

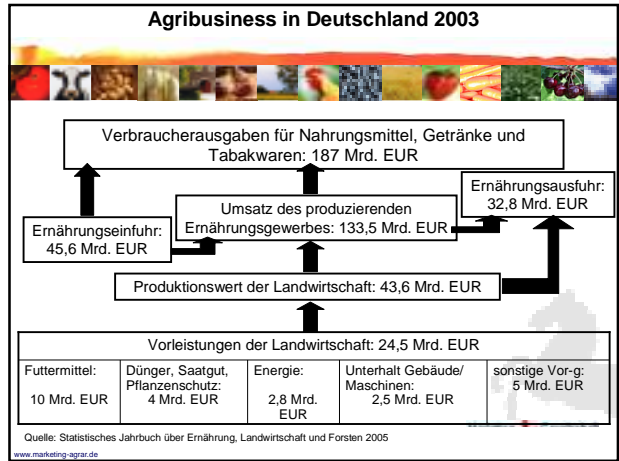
Agrarmarketing in Deutschland im europäischen Rahmen



Dr. Christian Schmidt
Hohenzollernstraße 23
30161 Hannover
Tel.: 05 11/3 48 79-0
Fax: 05 11/34 57 68
www.marketing-agrar.de
kontakt@marketing-agrar.de



www.marketing-agrar.de




Formen des Gemeinschaftsmarketing für Lebensmittel

Produkt- ebene	Produkt- übergreifend	Pro Region Wesermarsch Oldenburg e.V.	Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungs- wirtschaft e.V.	CMA
	Produkt- spezifisch	Lüneburger Heidschnucke g.U.	Landesvereini- gung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V.	Unika
		Lokal / Regional	Bundesland	National

Räumliche Ebene



www.marketing-agrar.de

- ## Aufgaben der CMA
- Marktforschung und Marktanalysen (jetzt stärker ZMP)
 - Öffentlichkeitsarbeit
 - Durchführung von Messen, Ausstellungen und Verkaufsförderungsaktionen
 - Werbung für deutsche Agrarprodukte im Inland
 - Qualitätssicherung sowie die Entwicklung neuer Produkte
 - Absatzwirtschaftliche Fortbildung
 - Projektberatung
- 
- www.marketing-agrar.de

CMA: Organisation und Willensbildung

Gesellschafterversammlung

(50 Spitzenverbände der Agrar- und Ernährungswirtschaft)

Beruf: Aufsichtsrat

(v.a. Vertreter der Spitzenverbände nach exakt vorgegebenen Quoten)

Beruf: Geschäftsführung

Als beratende Gremien stehen diesen drei Organen Fachausschüsse und Koordinierungsbeirat zur Seite:

Fachausschüsse

(15 Produktausschüsse und 5 allgemeine, funktionsbezogene Ausschüsse; setzen sich zusammen aus Fachleuten, die als Vertreter der Gesellschafter von der Gesellschafterversammlung berufen werden).

Koordinierungsbeirat

(setzt sich v.a. aus je einem Vertreter der Fachausschüsse zusammen)

Marketing Gesellschaft

www.marketing-agrar.de

Finanzierung des Absatzfonds – Mittelbereitstellung für CMA und ZMP

- Erhebung der Beiträge an den „Flaschenhälsen“

(Verarbeitungsbetriebe wie Zuckerfabriken, Mühlen, Brauereien, Molkereien, Schlachthäuser)

- Mengenbezogene Beiträge

1,2 € je 1.000 kg angelieferte Milch

2,0 € je Rind

0,5 € je Schwein

0,2 € je 100 kg Obst und Gemüse

0,5 € je 1.000 kg vermahlene Brotgetreide

Ausnahme:

Blumen, Zierpflanzen und Gehölze flächenbezogen

Marketing Gesellschaft

www.marketing-agrar.de

Etat der CMA 2002 Einnahmen / Ausgaben in EUR

Zentrale Absatzförderung
Informations- und Fächer

CMA



Mitarbeiter 2006: ca. 175

© 2006

Veränderungen bei der CMA

- Neue Werbekonzeption
- Finanzielle Beteiligung der Wirtschaft an Kosten der Aktivitäten
- Stärkere Erzeugerorientierung
- CMA-Gütezeichen wird herkunftsneutralisiert
- CMA-Prüfsiegel wurde durch QS abgelöst
- Koordination von zentralem und regionalem Marketing: Sonderetat für zentral-regionales Marketing, Schaffung eines Länderbeirats
- ➔ Anpassung an verändertes EU-Beihilferecht
- ➔ Verringerung der „Reibungsverluste“ zwischen zentralem und regionalem Gemeinschaftsmarketing
- ➔ Abbau der Kritik in Richtung „produktneutrale Mittelverwendung“

