

Der ökologische Landbau in Niedersachsen

-Entwicklung und Perspektiven aus
Sicht der Marketinggesellschaft-

Dr. Christian Schmidt

Marketing  **Gesellschaft**
für niedersächsische Agrarprodukte e. V.

Gliederung

1. Definitionen und Abgrenzungen
2. Fläche, Betriebe und Produktion im ökologischen Landbau
3. Betriebsergebnisse im ökologischen Landbau
4. Finanzielle Förderung des ökologischen Landbaus
5. Kontrollen nach EU VO 2092/91
6. Angebot und Nachfrage nach Ökoprodukten
7. Maßnahmen der Marketinggesellschaft zur Förderung der Vermarktung ökologischer Produkte aus Niedersachsen
8. Ausblick: Problemfelder und Perspektiven



Grundsätze des ökologischen Landbaus

Obergrundsatz:

Arbeit möglichst in geschlossenen Systemen und Rückgriff auf die lokalen Ressourcen.

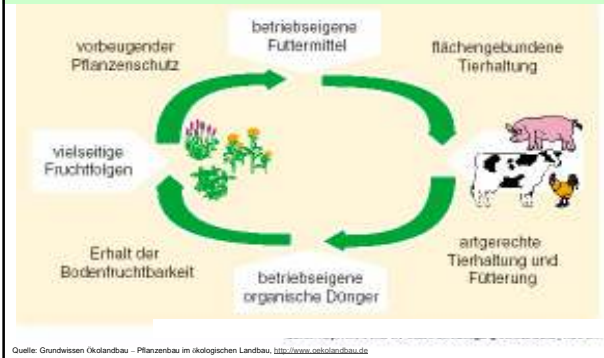
1. Erhaltung einer dauerhaften Fruchtbarkeit der Böden.
2. Vermeidung aller Verunreinigungen, die durch landwirtschaftliche Techniken verursacht werden.
3. Erzeugung von hochwertigen Nahrungsmitteln in ausreichender Menge.
4. Minimierung des Einsatzes fossiler Energien in der Landwirtschaft.

5. Artgerechte Tierhaltung unter Berücksichtigung der physiologischen Bedürfnisse.
6. Den Bauern muss ermöglicht werden, dass sie sich über ihre Arbeit finanzieren können.
7. Entwicklung und Nutzung angepasster Technologien auf der Basis biologischer Systeme.
8. Nutzung dezentraler Systeme für die Erzeugung, Verbreitung und Vermarktung der Produkte.
9. Entwicklung eines für beide Seiten (innerhalb und außerhalb) ansprechenden Systems.
10. Schutz und Erhaltung der wild lebenden Tiere und Pflanzen sowie ihrer Lebensräume.

Quelle:IFOAM, 1981/1983



Der „Kreislauf“ im Ökologischen Landbau



Gegenüberstellung ausgewählter Kriterien des konventionellen und des ökologischen Landbaus

Konventioneller Landbau

- Intensive Bodennutzung
- Entkopplung Vieh- und Ackerbau
- Hoher Kapital- und Energieeinsatz (nach ökonomischen Prinzipien)
- Vereinfachte Fruchtfolgen
- Einsatz u.a. von synthetischen Stickstoffdüngern, Wachstumsregulatoren und Pflanzenschutzmitteln
- Wichtige Kriterien: Produktmenge, Verarbeitungseignung, marktgerechte Qualität der Produkte
- Gentechnische Methoden sind möglich

Ökologischer Landbau

- Kreislaufwirtschaft mit möglichst geschlossenen Nährstoffzyklen
- Vielseitige Fruchtfolgen
- Verstärkung der natürlichen Bodenfruchtbarkeit durch schonende Bodenbearbeitung, Bodenruhe, Gründüngung, etc.
- Einsatz Stickstoffdüngung restriktiv geregelt
- Kein Einsatz synthetischer Pflanzenschutzmittel
- Wichtige Kriterien: Qualität des Systems, hohe Qualität des Produktes
- Keine gentechnischen Methoden

Quelle: Verändert nach Öko-Institut e.V., <http://www.oeko.de>

EU-Öko-Verordnung

(EWG) Nr. 2092/91

Für alle Mitgliedsstaaten gilt ein gemeinschaftlicher Mindeststandard für die Erzeugung, Verarbeitung, Etikettierung und Kontrolle ökologischer Erzeugnisse und Lebensmittel.

