	117.173,-	135.252,-		
2. Umstellungszeit:	117.173,-	116.707,-		
3. Laufhofbau für Milchkühe und Jungvieh notwendig Kosten 50,- €/m <sup>2</sup> + zusätzliches Güllelager mit 44,-€/m <sup>2</sup>			-1.800,-	-4.551,-
4. Flächenverlust 10ha Milchleistung je Kuh: konventionell. 8.500 kg ökologisch 6.600 kg 10 zusätzliche Stallplätze nötig	109.629,-	124.162,-	-10.724,-	-10.256,-

## 2. Marktfruchtbetrieb:

Mährdruschfruchtbetrieb mit 66 ha ohne Viehhaltung.

Tab. 4: Gesamtdeckungsbeitragsvergleich von Mährdruschfruchtbetrieben - konventionell

Berechnung des Gesamtdeckungsbeitrages:								
Verfahren konventionell	€ je Einh.	ha St.	DB je Einh.	DB gesamt	Präm./Einh.	Prämie gesamt	AKh je Einh.	AKh gesamt
Weizen	24,-	20	1.051,-	21.015,-	299,-	5.980,-	11	220
Sommergerste	26,-	20	744,-	14.890,-	299,-	5.980,-	9	180
Körnerraps	30,-	22	519,-	11.410,-	344,-	7.568,-	16	352
Grünland 2 N		4	-276,-	-1.104,-	88,-	352,-	14	56
KuLaP								
Gesamt:		66		46.211,-		19.880,-		808
66.091,-								

Tab. 5: Gesamtdeckungsbeitragsvergleich von Mährdruschfruchtbetrieben - ökologisch

Verfahren ökologisch	€ je Einh.	ha St.	DB je Einh.	DB gesamt	Präm./Einh.	Prämie gesamt	AKh je Einh.	AKh gesamt
Weizen	38,-	12,4	947,-	11.739,-	299,-	1.136,-	10	124
Roggen	35,-	12,4	995,-	12.388,-	299,-	2.243,-	8	99
Sommergerste	40,-	12,4	913,-	11.321,-	299,-	3.708,-	8	99
Erbsen	32,-	12,4	383,-	4.745,-	354,-	4.390,-	11	136
Grünbrache		12,4	-175,-	-2.165,-	299,-	1.106,-	7	87
Zwischenfrucht		12,4	-200,-	-2.480,-			7	87
Grünland 2 N		4	-148,-	-592,-	88,-	352,-	14	56
KuLaP A 11						10.184,-		
Gesamt:		66		34.907,-		29.756,-		688
64.663,-								

**Erläuterungen:**

Die Erträge sind in der Ökovariante wegen der fehlenden organischen Düngung auf 50 % reduziert.

Ökonomisch problematisch für den Erzeuger ist hier das aufbauende Fruchtfolgeglied Grünbrache. Sinnvoll wäre eine Kooperation mit einem viehhaltenden Betrieb oder die Möglichkeit des Verkaufs von Heu, Silage oder Cobs. Die Verwertung in Biogasanlagen bietet sich hier geradezu an.

Bei Weizen ist das Erreichen der Backqualität in viehlosen Betrieben nicht immer gegeben.

Für die Umstellung spricht die Tatsache, keine Investitionen tätigen zu müssen. Außerdem wird gerade im Ökosektor mit weiterhin starker Nachfrage zu rechnen sein.

Im Mähdruschfruchtbetrieb hat sich die Situation aufgrund der stark steigenden Preise seit zwei Jahren jedoch geändert.

Die Gesamtdeckungsbeiträge sahen bei diesem Betrieb im Jahr 2006 so aus, dass der konventionelle Betrieb 44.985,- € Gesamtdeckungsbeitrag erzielte und nach einer Umstellung mit 55.283,- € rechnen konnte.

Zu bedenken gilt es auch, dass der Prämienanteil am Gesamtdeckungsbeitrag seit 2006 von 50 % auf 30 % in 2007 gesunken ist.

Die Umstellung im Mähdruschfruchtbetrieb ist im Vergleich zu den Jahren vorher ökonomisch nicht mehr ganz so interessant, was sich auch in den Beratungsanfragen wieder spiegelt.

**Fazit:**

Die Umstellung auf ökologischen Landbau ist in vielen Fällen eine Überlegung wert. Zur Abschätzung der ökonomischen Auswirkungen ist aber eine einzelbetriebliche Berechnung notwendig.



## 5 Wohin entwickelt sich der Markt für Öko-Lebensmittel in Bayern? (Teil 1)

Herwart Groll  
Qualitätsmanagement  
tegut... Gutberlet Stiftung & Co. gute Lebensmittel



### Kurzportrait tegut... gute Lebensmittel

tegut... ist ein Handelsunternehmen, das mit dem Ziel arbeitet, den Menschen gute Lebensmittel anzubieten.

Mit über 300 Lebensmittelmärkten ist tegut... in einem Umkreis von etwa 150 Kilometer in Hessen, Thüringen, Nordbayern und Südniedersachsen (Göttingen) vertreten. 2006 arbeiteten 5.850 Mitarbeiter in dem Unternehmen und erwirtschafteten einen Umsatz von rund 1,1 Milliarde Euro.

1947 von Theo Gutberlet gegründet hat tegut... bereits 1982 damit begonnen, Bio-Produkte in das Sortiment aufzunehmen. 2006 trugen die etwa 2.200 Bio-Produkte, das sind gut 10 % des Gesamtsortimentes, 16 % zum tegut-Gesamtumsatz bei.

*Mehr Informationen unter [www.tegut.com](http://www.tegut.com) im Internet.*

### Zusammenfassung

Ein „Boom“ hat eine zweischneidige Wirkung: Wenn er dazu beiträgt, dass Bio bekannter wird, die Verbraucher sich mit Themen wie Qualität, Nachhaltigkeit, Situation in der Landwirtschaft usw. auseinandersetzen, ist das ein sehr schöner Impuls. Würde er andererseits in einem wirtschaftlichen Strohfeuer „verrauchen“, angefacht durch den vor allem wirtschaftlich motivierten Einstieg großer Akteure, dann würden wir uns eher wünschen, die Entwicklung ginge langsamer voran und bliebe stärker getragen von den genannten Themen.

„Bio“ hat sehr viel mehr bewirkt als die Zahlen widerspiegeln (2006: rund 17.000 Betriebe bewirtschafteten in Deutschland rund 830.000 Hektar ökologisch): Die Entwicklung, dass mineralische Düngung und chemischer Pflanzenschutz in der Landwirtschaft insgesamt mäßiger eingesetzt werden, haben die Bio-Pioniere maßgeblich mit angeschoben. Und ebenso, dass die Externalisierung von Kosten in den Blick genommen wird, dass z.B. zwischen dem „Schnäppchen beim Schnitzel“ und dem „Schreck bei der Wasserrechnung“ ein Zusammenhang besteht. Deshalb beteiligen sich neben der öffentlichen Hand auch Wasserwerke an Projekten zur Ökologisierung der Landwirtschaft in Wasser-Einzugsgebieten.

Wo Landwirtschaft zu sehr auf die unternehmerische Produktion von Rohstoffen eingengt wird, braucht es nicht zu verwundern, wenn sich die Kluft zwischen Agrar-Unternehmern und Verbrauchern verbreitert sowie das Verständnis mit zunehmender Kenntnis schwindet. Hofläden und Hoffeste sind im Bereich des Ökologischen Landbaus

dichter angesiedelt und helfen, den Beitrag der Landwirtschaft für die Kulturlandschaft sowie deren Wohn- und Erholungswert nicht noch weiter aus den Augen zu verlieren.

