

ITADA

Institut Transfrontalier d'Application et de Développement Agronomique
Grenzüberschreitendes Institut zur rentablen umweltgerechten Landwirtschaft



Abschlussbericht zum Projekt 1.2.3

Zusammenfassung

**Grenzübergreifende Untersuchung der Möglichkeiten
zur Angebotssteigerung von ökologisch erzeugtem
Obst und Gemüse aus dem südlichen Oberrheingebiet**

Projektleitung: Heike Budig (IfuL), Müllheim D
Projektpartner: Yves Perron (OPABA), Schiltigheim F
Dr. Toralf Richter (FiBL), Frick CH
Projektlaufzeit: 1999 - 2001

Projekt gefördert durch die EU-Gemeinschaftsinitiative INTERREG II 'Oberrhein Mitte-Süd'

Institut für umweltgerechte Landwirtschaft Müllheim (IfuL)
Organisation Professionnelle de l'Agriculture Biologique en Alsace (OPABA)
Forschungsinstitut für Biologischen Landbau (FiBL)

ITADA-Sekretariat: 2 allée de Herrlisheim, F-68000 COLMAR
Tel.: 00333 89229550 Fax: 00333 89229559 eMail: itada@wanadoo.fr www.itada.org

Ziel der vorliegenden Studie ist die Analyse von Möglichkeiten der Angebotssteigerung von ökologisch produziertem Obst und Gemüse aus der Oberrhein-/Hochrheinregion. Sie wurde grenzüberschreitend in den drei Teilregionen Südbaden, Elsass und Nordwestschweiz durchgeführt. Die Ergebnisse basieren hauptsächlich auf persönlich geführten standardisierten Interviews mit Biobetrieben und Großhändlern sowie auf grenzüberschreitenden Workshops mit Beratern und Handelsvertretern.

Die Nachfrage nach Bioprodukten, insbesondere Obst und Gemüse steigt. Großabnehmer, wie Supermärkte und konventionelle Obst- und Gemüsegroßhändler, steigen neu in den Biomarkt ein. Die Agrarpolitik der drei Länder intensiviert zunehmend in die Förderung des ökologischen Landbaus. Die allgemeinen Rahmenbedingungen für eine Ausweitung des biologischen Landbaus sind somit gut. Die Studie soll die Frage beantworten, welche Absatzchancen sich für Biobetriebe oder konventionelle Betriebe der Oberrheinregion in Hinblick auf eine Vermarktung außerhalb der Direktvermarktung an Großhändler und Supermarktketten bieten und welche Voraussetzungen hierfür notwendig sind.

In einem ersten Schritt werden mit einer Betriebsbefragung von Biobetrieben mit Obst- und Gemüseflächen der regionale Biomarkt analysiert und die Biobetriebe zu ihrem Angebots- und Vermarktungspotential befragt. Als Ergebnis lässt sich festhalten, dass die Mehrheit der bestehenden Biobetriebe aus persönlichen (Zufriedenheit mit gegenwärtiger Situation), strukturellen (geringes Flächenangebot, Arbeitskraftproblem) und marktpolitischen Gründen (zu niedrige Preise frei Großhandel oder Verarbeiter) nicht an einer Belieferung von Großabnehmern des konventionellen Handels interessiert sind. Ihr Schwerpunkt liegt im weiteren Ausbau der Direktvermarktung.

Während in den Regionen Südbaden und Elsass eine deutliche Unterdeckung der Nachfrage besteht, kann in der Nordwestschweiz eine momentane harmonische Marktentwicklung verzeichnet werden. Grosse neue Parteien, die kurzfristig auf den Markt treten, würden das Marktgleichgewicht in der Nordwestschweiz stören, weshalb auf eine gezielte Untersuchung konventioneller Betriebe in dieser Region verzichtet wurde. In den beiden anderen Regionen wurde dagegen auch der Frage nachgegangen, welche Hinderungsgründe es für konventionelle Obst- und Gemüsebaubetriebe für eine Umstellung auf den ökologischen Landbau gibt. Trotz positiven Marktumfeldes ist gegenwärtig das Interesse konventioneller Obst- und Gemüsebaubetriebe in der Region an einer Umstellung gering. Die in der Studie ermittelten Ursachen liegen insbesondere in einer geringen Markttransparenz, dem Fehlen betriebswirtschaftlicher und produktionstechnischer Umstellungsdaten, hinzu kommt fehlendes Know-how und ein Mangel an Arbeitskräften.