Ziele:

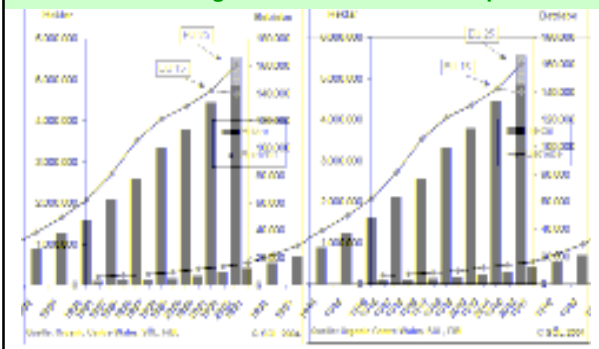
Verbraucherschutz durch gesetzliche Garantie der Qualität der Ökoproducte
→ Kennzeichnung durch Bio-Siegel.

Grundsatz der Rückverfolgbarkeit
→ erhöhte Transparenz durch detaillierte Dokumentation aller Prozesse

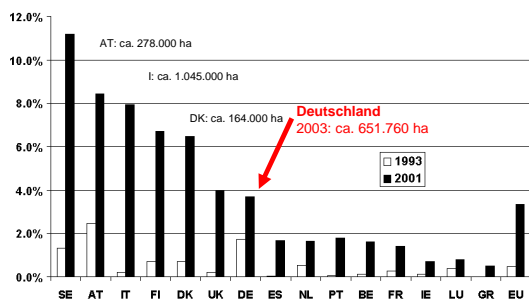
Strenge staatliche Kontrollen zur Einhaltung des Öko-Standards
→ bei Verstoß empfindliche Strafen von Auflagen bzw. kostenpflichtigen Nachkontrollen bis hin zur Aberkennung der Öko-Lizenz.

Quelle: Prof. Dr. Richard J. Tol

Entwicklung der Anbaufläche und der Betriebe des ökologischen Landbaus in Europa

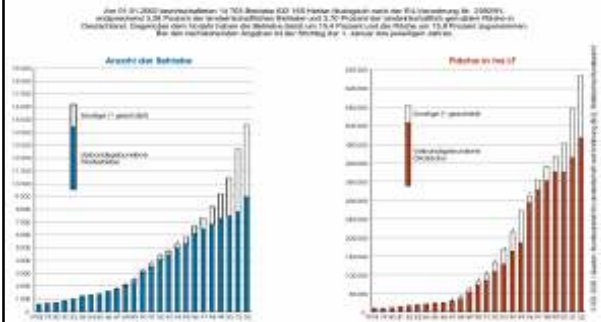


Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche in der EU nach Ländern, 1991 und 2003

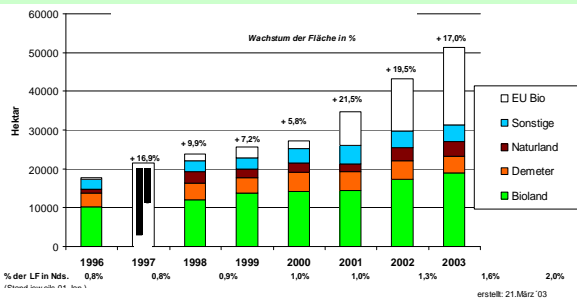


Quelle: In Anlehnung an Dreemann, S., Niedersächsisches Ministerium für den ländlichen Raum, Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Entwicklung des ökologischen Landbaus in Deutschland nach Anzahl der Betriebe und Fläche in ha



Ökologisch bewirtschaftete Fläche in Niedersachsen 1996 - 2003



Anzahl der ökologisch wirtschaftenden Betriebe in Niedersachsen 2003

Anbauverband	Betriebe	Anbaufläche	
		in ha	in Prozent der Gesamt - LF
Bioland	389	18.900	0,714
Demeter	83	4.488	0,169
Naturland	78	3.592	0,136
Biopark	45	3.165	0,144
Ökosiegel	16	720	0,027
Gäa	6	447	0,017
ohne Verband	385	20.037	0,756
Summe	1.002*	51.989*	1,96