Aus diesen Gründen und aus der Überzeugung, dass „Bio“ der bessere Ausgangspunkt für gute Lebensmittel ist, listet „tegut... gute Lebensmittel“ - wie der Firmenname vollständig lautet - Öko-Produkte seit 26 Jahren. Im vergangenen Jahr feierte tegut... „25 Jahre Bio“. Das unterstreicht: „Bio aus Überzeugung“.

Zwei Verarbeitungsbetriebe – die „Herzberger Bäckerei“ und die „kurhessische Fleischwaren Fulda“ – wurden als Tochterunternehmen aus dem Anliegen heraus gegründet, auch bei der Verarbeitung Regie zu führen. Es genügt nicht, auf dem Acker gute Ausgangsstoffe zu kultivieren. Ihre Qualität gilt es bei der Verarbeitung möglichst zu steigern, zumindest aber zu halten. „Bio“ ist nicht auf die landwirtschaftliche Stufe beschränkt.

In den Warenfächern „Brot- und Backwaren“ sowie „Fleisch- und Wurstwaren“ ist der Bio-Anteil bei tegut... besonders hoch. „Gut und besser“ sind Lebensmittel, wenn

- sie Anforderungen an die Sicherheit und die rechtlichen Vorgaben erfüllen
- ihre Erzeugungs- und Herstellungsweise qualitätsorientiert und schonend sind (z.B. Verzicht auf Farbstoffe, Geschmacksverstärker und Gentechnik  
→ tegut ...„Reinheitsgebot“ für Eigenmarken; möglichst geringe Verarbeitungstiefe)
- sie „gut auf den Menschen wirken“.

Diesen Anforderungen müssen sich konventionelle wie Bio-Produkte stellen. Die Biokontrolle konzentriert sich vor allem auf die Prozessqualität. Aber auch die Produktqualität wird in den Blick genommen. Daraus resultiert auch die Frage: „Differenziert sich Bio? – Wenn ja, wohin“?

In den Märkten werden Bio- und konventionelle Produkte nebeneinander angeboten: Das bedeutet ein vielfältiges Angebot an informierte Kunden. Kundenbefragungen zeigen, dass dies wahrgenommen wird und ankommt.

### **Bio boomt – wir wünschen Bio, dass es wächst, sich entwickelt und „fruchtet“:**

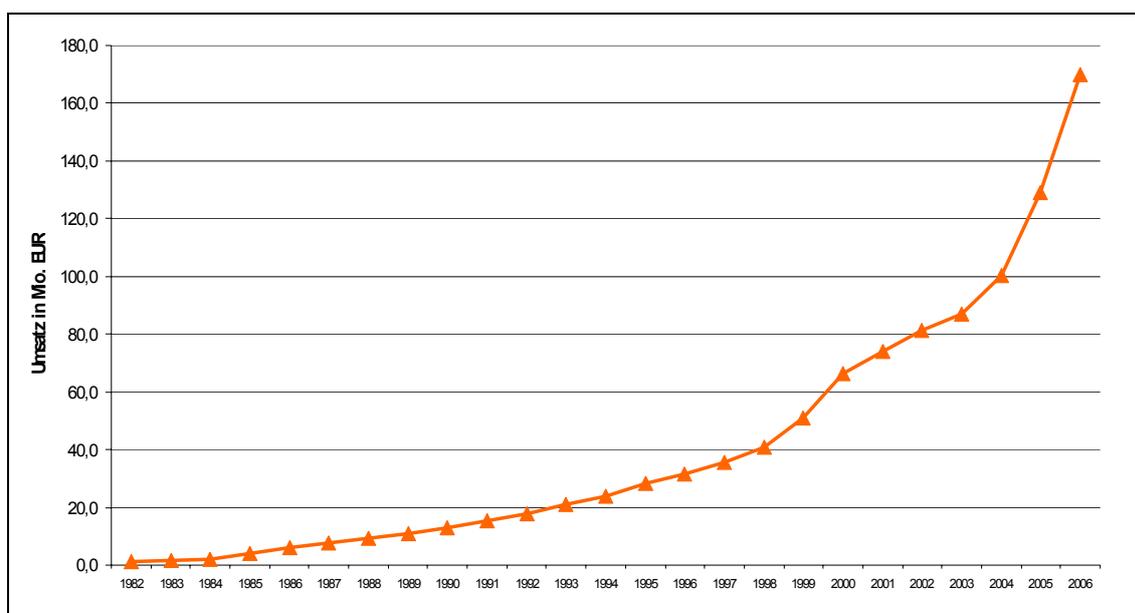
Als Gesichtspunkte und Arbeitsfelder dabei betrachten wir:

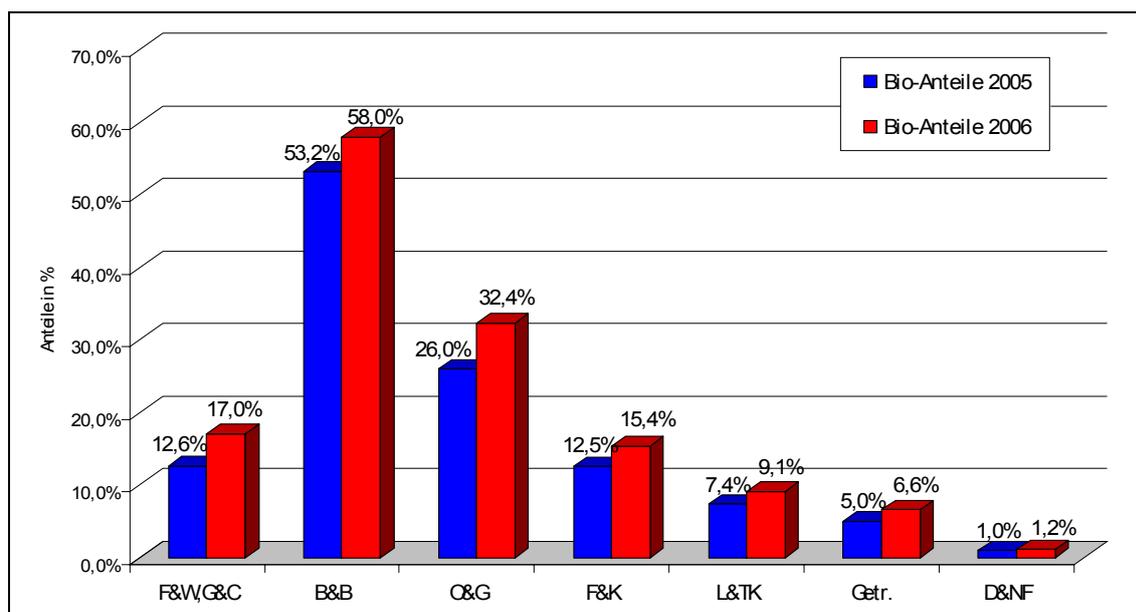
- Nicht einfach Trend-Bio oder „Trittbrettfahrer“ (die sich „mit gerade noch so“ zufrieden geben). Verbandsware hat Vorrang!
- Rückverfolgbarkeit - und dabei auch „Gesicht zeigen“ ([www.bio-mit-gesicht.de](http://www.bio-mit-gesicht.de))
- Gute Lebensmittel sind das Ergebnis einer guten Zusammenarbeit aller Akteure in der Kette, mit Blick auf das Ganze - bei Bio ebenso wie bei konventioneller Ware.
  - Programme wie z.B. Bio-Rinder aus der Rhön, Bio-Schweine, Bio-Lämmer, Bio-Ziegen
  - Tagungen unter dem Motto „Gute Partner für Gute Lebensmittel“, inzwischen wurden diese schon zweimal mit Landwirten und einmal mit Herstellern von tegut...-Eigenmarken durchgeführt.
- Arbeitsfeld Getreide: Nach Möglichkeit streben wir eine stärkere Konzentration des Einzugsgebietes an.