Marketing Gesellschaft

www.marketing-agrar.de

Ausgaben für Agrarmarketing 2002 in den Bundesländern

Baden-Württemberg:	2 Mio €, 2,66 €/ha LF
Bayern:	8,4 Mio € zzgl. Personalkosten 3,579 Mio € gesonderte Beihilfe, >3,67 €/ha LF
Hessen:	1,2 Mio €, 1,56 €/ha LF
Niedersachsen:	1,4 Mio €, 0,52 €/ha LF
Sachsen:	4,397 Mio €, 4,769 €/ha LF
Sachsen-Anhalt:	>1,1 Mio €, 0,93 €/ha LF
Thüringen:	0,718 Mio € zzgl. Personalkosten, >0,89 €/ha LF



www.marketing-agrar.de

Zahlen & Fakten zu Niedersachsen

Landwirtschaft

- ✓ **Agrarland Nr. 1:** 4.107 Mio. € Wertschöpfung im Agrarbereich
- ✓ **2,6 Mio. ha LF:** 61 % der Landesfläche werden landwirtschaftlich genutzt
- ✓ **7,9 Mio. Einwohner:** Selbstversorgungsgrade bei Getreide 142,5 %, Fleisch 266,6 %, Kartoffeln 510 %
- ✓ **53.146 Idw. Betriebe** und **120.300 Beschäftigte** in der LuF
- ✓ Stichworte: Marktorientierung, Strukturwandel, ländlicher Raum

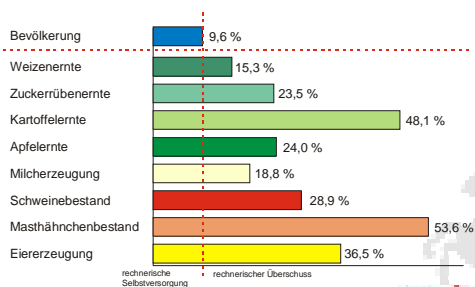
Ernährungswirtschaft

- ✓ **Zweitwichtigster Wirtschaftszweig in Niedersachsen:** 3,99 Mrd. € Wertschöpfung im produzierenden Ernährungsgewerbe
- ✓ **Wirtschaftskraft im ländlichen Raum:** 745 Unternehmen und 68.994 Beschäftigte im produzierenden Ernährungsgewerbe, 3.667 Unternehmen und rund 16.000 Beschäftigte im Ernährungshandwerk
- ✓ Stichworte: Prozessorientierung, Innovation, Verbraucherschutz



www.marketing-agrar.de

Anteile des Landes Niedersachsen an Deutschlands ...



www.marketing-agrar.de

Arbeitsfelder der Marketinggesellschaft

- ✓ Fach- und Verbrauchermessen, Ausstellungen
- ✓ Verkaufsförderung Inland und Export
- ✓ Imageaktionen, Sponsoring, Öffentlichkeitsarbeit
- ✓ Marktforschung
- ✓ Marketing- und Organisationsberatung
- ✓ Qualitätsmanagementberatung
- ✓ Förderung und Förderungsberatung
- ✓ Entwicklung ländlicher Räume / Regionalprogramme
- ✓ Wissenstransfer (Kongresse, Seminare, Exkursionen ...)



www.marketing-agrar.de

Träger der Marketinggesellschaft



(1)  Niedersächsisches Ministerium für den ländlichen Raum, Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

(2) **Sechs Mitglieder des eingetragenen Vereins**

- Landvolkverband Niedersachsen Landesbauernverband e.V. (16 Beitragsanteile, entspricht 25,8%)
- Landwirtschaftskammer Niedersachsen (16 Beitragsanteile, entspricht 25,8%)
- Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V. (12 Beitragsanteile, entspricht 19,4%)
- Genossenschaftsverband Norddeutschland e.V. (8 Beitragsanteile, entspricht 12,9%)
- Genossenschaftsverband Weser-Ems e.V. (8 Beitragsanteile, entspricht 12,9%)
- Landesvereinigung ökologischer Landbau Niedersachsen e.V. (2 Beitragsanteile, entspricht 3,2%)



www.marketing-agrar.de

Beirat der Marketinggesellschaft



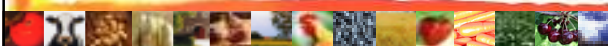
- Franz Engelke
- Christian Fehling
- Dieter Hein
- Knuth Jung
- Josef Kamphaus
- Volker Krause
- Hans Mehren
- Manfred Middendorf
- Helmut Müller
- Dr. Ulrich Nöhle
- Christian Rauffus
- Dr. Heinz Schweer Premium Fleisch GmbH
- Gerd Stuke
- Stephan Tomat
- Nikolaus von Veltheim
- Dr. Klaus Viethen
- Heinrich Völkers