* Zum Vergleich: Anzahl landwirtschaftlicher Betriebe in NI insgesamt: 62.592
Landwirtschaftlich genutzte Fläche insgesamt: ca. 2,659 Mio. ha

Quelle: In Anlehnung an Dreemann, S., Niedersächsisches Ministerium für den ländlichen Raum, Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Gegenüberstellung der ökonomischen Situation konventioneller und ökologischer Landbaubetriebe

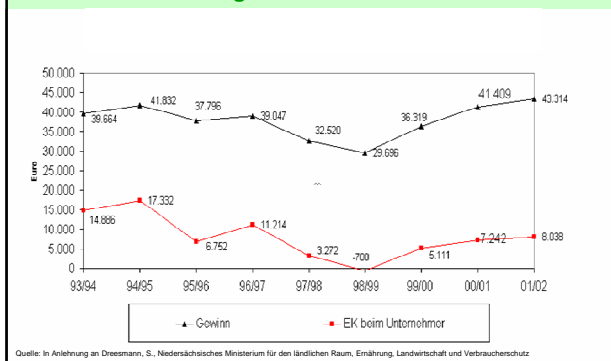


Betriebsergebnisse des ökologischen und des konventionellen Landbaus im Vergleich (WJ 2002/2003)

Art der Kennzahl	Einheit	Ökologischer Landbau	konventionelle Vergleichsgruppe
Betriebe	Zahl	254	459
Vergleichswert	€/ha LF	606	604
Ldw. Genutzte Fläche (LF)	ha	99,7	99,6
Arbeitskräfte	AK	2,3	1,7
Nicht entlohnte Arbeitskräfte (Familien Ak)	AK	1,4	1,5
Viehbesatz	VE/100 ha	70	67
Weizenantrag	dt/ha	34	61
Kartoffelantrag	dt/ha	173	305
Milchleistung	kg/Kuh	5.415	6.349
Weizenpreis	€/dt	28,88	10,52
Kartoffelpreis	€/dt	25,82	9,56
Milchpreis	€/100 kg	34,98	31,68
Betriebliche Erträge	€/ha LF	1.580	1.536
dar. Umsatzerlöse landw. Produktion	€/ha LF	279	326
Umsatzerlöse Tierproduktion	€/ha LF	659	648
Direktzahlungen ohne Investitionsbeihilfen	€/ha LF	470	357
dar.: Zahlungen für Agrarumweltmaßnahmen	€/ha LF	154	39
Betriebliche Aufwendungen	€/ha LF	1.284	1.267
dar.: Düngemittel	€/ha LF	10	76
Pflanzenschutz	€/ha LF	1	62
Tierkauf	€/ha LF	37	93
Futtermittel	€/ha LF	78	99
Personal	€/ha LF	135	27
Gewinn	€/ha LF	337	277
Gewinn	€	33.559	27.569
Gewinn plus Personalaufwand	€/AK	20.544	17.978

Quelle: Ernährungs- und Agrarpolitischer Bericht 2004, Seite 37 <http://www.verbraucherministerium.de>

Gewinne und Eigenkapitalveränderung bei den Ökoring-Betrieben in Niedersachsen



Zusätzliche Flächenförderung des Öko-Landbaus in Niedersachsen (NAU Programm Maßnahme C)

	1. & 2. Jahr (Umstellung)	3. bis 5. Jahr (A-Betrieb)	Folgejahre (Beibehaltung)
Acker & Grünland	285,- EUR	160,- EUR	160,- EUR
Gemüsebau (incl. Erdbeeren, Spargel)	750,- EUR	300,- EUR	300,- EUR
Dauerkulturen (Kern-, Stein- & Beeren-Obst, Spargel)	1.220 EUR	770,- EUR	770,- EUR
Zuschuß der Kontrollkosten	35,- EUR/ha max. 530,- EUR/Betrieb		
Mindestzuwendung	500,- EUR/Jahr		

Stand März 2003

Quelle: KÖN, <http://www.oeko-comp.de>

Maßnahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau

Ziel: Ausdehnung Ökolandbau von derzeit 3,2% der Fläche auf 20% in zehn Jahren (2002-2012)

Förderung: 2002 und 2003: jährlich 35 Mio. Euro
2004 bis 2007: jährlich 20 Mio. Euro
ab 2007: ?