**Wie definieren wir "gute Lebensmittel" ?**



**Bio Umsätze 2006 – 2006: 169,8 Mio. EUR; +31% zum Vorjahr**



**Bio-Anteil pro Warenfach in % - Jan-Mai 2005 und Jan-Mai 2006****Zur Strategie :**

Lebensmittel → Mittel zum Leben: als Qualitätsprodukte positionieren

- Sortimente differenzieren (Discount, Eigenmarkten, Bio-Artikel)
- Partnerschaftliche (Zusammen-) Arbeit am Ganzen - mit Landwirten und Verarbeitern
- Die „Kette“ im Blick → Prozessverständnis
- Lebensmittelsicherheit ist eine Basis - Qualität jedoch sehr viel mehr

**Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft****Bio-Rinder (2006):**

2.400 Ochs und Färsen

1.100 Kühe, 1.900 Kälber

Ø Gesamtgewicht Schlachtkühe:

1.400 Tonnen

**Bio-Schweine (2006)**

13.000, Ø Schlachtgewicht 93 kg

3.700 XXL, Ø 180 kg; i.d.R. älter als 1 Jahr

Zusammenarbeit mit ca. 60 Bio-Betrieben in Deutschland

**Bio-Lämmer (2006):**

ca 5.000

**Bio-Ziegenlämmer (2006):**

ca 2.000

**Obst und Gemüse (2006):**

Bio Anteil: etwa 30 %

davon ca. 30 % aus Region

**Fazit:**

- Gute Lebensmittel werden nur erreicht, wenn alle Akteure der Wertschöpfungskette zusammen auf dieses Ziel hin arbeiten.

*Bio boomt – wir wünschen und arbeiten dran, dass Bio wächst, sich entwickelt und „fruchtet“!*

## Wohin entwickelt sich der Markt für Öko-Lebensmittel in Bayern? (Teil 2)



Hans Rampelt  
C+C Pfeiffer GmbH, Österreich

- Österreichischer Lebensmittelgroßhandel für die Gastronomie und den Einzelhandel
- Gegründet 1862, bis heute ein Familienunternehmen
- ca. 2.800 Mitarbeiter
- 624.400.000 € Umsatz
- 63.871 Kunden, davon 4.323 Zustellkunden

Weitere Informationen unter [www.cc.pfeiffer.at](http://www.cc.pfeiffer.at)

Standorte	Wels	Traun	Brunn/Geb.	Spielberg	Graz	Salzburg
Verkaufsfläche in m2	4.000	7.900	6.300	3.500	6.000	6.700
MA-Zahl	33	144	92	36	153	147

### Kernzielgruppen sind

- Gastronomie und Hotellerie
- Systemgastronomie
- Betriebsverpflegung
- Catering

### Weitere Kundenzielgruppen

- Einzelhandel
- Businessbetriebe

### BIO bei C+C Pfeiffer:

2005: Start „Bio - Das Beste natürlich“

Als Partner von Bio-Austria, einem Netzwerk von 14.000 Bio Bauern, sind wir darum bemüht unsere Kunden bei der Umstellung und Einführung von Bio-Produkten in ihren Unternehmen zu unterstützen.

Die Produktpalette bei C+C Pfeiffer umfasst mittlerweile ca. 600 Bio-Artikel und wird laufend weiter ausgebaut.

Besonders gefragt im Bereich Bio sind bei unseren Kunden Obst und Gemüse, Rindfleisch und Molkerei-Produkte.

### BIO in der Gastronomie

Im Bereich der Gastronomie steht die Entwicklung des Bio-Booms erst am Anfang.

Derzeit konsumieren ca. 5 % der österreichischen Bevölkerung ausschließlich Bio-Produkte und jeder zehnte Österreicher tauscht zumindest einige konventionelle Lebensmittel gegen solche aus biologischem Anbau aus.

Bio ist in der Gastronomie nicht nur im Wellnessbereich oder am Frühstücksbuffet ein Thema, ernährungsbewusste Gäste werden mit einzelnen Bio-Gerichten und verwendeten Bio-Komponenten angesprochen.

#### Kontrollen:

- C+C Pfeiffer ist ein zertifizierter Betrieb
- Kontrollstelle : SGS Austria
- Enge Zusammenarbeit mit Bio-Austria (Kooperationspartner)
- Innerbetriebliche Nachkontrolle vor der Auslieferung

#### Bio - Nicht nur Ihren Gästen zuliebe

C+C Pfeiffer bietet für jeden Gastronomiebetrieb ein individuell abgestimmtes Bio-Konzept. Angeboten werden unterstützende Werbemittel, gut durchdachte Rezepte für die Gäste und Unterstützung bei der Umstellung auf Bio-Komponenten durch die Experten von C+C-Pfeiffer. Bio soll in jedem Fall einen Imagegewinn für den Betrieb bedeuten.

#### Bio-Flächen in Europa

Staat	Nutzfläche (%)	Staat	Nutzfläche (%)
Österreich	14,00	Tschechien	5,97
Schweiz	10,94	Dänemark	5,60
Italien	8,40	Deutschland	4,74
Finnland	6,50	Norwegen	4,14
Portugal	6,34	Großbritannien	3,90
Schweden	6,27	Spanien	3,20

Quelle: FIBL SOEL Survey 2007

### Anzahl der Biobetriebe in Österreich: 20.000

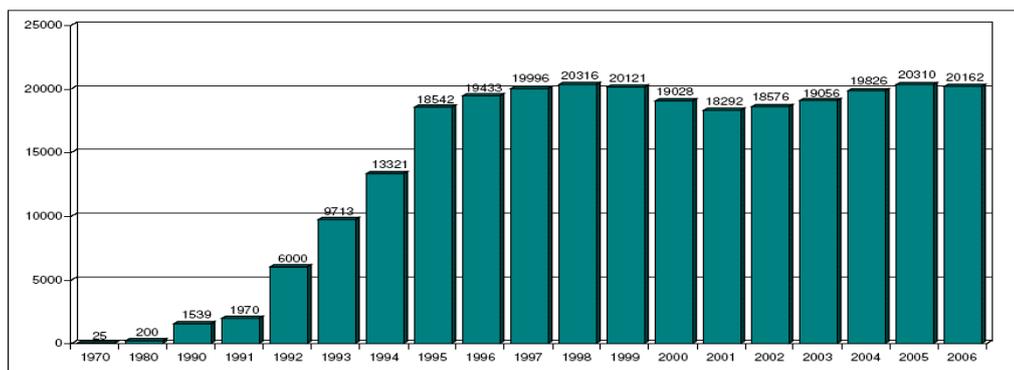
Mit rund 20.000 Biobetrieben ist Österreich das Bio-Land No. 1 in Europa:

**13 %** der landwirtschaftlichen Fläche = Bio

**11 %** aller Betriebe = Bio

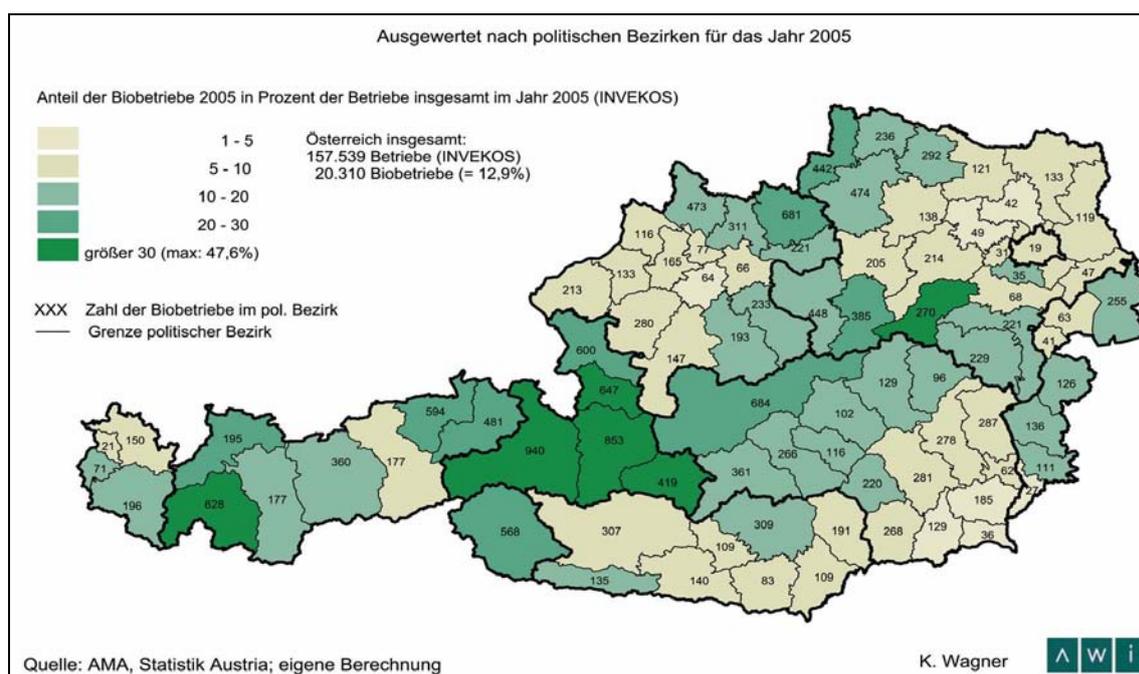
#### Entwicklung der Bio-Betriebe 1970 – 2006