*Kampfmeyer Mühlen GmbH
Hardenberg-Wilthen AG
EG-Fleischwarenfabrik Dieter Hein GmbH&Co.
Heideblume Molkerei Elsdorf-Rotenburg e.G.
Gebr. Stolle GmbH & Co.KG
Bohlsener Mühle
Snackmaster Tiefkühlprodukte GmbH& Co.KG
Brauerei Herrenhausen KG
Müller's Hausmacher Wurstwaren GmbH & Co.KG
Nordzucker AG
Rügenwalder Wurstfabrik Carl Müller GmbH & Co.KG
Fleisch GmbH
Deutsche Frühstücksei GmbH
Nordmilch eG
Agrarvis AG
Pickenpack – Hussmann & Hahn Seafood GmbH
Elbe-Obst Erzeugergemeinschaft r.V.*




www.marketing-agrar.de

Kunden der Marketinggesellschaft



- ✓ Erzeugergemeinschaften / Vermarktungsverbände
- ✓ Agrargewerbliche Wirtschaft und Agrarhandel
- ✓ Horizontale und vertikale Kooperationen
- ✓ Ernährungsindustrie und -handwerk
- ✓ Absatzmittler und Lebensmittelhandel
- ✓ Ministerien / Verbände / Organisationen
- ✓ Regionalprogramme, -initiativen, Gebietskörperschaften



www.marketing-agrar.de

Fach- und Verbrauchermessen, Ausstellungen



Zeigen Sie was Sie drauf haben.

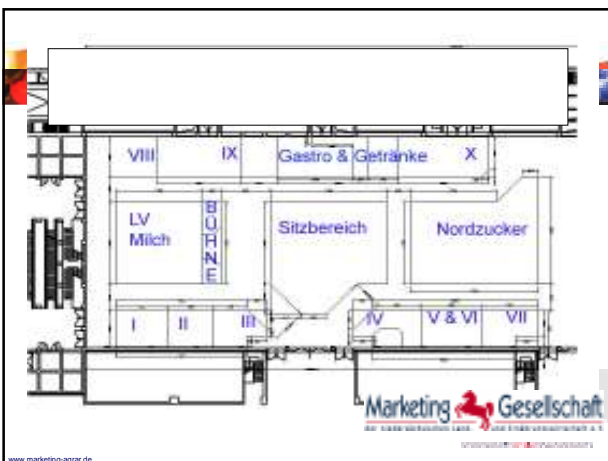
Erhalt und Stärkung der Marktstellung für die niedersächsische Agrar- und Ernährungsindustrie durch Auftritte bei Fach- und Verbrauchermessen in der Ausstellergemeinschaft.

Wir koordinieren für die Unternehmen in unserer Ausstellergemeinschaft

- die relevanten Messen
- die Verhandlungen mit den Messegesellschaften
- die firmenspezifischen Standplanung
- sämtliche Ausschreibungen in Hinblick auf alle direkten und indirekten Dienstleistungen (Standbau, -einrichtung, -gestaltung und -betrieb).




www.marketing-agrar.de



Verkaufsförderung



Setzen Sie Akzente am POS.

Wir unterstützen die mittelständischen Markenhersteller Niedersachsens, bei Erhalt und Steigerung von Umsatz und Bekanntheitsgrad Ihrer Produkte beim LEH und beim Verbraucher. Zu unseren Partnern auf der Handelsseite zählen fast alle Top 30 Unternehmen des deutschen LEH.

Unsere Aufgaben umfassen:

- Durchführung von niedersächsischen Länderwochen im LEH mit Handzettelwerbung und Insertation
- Ausstattung des LEH mit Werbematerialien für den POS
- Kontaktpflege zu Industrie bzw. Erzeugern/Vermarktern
- Imagepflege für das Land Niedersachsen
- Kontaktpflege zu Handelspartnern.