Quelle: Bundesprogramm Ökologischer Landbau, <http://www.bundesprogramm-eko-landbau.de>

Kontrolle im ökologischen Landbau

EU VO 2092/91:

- ✓ Europaweit einheitliche und verbindliche Standards für den ökologischen Landbau
- ✓ Kontrollbehörde des jeweiligen Bundeslandes;
in Niedersachsen: LAVES
- ✓ Öko-Kontrollstellen (16 zugelassen in Niedersachsen)

Quelle: In Anlehnung an Dresemann, S., Niedersächsisches Ministerium für den ländlichen Raum, Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Was wird kontrolliert nach EU VO 2092/91?

Die Kontrolle umfasst u.a.:

- die Besichtigung sämtlicher Betriebsgebäude
- eine Begutachtung der Flächen und Kulturen und des Saatguts
- die Überprüfung des Betriebsmittelzukaufs
- eine Plausibilitätsprüfung der verkauften Mengen
- die Überprüfung der Tierhaltung und -fütterung
- die Überprüfung der Aufzeichnungspflichten
- die Überprüfung der Rezepturen, des Rohwareneinkaufs und des Warenflusses in der Verarbeitung

Quelle: In Anlehnung an Dresemann, S., Niedersächsisches Ministerium für den ländlichen Raum, Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Kontrollmechanismen nach EU VO 2092/91

Ziel: Sicherung der Qualitätsstandards für Öko-Produkte

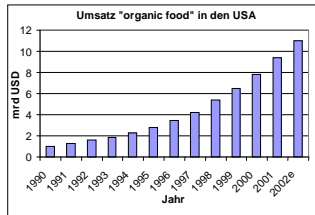
Maßnahmen:

- **Kontrollnummer:** dient der Ermittlung der zuständigen Kontrollstelle und der Rückverfolgbarkeit des Produktes
- **Kontrollstellen:** überprüfen Erzeugung, Verarbeitung, Verpackung, Import und Kennzeichnung der Ware
- **Grenzenlose Kontrolle:** zur Überprüfung von Produkten aus Drittländern
- **Kontrolle auf allen Stufen:** gesamter Produktionsprozess

Quelle: <http://www.bio-cisepf.de>

Steigende Nachfrage nach Bioprodukten

Entwicklung in den USA



Quelle: SAM, <http://www.sam-group.com>

- Umsatzwachstum : 2-4% für konventionelle Lebensmittel; 10-20% für biologische Lebensmittel

Die Marktdurchdringung von biologischen Lebensmitteln beträgt erst 1-2%

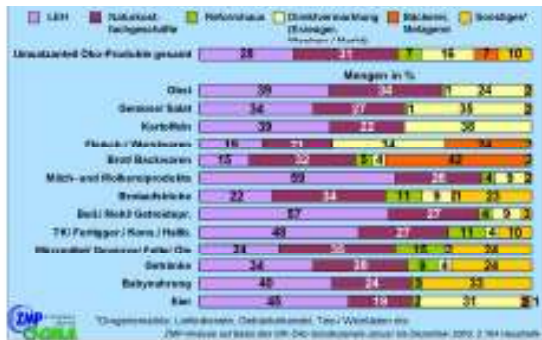
Der Absatz von Bioprodukten hat sich seit 1995 mehr als vervierfacht.