Stand 31.12.2006



Quelle: BIO AUSTRIA, BMLFUW, AMA

### Verteilung der Biobetriebe

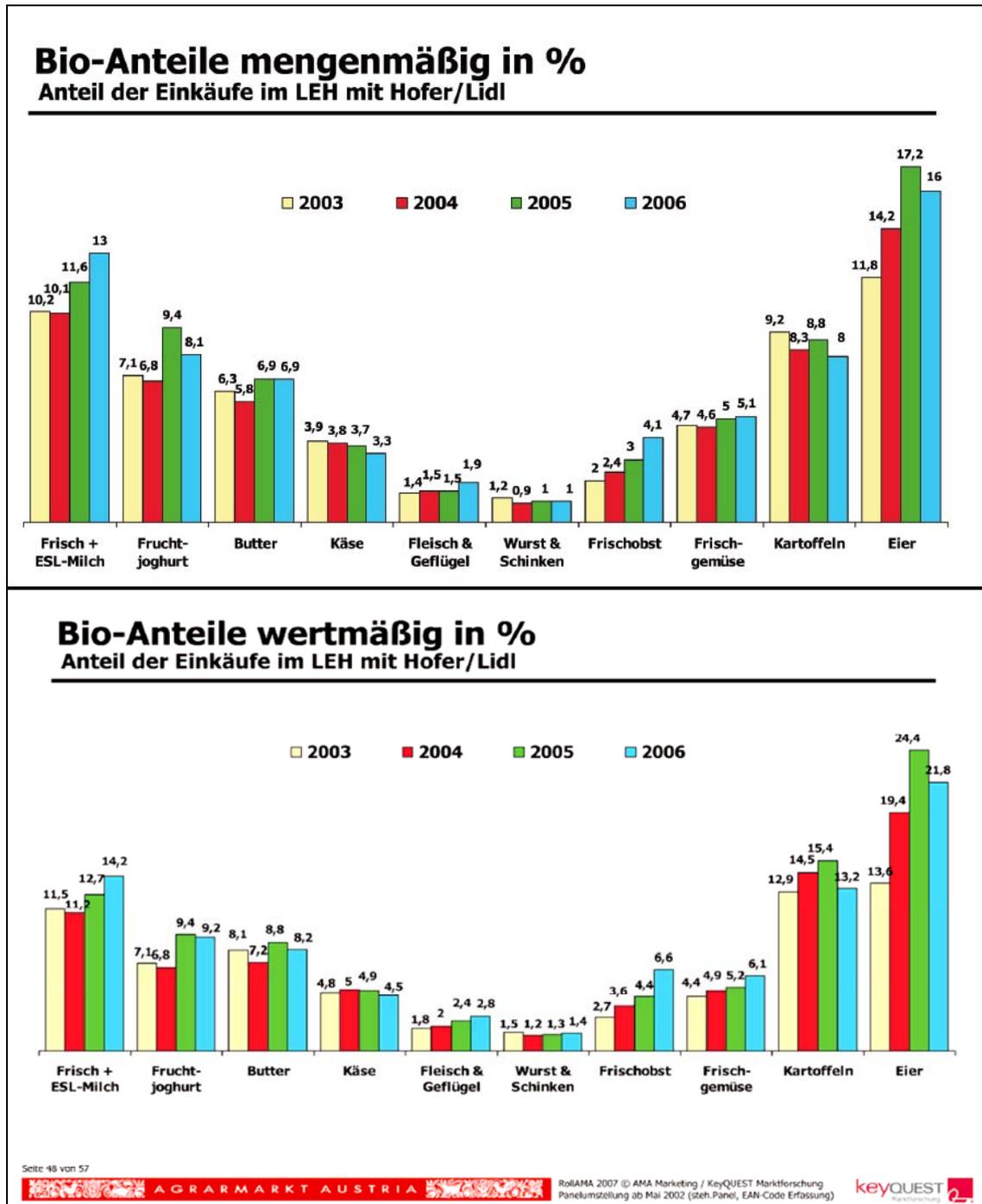


Salzburger Land fast schon 50 % Bioanteil

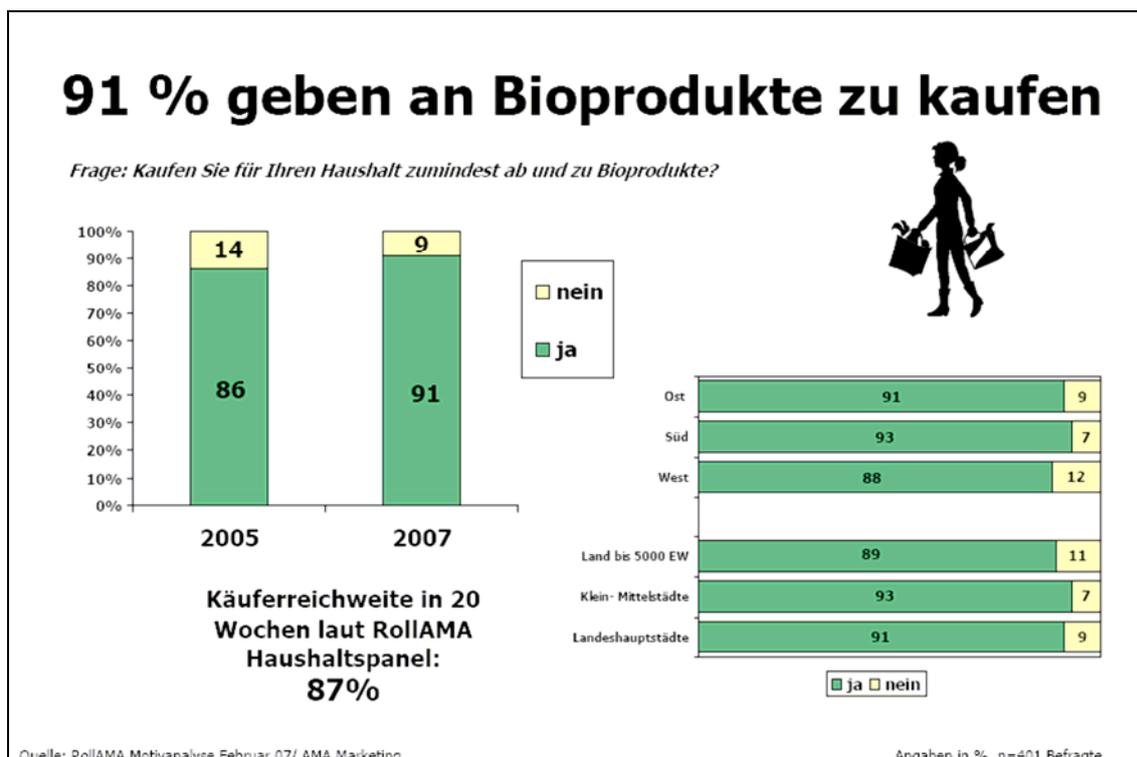
### Internationales rund um den Erdball

- Die Bio Anbaufläche ist weltweit auf 31 Mio. ha gestiegen. Australien liegt mit 11,8 Mio. ha an erster Stelle, in Europa sind es 6,9 Mio. ha.
- 630.000 Betriebe arbeiten weltweit biologisch (20.000 in Österreich).
- Von 2002 bis 2006 gab es einen Umsatzanstieg um 43 % auf 32 Mrd. Euro (500 Mio. in Österreich).

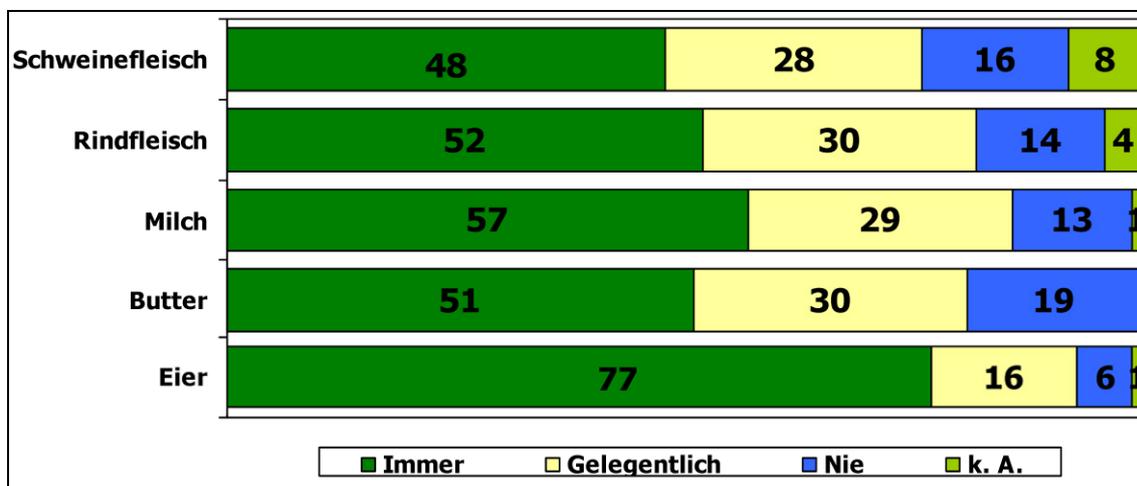
## Bio-Marktanteile in den Warengruppen (Österreich)



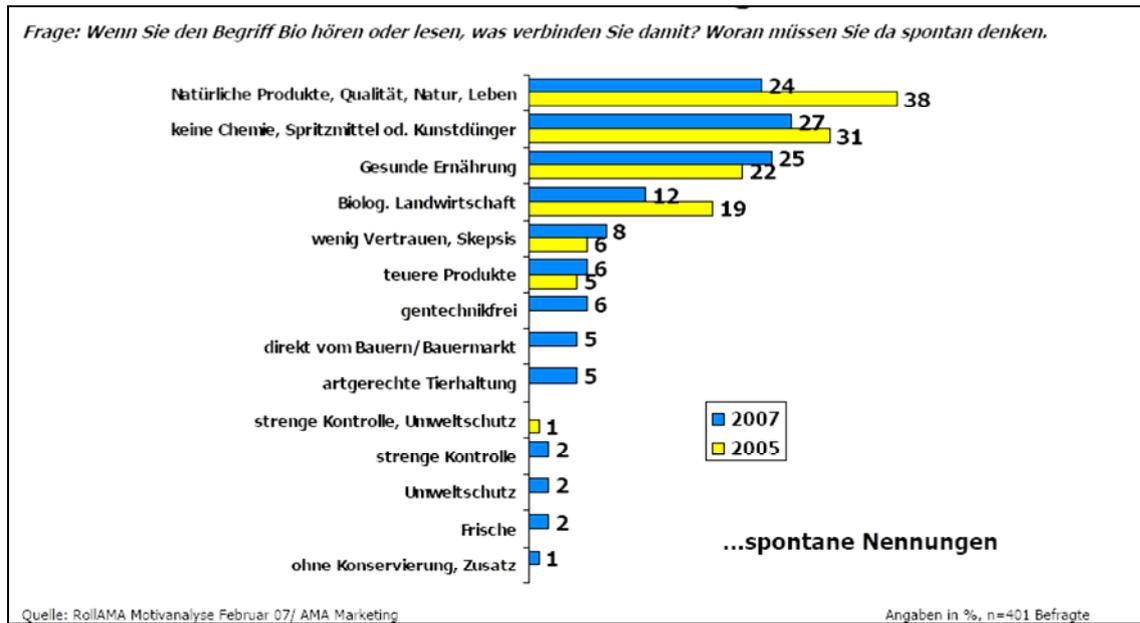
### Kaufbereitschaft für Bioprodukte in Österreich