Darüber hinaus decken die Förderbeträge des ökologischen Landbaus über Direktzahlungen in den drei Regionen zwar weitgehend die Mehraufwendungen und Mindererträge für den Obst- und Gemüsebau, sie bieten aber oft keinen zusätzlichen Anreiz für einen auch in der konventionellen Bewirtschaftung rentabel wirtschaftenden Betrieb, z.B. mit Maisanbau (Elsass, Baden). Sie sind weiterhin nicht in der Lage das Marktrisiko sowie das Risiko möglicher Totalausfälle von Ernten zu decken. Im Elsass existiert zudem das Problem, dass nach einer fünfjährigen Förderung keinerlei Direktzahlungen mehr an den Biobetrieb für die ökologische Bewirtschaftung fließen.

Eine stark erhöhtes Angebot an Bioobst und Biogemüse könnte in den Regionen Südbaden und Elsass nur von Großabnehmern abgesetzt werden. Eine Verbesserung der Markttransparenz bzgl. aktuellen und potentiellen Abnehmern kann die Umstellungsbereitschaft erhöhen.

Der zweite Teil des Berichtes konzentriert sich auf die Analyse der Biomarktstrukturen im Marktsegment „Großabnehmer“. Ergebnis ist, dass der regional agierende Naturkostgroßhandel gut etabliert und auch sehr offen ist für neue Anbieter. Potentielle, im konventionellen Sektor agierende Großabnehmer, wie die badischen Erzeugerorganisationen, die elsässischen Kooperativen, die Obst- und Gemüsegroßhändler und der traditionelle Lebensmitteleinzelhandel verhalten sich trotz des sich dynamisch entwickelnden Biomarkts sehr zögerlich mit dem Aufbau eines eigenen Biosegments. Offensichtlich scheinen die Risiken, ähnlich wie bei den konventionellen Landwirten, größer als die Chancen eingeschätzt zu werden.

Die Marktanalyse zeigte, dass auf dem regionalen Biomarkt partiell und temporär Marktungleichgewichte existieren, wobei Angebotsdefizite überwiegen. Gesucht werden insbesondere Beerenobst, Spargel, Steinobst und partiell Salate und Kräuter aus biologischem Landbau und damit Produktgruppen, die im Biolandbau insgesamt noch wenig entwickelt sind. Es ist somit künftig gemeinsam mit Beratern zu prüfen, ob diese Kulturen für umstellungsinteressierte größere Betriebe eine Perspektive bieten könnten.

Die Untersuchung grenzüberschreitender Handelsaktivitäten zeigte, dass bisher noch wenig Handel zwischen den Grenzen betrieben wird. Der verstärkte Austausch zwischen den Regionen wird vom Handel aber gewünscht. Preisniveau der drei Regionen zu Saisonzeiten ist vergleichbar. Die Problematik temporärer Angebotsüberschüsse könnte somit abgeschwächt werden. Im Gegensatz zu den Großhändlern sehen nur wenige Landwirte im grenzüberschreitenden Handel Absatzmöglichkeiten.

Abschließend kann mit Hilfe der SWOT-Analyse dargestellt werden, dass der Biomarkt in der Region derzeit ein eher spekulatives Geschäftsfeld für umstellungsinteressierte Landwirte und potentielle Großabnehmer ist. Die Schwächen der Biobetriebe und konventionellen Betriebe in Hinblick auf die Ausweitung der Produktion und den Einstieg in neue Geschäftsfelder überwiegen gegenwärtig ihre Stärken. Der Biomarkt am Oberrhein ist eine relativ junge Branche mit Wachstumsmöglichkeiten.

Einem zügigen Wachstum stehen nicht nur die Umstellungshemmnisse und Ausweitungshemmnisse der landwirtschaftlichen Betriebe entgegen. Darüber hinaus erschwert der niedrige Vernetzungsgrad zwischen Landwirten, Handel, Beratung und Politik in dieser jungen Branche in Baden und im Elsass eine schnellere Marktentwicklung. Die Schweiz kann hier Vorbild sein.

Somit ist eine deutliche Angebotssteigerung langfristig nur durch erhebliche Koordinations- und Informationsanstrengungen möglich. Die projektbegleitenden grenzüberschreitenden Treffen und insbesondere der ÖKO-Tag zum Abschluss des Projektes in Kehl (Mittelbaden), der gemeinsame Treffpunkt für Akteure aus der 'Bioszene' und der 'konventionellen Szene' war, hat gezeigt, dass für die Oberrheinregion ein hohes Bedürfnis nach dieser Form des Informationsaustausches und der Kontaktvermittlung besteht.