- 3 wichtige Kaufgründe:
- Gesundheit
 - Weniger Chemie u. Giftstoffe
 - Artgerechte Tierhaltung

Favoriten der Haushalte bei Öko-Lebensmitteln



Warengruppen nach Einkaufsstätten



Top 10 Produkte nach Einkaufsstätten

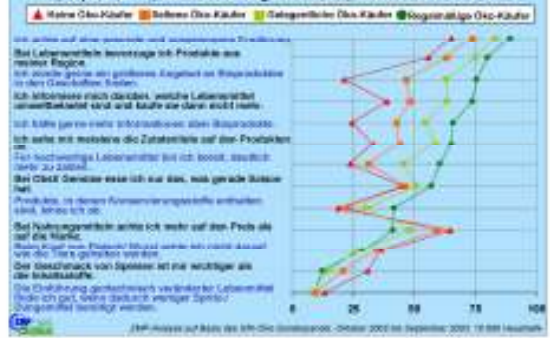
(Basis: Ausgaben inklusive Grosseinkäufe)

	Gesamtwert	L&M	Lebensmittel- geschäfte	Discounter/ Fachmarkt	Reform- häuser	Discounter/ Biofachmarkt
1	Brot	Obst	Obst	Milch-/ Kartoffeln	Fruchtwaren	Befehrfahrung
2	Eier	Frischfleisch	Hart-/ Schmelzkäse	Glas u. Gemise gemischt	Brot	Schokolade und Kondensmilch
3	Hart-/ Schmelzkäse	Kartoffeln	Joghurt	Kartoffeln	Getreide	Milch
4	Kartoffeln	Hart-/ Schmelzkäse	Milch/ Salami/ Schinken	Eier	Trocken- frucht	Tee
5	Frischfleisch	Joghurt	Frischfleisch	Gemüse/ gemischt	Gemüse/Obst	Getreide
6	Kartoffeln	Milch	Eier	Apfel/ Schmelzkäse	Süßwaren	Milch/ Käse/ Schokolade
7	Milch/ Salami/ Schinken	Wasser	Fruchtwaren	Hart-/ Schmelzkäse	Getreide	Getreide
8	Joghurt	Wasser	Kartoffeln	Getreide	Hart-/ Schmelzkäse	Getreide
9	Apfel	Befehrfahrung	Apfel	Getreide	Pflanzliche Öl/ Pasta	Getreide
10	Wasser	Brot	Getreide	Frischfleisch	Salzwasser/ und Kondensmilch	Pflanzl. Öl/ Kondensmilch

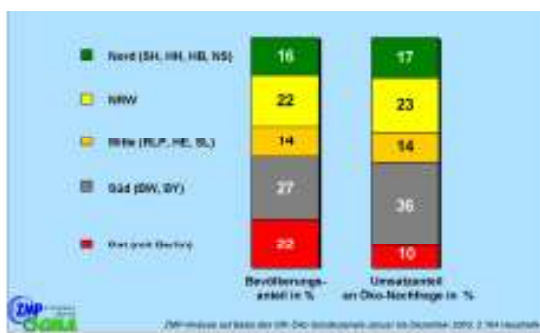
Öko-Käufer nach soziodemographischen Merkmalen



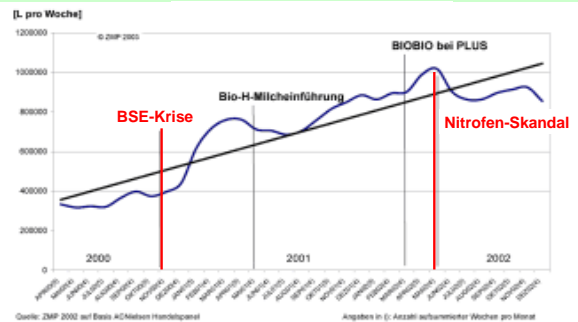
Einstellungsprofile von Öko-Käufern (Top-Box-2 Zustimmungen aus einer 5er-Skala)



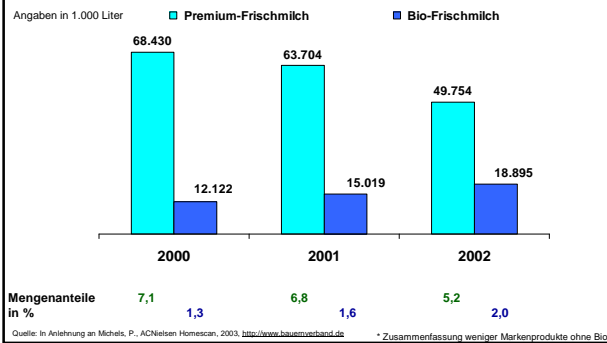
Verteilung des Umsatzes ökologischer Produkte nach Regionen