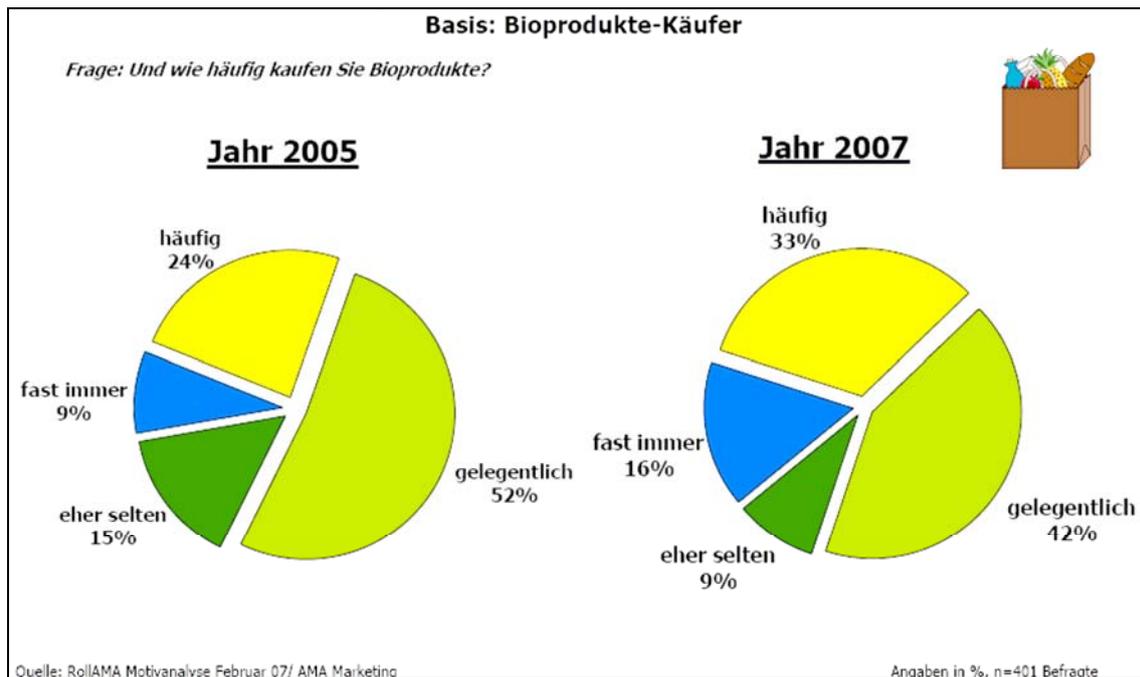
### Bei welchen Produkten wird in Österreich auf Bio geachtet?



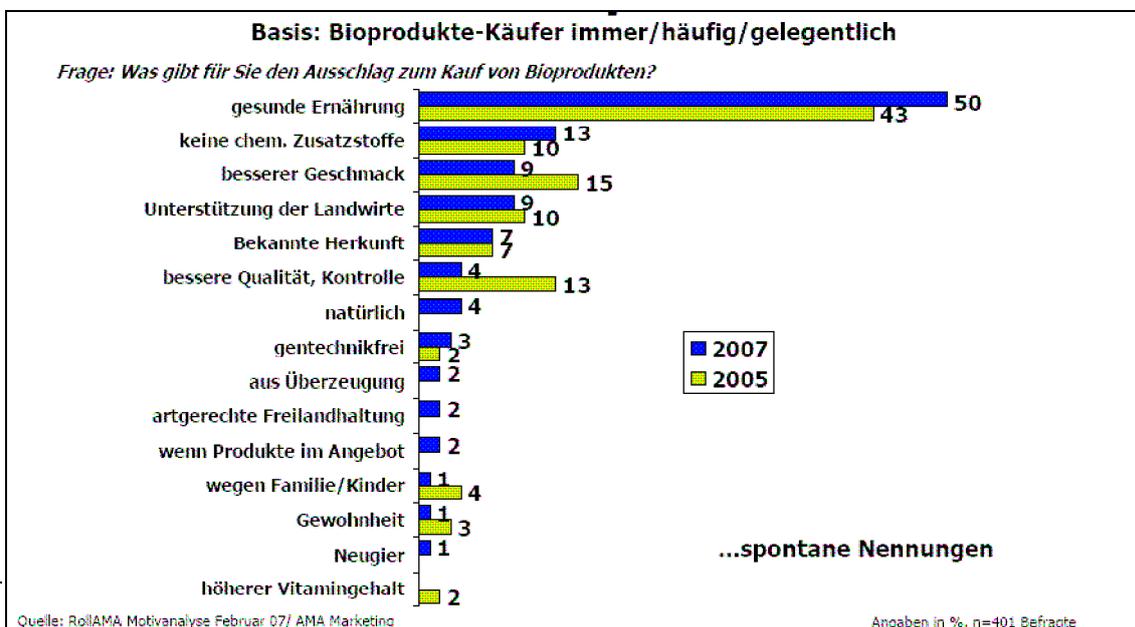
### Motivanalyse Österreich – Mit Bio verbindet man Natürlichkeit und Qualität



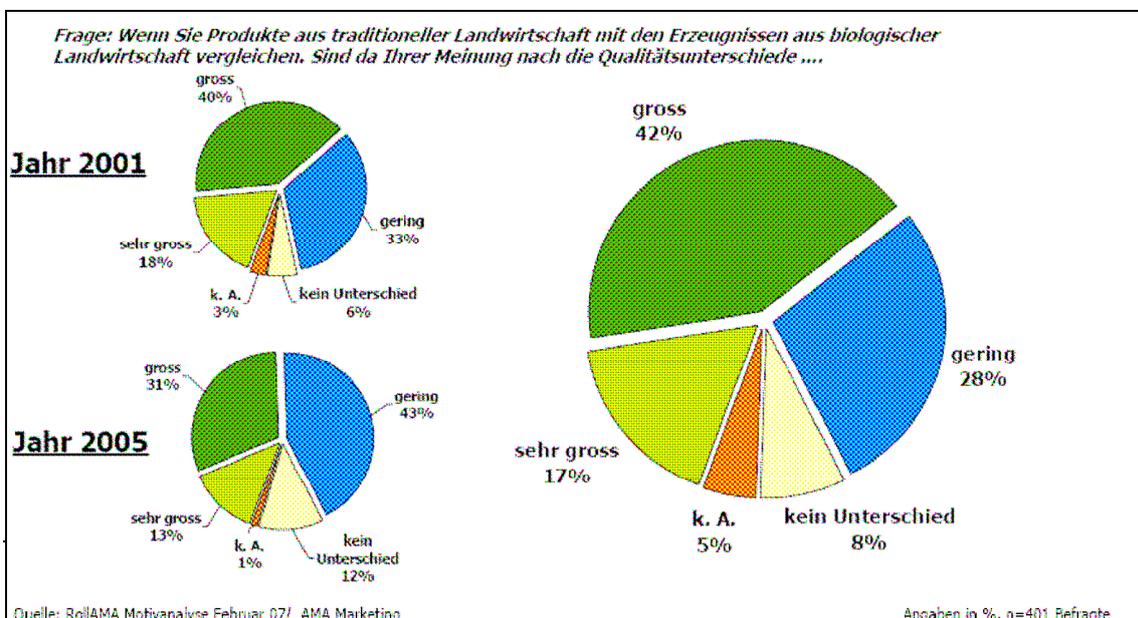
### Kauffrequenz von Bioprodukten in Österreich