Somit erachtet das Projektteam die Einrichtung von Arbeitskreisen zu Fachthemen, die Etablierung eines halbjährlichen grenzüberschreitenden Informationsrundbriefes (Mitteilungen über regionale Forschungsergebnisse, Veranstaltungen und Foren für gemeinsame Aktionen) und einen jährlichen ÖKO-Tag als besonders fördernd für die Entwicklung des Biomarktes in der Oberrheinregion.

INHALTSVERZEICHNIS

A	EINLEITUNG	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
1	PROJEKTHINTERGRUND	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
1.1	Der Markt für Biolebensmittel in Deutschland, Frankreich und der Schweiz allgemein	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.2	Der Markt für biologisch erzeugtes Obst und Gemüse	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.3	Der Projektansatz: Bioobst und Biogemüse - eine Absatzchance für Betriebe am Oberrhein?	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2	ZIELSETZUNG DER MARKTSTUDIE	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
3	PROJEKTHINHALTE	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
4	GLIEDERUNG DES BERICHTS	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
B	MARKTANALYSE FÜR BIOLOGISCH ERZEUGTES OBST UND GEMÜSE AUS DEM OBERRHEINGEBIET	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
5	FLÄCHENNUTZUNG OBST UND GEMÜSE	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
5.1	Beschreibung des Untersuchungsgebiets und die Bedeutung des biologischen Obst- und Gemüseanbaus	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.2	Flächennutzung Gemüse (konventionell und biologisch)	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.3	Flächennutzung Obst (konventionell und biologisch)	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.4	Fazit und Schlussfolgerung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6	BETRIEBSBEFRAGUNG ZUM BIOLOGISCHEN OBST UND GEMÜSEANBAU IM OBERRHEINGEBIET	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
6.1	Konzeption, Ziel und Inhalt der Befragung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.2	Datengrundlage der Befragung in den Teilregionen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.3	Ergebnisse Baden	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.3.2	Aktuelle Absatzwege von Bioobst und -gemüse	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.4	Ergebnisse Elsass	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.5	Ergebnisse Nordwestschweiz	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.6	Perspektiven für eine grenzüberschreitende „Regio - Biomärke“	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.7	Einstellungen zur Kooperation	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.8	Fazit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
7	UMSTELLUNG AUF BIOLANDBAU - FÖRDERNDE UND HEMMENDE FAKTOREN	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
7.1	Entwicklung der Betriebszunahme	Fehler! Textmarke nicht definiert.
7.4	Fazit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8	ANALYSE DES HANDELS UND DER ERZEUGERPREISE	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
8.1	Akteure im Obst- und Gemüsehandel	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.2	Orte des Warenaustausches	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.3	Biologischer Grosshandel und Verarbeitung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.4	Angebotsdefizite und Angebotsüberschüsse von Bioobst und Biogemüse	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.5	Der konventionelle Erfassungshandel und Grosshandel - ein Überblick	Fehler! Textmarke nicht definiert.

8.6	Erzeugerorganisationen und Kooperativen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.8	Vergleich Erzeugerpreise Grosshandel - Direktvermarktung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.9	Fazit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
C	POTENTIALANALYSE DES MARKTES FÜR BIOOBST UND -GEMÜSE	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
9	DIE SWOT-ANALYSE	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
9.1	Einleitung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
9.3	Stärken und Schwächen der landwirtschaftlichen Betriebe	Fehler! Textmarke nicht definiert.
9.4	Fazit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
10	ABGELEITETE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
10.1	Grundsätzliche Überlegungen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
10.2	Bestimmung geeigneter Marktpartner und ihrer Anforderungen an Lieferanten	Fehler! Textmarke nicht definiert.
10.3	Beschaffung und Vermittlung von produktionstechnischem Wissen und Markttransparenz sowie Bündelung des Angebots	Fehler! Textmarke nicht definiert.
10.4	Ausblick – die nächsten Schritte	Fehler! Textmarke nicht definiert.
11	ZUSAMMENFASSUNG	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
12	LITERATURVERZEICHNIS	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
13	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
14	TABELLENVERZEICHNIS	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
15	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.
16	ANHANG	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.