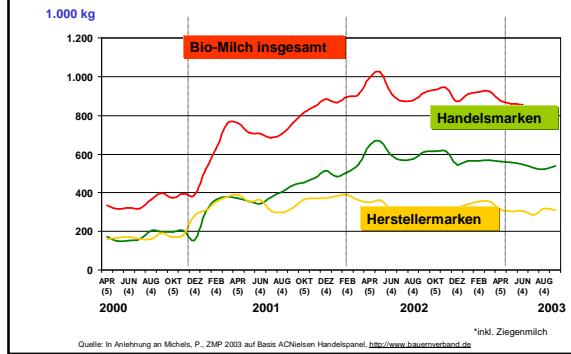
Absatz von Ökologisch erzeugter Milch im LEH (ohne ALD)



Verbrauch von Premium-Frischmilch* und Bio-Frischmilch im Zeitablauf



Entwicklung des Wochenabsatzes von Bio-Milch* im LEH



Kennzeichnung von Öko-Produkten (Kategorien von Warenzeichen)

• Verbandszeichen des ökologischen Landbaus



• Handelsmarken bei Ökoprodukten



• Firmen- und verbandsübergreifende Öko-Zeichen



Kriterien für das Bio-Siegel

Die Vergabe richtet sich nach den Kriterien der EG-Öko-Verordnung, welche folgendes festschreibt:

Verbote:

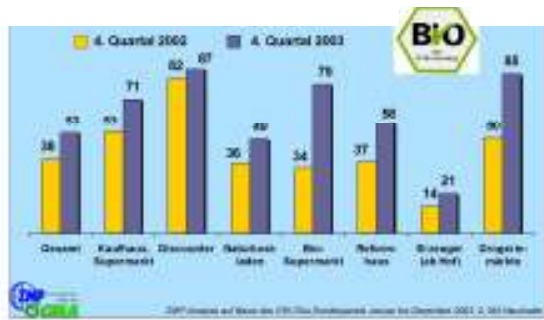
- Verbot der Bestrahlung von Öko-Lebensmitteln
- Verbot gentechnisch veränderter Organismen
- Verzicht auf Pflanzenschutz mit chemisch-synthetischen Mitteln
- Verzicht auf leicht lösliche, mineralische Dünger

Anforderungen:

- Abwechslungsreiche, weite Fruchtfolgen
- Flächengebundene, artgerechte Tierhaltung
- Fütterung mit ökologisch produzierten Futtermitteln ohne Zusatz von Antibiotika und Leistungsförderern

Quelle: <http://www.bio-siegel.de>

Anteil des Bio-Zeichens auf Öko-Lebensmitteln (Wertanteil)



Wertanteil der Bio-Zeichen-Produkte (gemessen an der Gesamtheit der Öko-Produkte)



Produktpreise im Vergleich (2004)

	ökologisch	konventionell	Differenz
Weizenvollkornmehl	1,35 €/kg	1,04 €/kg	+ 30%
Vollmilch, 3,5 %	1,03 €/L	0,87 €/L	+ 18%
Kopfsalat	1,31 €/Stück	0,80 €/Stück	+ 64%
Möhren, ohne Laub	1,46 €/kg	0,74 €/kg	+ 97%
Tafelbirnen	3,05 €/kg	1,76 €/kg	+ 73%
Rinderschmorfleisch	14,74 €/kg	8,55 €/kg	+ 72%
Schweinebraten (Nacken)	11,98 €/kg	6,20 €/kg	+ 93%

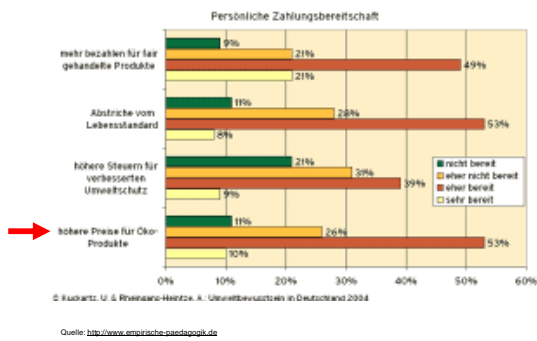
Quelle: <http://www.cool.de>

Warum sind Bioprodukte teurer?