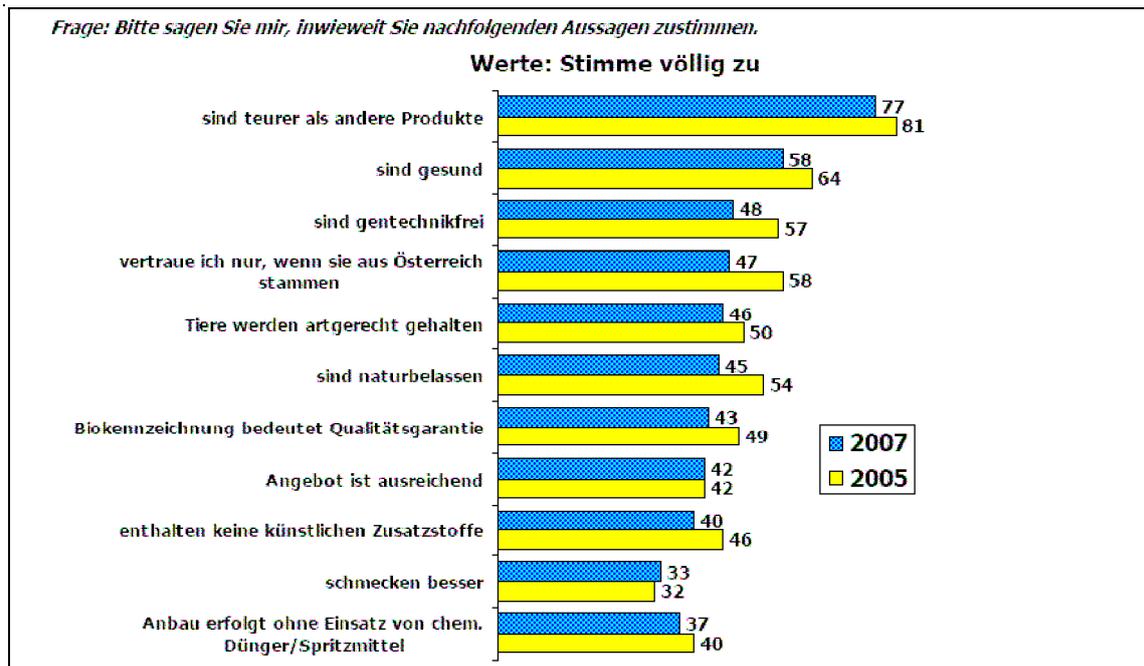
**Gesunde Ernährung gibt Ausschlag für den Kauf von Bioprodukten**  
(Befragung in Österreich)



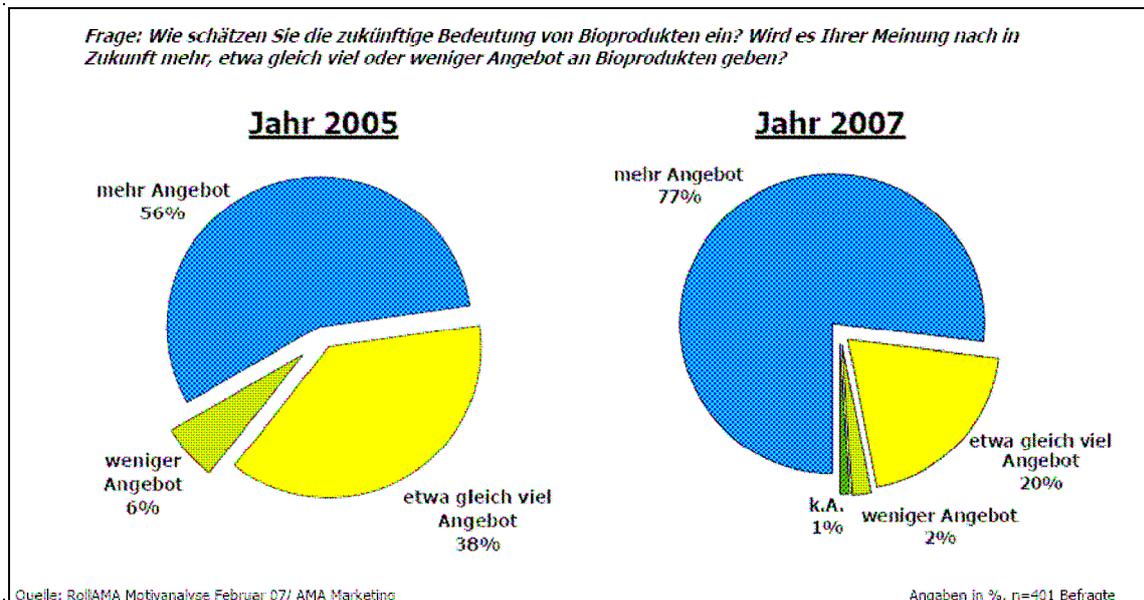
**Qualitätsunterschiede von Produkten aus traditioneller und Bio-Landwirtschaft**  
(Befragung in Österreich)



## Aussagen zu Bioprodukten in Österreich



## Erwartete Entwicklung bei Bioprodukten in Österreich



## Wohin entwickelt sich der Markt für Öko-Lebensmittel in Bayern? (Teil 3)

Peter Geldner  
Vorstand der Meyermühle Landshut



### Unternehmen

Die Meyermühle in Landshut ist ein mittelständischer Mühlenbetrieb, der sich seit 25 Jahren mit der Verarbeitung von Bio-Getreide befasst und seit dieser Zeit einen Weg geht, der von vielen Experten, aus den verschiedensten Gründen, mit den nicht immer ermunternden Worten begleitet wird: „Das was ihr da macht, das geht ja nie!“ Diese Stimmen wurden im Laufe der Zeit immer leiser und sind zum großen Teil sogar verstummt, denn Bio setzt sich immer mehr durch.

Vor 25 Jahren sind wir mit einer jährlichen Verarbeitungsmenge von 200 Tonnen Bio-Getreide gestartet und in diesem Jahr werden es deutlich über 20.000 Tonnen sein, die durch unsere Mühle laufen. Wir sind damit in einem Nischenbereich zum Marktführer geworden. Durch unsere Entwicklung und durch den zunehmenden Wert der Bio-Landwirtschaft geprägt bin ich auch der Überzeugung, dass das Interesse der Verbraucher an Bio weiter wachsen wird.

### Worauf begründet sich mein Optimismus?

Es muss und wird uns „Bios“ weiterhin gelingen, die Wertigkeit der Bio-Landwirtschaft und der den Bio-Vorschriften entsprechend erzeugten Produkte bekannter zu machen. Entsprechende Systeme sind bereits vorhanden, müssen aber weiter verbessert werden. Die heimische Bio-Landwirtschaft spielt dabei eine ganz entscheidende Rolle. Regionalität - und damit Überschaubarkeit für unsere Kunden - wird immer wichtiger, um gegenüber dem "gesichtslosen EU-Bio" eine Abgrenzung zu finden.

Dazu brauchen wir aber auch die Unterstützung der unabhängigen Forschung, wie sie z.B. hier in Weihenstephan gegeben ist. Bio-Produkte sind rückstandsfreier als die konventionellen Vergleichsprodukte. Dies zeigen unter anderem die langjährigen Untersuchungen durch das Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg, die durch Prof. Dr. Manfred Edelhäuser schon viele Jahre durchgeführt und jedes Jahr veröffentlicht werden.

Eine zunehmende Zahl von Verbrauchern setzt den Begriff „rückstandsfreier“ mit „gesünder“ gleich und ich wüsste nicht, warum diese Annahme nicht richtig sein sollte. Wenn ich von „gesünder“ oder „Gesundheit“ spreche, meine ich nicht nur die direkte Wirkung, son-

dem insbesondere die indirekte Wirkung, die von dieser umweltschonendsten Form der Landwirtschaft ausgeht und die nach meiner Überzeugung ihren noch nicht genügend bekannten und genügend erforschten Hauptwert darstellt. Ich nenne hier nur ein Beispiel:

Die humusreicheren Flächen der Bio-Landwirte können das Wasser besser abpuffern, was für den Hochwasserschutz eine wichtige Rolle spielt.