- geringere Erträge und Leistungen im Pflanzenbau und in der Tierhaltung
- höhere Kosten und höherer Arbeitsaufwand durch vielseitigere Betriebe
- höhere benötigte Futterfläche pro Tier
- etwa ein Drittel der Fläche muss mit Leguminosen bebaut werden
- höherer Aufwand bei der Verarbeitung ökologischer Rohstoffe
- höhere Kosten für Werbung, Markenzeichnspflege, etc.
- aufwändigere Handelsstrukturen bei Verarbeitung und Vermarktung

Quelle: <http://www.cool.de>

Zahlungsbereitschaft für Bioprodukte



Möglichkeiten zur Reduzierung der Mehrkosten

- Gemüse und Obst saisonal einkaufen
- weniger Fleisch, mehr Gemüse und Getreide verzehren
- große Packungseinheiten und Gebinde kaufen
- weniger Fertiggerichte, häufiger mit frischen Zutaten kochen
- Großeinkäufe von Fleisch oder Lagergemüse direkt beim Erzeuger
- Gemeinschaftsbestellungen mit Freunden/ Nachbarn

Quelle: <http://www.soel.de>

Aktivitäten der Marketinggesellschaft im Öko-Bereich



1990 Ludwigshafen (Mannheim, Wiesbaden)
 1995 Frankfurt
 1999-2005 Nürnberg

	1999	2001	2003	2004
Besucher	21.750	24.912	29.752	29.400
Aussteller	1.276	1.720	1.945	1.897

Quelle: Eigene Erstellung

Der Stand der niedersächsischen Ausstellergemeinschaft auf der Biofach 2004



Projektmittel des Landes Niedersachsen 2004: ca. 56.000 €

Besuch der Biofach 2004 durch Minister Ehlen



Die Aktionstage Ökolandbau in Niedersachsen



Bilanz Aktionstage Ökolandbau 2004:

- ✓ Schwerpunkt „Kinder, Kinder!“
„Backs an“ – Wettbewerb (700 Teilnehmer in 40 Bäckereien)
- ✓ Pflanzaktionen
- ✓ Sinnesparcours & Bio-Aktiv Frühstück in Schulen
- ✓ Öko-Gourmet-Festival (Hannover)
- ✓ Insgesamt 107 Veranstaltungen,
davon 20 Hoffeste, 16 Ökomärkte und
71 Sonstige Veranstaltungen (Seminare,
Exkursionen, Verkostungen, Sonderaktionen
Gastronomie, Fachveranstaltungen)
- ✓ ca. 100.000 Besucher
- ✓ Projektmittel des Landes Niedersachsen ca.
75.000 €

Marketing Gesellschaft

Ausblick: Einige Problemfelder und Perspektiven

Trend 1: Zunehmende Differenzierung und Spezialisierung im Lebensmittelmarketing (z.B. Megatrends Convenience, Functional Food, Ethnic Food).

Trend 2: Zunehmende Professionalisierung in der Wertschöpfungskette (z.B. Lieferspezifikationen, Dienstleistungen).

Trend 3: Dynamische Entwicklung von Nachfragetrends (u.a. Singuläres Verkaufsargument „Ökologisch erzeugt“ veraltet: zukünftig ist weniger Ideologie als vielmehr Authentizität gefragt).

Trend 4: Öffentliche Förderung des landwirtschaftlichen Sektors wird weniger (die Einkommenserzielung durch den Markt wird wichtiger).

Trend 5: Probleme der Welternährung nehmen zu (das „Mengenproblem“ wird – auch ethisch-moralisch - an Bedeutung gewinnen).

Marketing Gesellschaft