Ich glaube dies ist ein guter Ansatz, um die zunehmenden Sturzfluten, die über uns hereinbrechen, besser in den Griff zu bekommen. Oder im Umkehrschluss, dass dann bei Trockenperioden die humusreicheren Flächen der Bio-Landwirte das gespeicherte Wasser den Pflanzen länger zur Verfügung stellen und uns helfen, Dürreperioden besser zu überwinden.

Wir leben in einer Zeit, in der sich das Klima dramatisch wandelt. Wir müssen jede Chance nutzen, die sich bietet. Viele kleine Schritte sind besser als Resignation. Es gibt Fachleute, die sogar die Auffassung vertreten, dass die CO<sub>2</sub>-Problematik mit Hilfe der umweltschonenden Landwirtschaft in den Griff zu bekommen ist. Dass bei der Energiebilanz die Bio-Landwirtschaft die besseren Karten hat, ist vielen nicht bekannt. Ich zitiere sinngemäß aus einer Arbeit von Herrn Prof. Dr. Schimpff (FH Weihenstephan):

*„Landwirtschaftlich konventionelle Haupterwerbsbetriebe verbrauchten noch Mitte der 90er Jahre 19,5 GJ/ha (davon entfielen allein 49 % für den Mineraldünger-Einsatz), ökologische Haupterwerbsbetriebe verbrauchten mit rund 5,7 GJ/ha rund 2/3 weniger Energie.“*

Nach seiner Feststellung hat ein Spitzenbetrieb der Öko-Landwirtschaft sogar nur 2,6 GJ/ha verbraucht, das sind gerade mal 14 % des Anspruchs konventioneller Haupterwerbsbetriebe. Bei diesen Zahlen glauben wir dann immer noch, dass wir unsere Energieproblematik über energiefressende Pflanzen in den Griff bekommen? Ist es nicht sinnvoller, einer energiesparenden Landwirtschaft den Vorzug zu geben und diese entsprechend, auch durch unser Kaufverhalten, zu fördern? Eine zunehmende Zahl von Verbrauchern sieht dies so, der Bio-Boom beweist es.

Ich möchte noch kurz auf das Thema Anbau von Energiepflanzen eingehen und greife dazu die Worte des Nestlé-Chefs Helmut Maucher auf, der im Zusammenhang mit dem Anbau von Energiepflanzen von einem „ökologischen Wahnsinn“ spricht.

Der Anbau von Energiepflanzen, zumindest unter konventionellen Bedingungen, hat auf unseren Feldern nichts verloren und dabei berufe ich mich auch auf den Nobelpreisträger Paul Crutzen, der einen gewichtigen Einwand gegen das Verspritzen von Rohstoffen vorgebracht hat. Die Energiepflanzen werden nämlich mit Stickstoff gedüngt und jede Tonne Stickoxid hat fast die 300fache Treibhauswirkung wie eine Tonne Kohlendioxid. Ich befürchte auch, dass mit dem Anbau von Energiepflanzen der grünen Gentechnik auf unseren Feldern Tür und Tor geöffnet wird und Monokulturen - mit all ihren Nachteilen - unser Landschaftsbild prägen werden.

Nun aber nochmals zurück zur Meyermühle:

Bio bedeutet für uns nicht nur die Vermahlung von Bio-Getreide, sondern im übertragenen Sinn „Bio“ zu denken. Wir stellen uns also unserer Verantwortung gegenüber der Umwelt und wurden für unser nachvollziehbares, vorbildliches Handeln mit der Urkunde für Verdienste um Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz durch das bayerische Umweltministerium ausgezeichnet.

Eine weitere Ehrung hat unser Unternehmen erhalten, als ich durch Herrn Staatsminister Huber zum Botschafter des Öko-Pakts Bayern ernannt wurde.

Das positive, nachvollziehbare Bild, das wir damit nach Außen vertreten können, hat mit Sicherheit Einfluss auf unsere erfolgreiche geschäftliche Entwicklung. Die Biolandwirtschaft hat nach meiner Überzeugung eine gute Zukunft vor sich.

Ich zitiere dazu Prof. Dr. Ulrich Köpke, Präsident der Internationalen Society of Organic:

*„Positive Einflussnahme auf den Klimawandel, umfassender Erhalt der Biodiversität, die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Bewahrung lebenswerter ländlicher Räume – diese in der Mitte der gesellschaftlichen Diskussion angekommenen Themen sind untrennbar mit einer ökologisch orientierten, ethisch vertretbaren und wettbewerbsfähigen Landwirtschaft verbunden. Die Verbraucher in Deutschland beziehen das Wissen um die daraus resultierende hohe Prozessqualität zunehmend in ihre Kaufentscheidung mit ein und vertrauen auf marktnah umweltverträglich produzierte gesunde Lebensmittel des ökologischen Landbaus.“* Immer mehr Verbraucher erkennen es: Bio ist mehr als die Erzeugung von gesunden Lebensmitteln für und in der Region. Wir benötigen mehr umstellungswillige Landwirte und dazu eine bessere staatliche Förderung der Biolandwirtschaft, denn sonst geht der Bio-Boom an unseren Feldern vorbei.



## Zusammenfassung der Ergebnisse

Georg Stark  
Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft  
Institut für Ernährungswirtschaft und Markt



Im Marktforum 2007 ist besonders klar geworden, dass die positive Marktentwicklung bei Öko hauptsächlich im Discounter stattfindet. Der Öko-Boom ist somit beim Verbraucher angekommen. Der Preis spielt trotzdem eine große Rolle.

Bayern ist bei der Entwicklung zwar gut aufgestellt, was die hohe Flächen- und Betriebsanteile in Bayern zeigen. Nach Staatsminister Miller genügt es jedoch nicht, sich mit dem bisher Erreichten zu begnügen. Dazu sind weitere Maßnahmebündel notwendig.

Prof. Dr. Hamm hat deutlich gemacht, dass vor dem Hintergrund der fortschreitenden Globalisierung der Märkte und der Liberalisierung des Handels Länder mit einer Struktur der Landwirtschaft wie Bayern ihre besondere Chancen bei Öko hätten. Dies gilt es zu nutzen. Für viele stellen die Verhältnisse in Österreich ein Vorbild dar.

Bei der Öko-Vermarktung von Ökoprodukten spielt Regionalität eine große Rolle.

Die Frage stellt sich: „Was können und müssen die Beteiligten der gesamten Wertschöpfungskette tun, um vom Öko-Boom profitieren und das vorhandene Potential nutzen zu können?“

Dazu sind nicht nur wirtschaftliche Anreize, Preiszuschläge und Fördermittel für die Produzenten notwendig. Vielmehr müssen sich alle Beteiligten von der Erzeugung bis zum nachgelagerten Bereich der Vermarktung und Verarbeitung noch stärker zusammenschließen und bündeln, um die Nachfrage zu bedienen. Die Bündelung der Erzeuger in Vermarktungsorganisationen über die Verbandstrukturen hinweg und starke Netzwerke können behilflich sein.

Besonders in der Milchviehhaltung sind die Chancen derzeit sehr günstig.

Anlässlich der gemeinsam organisierten Veranstaltung gilt allen Beteiligten der LfL und der FH Weihenstephan der Dank. Auch die Vernetzung von angewandter Wissenschaft, Forschung, Lehre und Beratung sowie Vollzug hat gezeigt, dass alle Bereiche voneinander lernen und profitieren können.