Beispiel Handzettelwerbung: Niedersachsen



Handzettelwerbung bei
COMET / Bolle (Metro):
75 VM
1,0 Mio. HZ Auflage
Kosten pro Unternehmen:
ca. 550,- Euro
Gesamtkosten: 8.000 Euro

Marketing Gesellschaft

www.marketing-agrar.de

Regionale Handelsmarken: „Unser Norden“ im Regal



Regionale Handelsmarken: „Unser Norden“ in der Theke



Marketing Gesellschaft

www.marketing-agrar.de

ERKLÄRUNG DER ELEMENTE AUF DER VERPACKUNG

- Genetischer Name informiert
- Bordüre greift Region auf
- Aufgeklärtes Layout
- Internet informiert weiter
- Staatliches Herkunfts- und Qualitätszeichen sichern ab
- Landkarte

ERENKA

GEMA



Imageaktionen, Sponsoring, Öffentlichkeitsarbeit

Bringen Sie die Leute auf den Geschmack.

Wir stellen die Leistungsfähigkeit und Kompetenz der niedersächsischen Agrar- und Ernährungswirtschaft heraus und erzeugen ein positives Meinungsbild bei Verbrauchern und Multiplikatoren.

Dazu organisieren wir allgemeine oder branchenspezifische Aktionen:

- (Natural-)Sponsoring durch Firmen der niedersächsischen Ernährungswirtschaft für verschiedenste Anlässe, insbesondere für Veranstaltungen mit Beteiligung des Landes
- Aktionstage Ökolandbau Niedersachsen
- Saisonöffnungen
- Pressegespräche

www.marketing-agrar.de



Anteil Beschäftigte im Ernährungsgewerbe am Verarbeitenden Gewerbe



Marktforschung

Bekommen Sie den Durchblick, Marktforschung führt zu Entscheidungen.

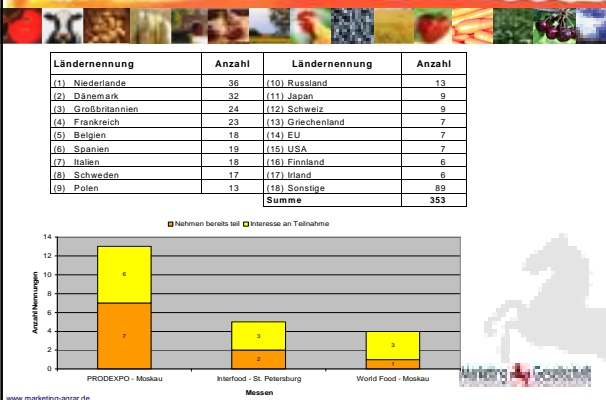
Wir führen für Sie durch:

- Marktanalysen mit Strukturdaten der Beschaffungs- und Absatzmärkten, zur Beurteilung von möglichen Chancen und Risiken
- Trendanalysen, um Aufschluss über Verbraucher-, Handels- und Verarbeitungsebene zu bekommen
- Mitgliederbefragungen, zur Entwicklung von Stärken-/Schwächenprofilen
- Store-Checks und Testkäufen, um für Sie die Situation am POS neutral zu erkunden.



www.marketing-agrar.de

Exportattraktivität und Messeteilnahme/-interesse in Russland



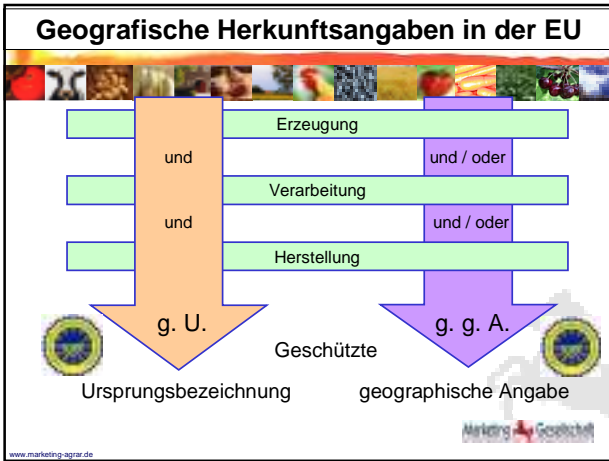
Marketing- und Organisationsberatung

Schöpfen Sie Ihre Möglichkeiten aus.

Wir bieten Ihnen:

- Beratung in Vermarktungsfragen
- Information zu Märkten und Marktpotenzialabschätzungen
- Kontaktvermittlung zu Marktpartnern auf Absatz- und Beschaffungsmärkten
- individuelle Entwicklung von Marketingstrategien und Kommunikationskonzepten
- Hilfe beim Aufbau marktgerechter Organisationsformen
- Unterstützung bei der Durchführung von Marketingaktionen





Trendgerechte Ausgestaltung eines Vermarktungskonzeptes

Hier: Wildfleischvermarktung

- Regionalität
- Saisonalität
- Convenience
- Frische
- Lebensmittelsicherheit / Qualitätsmanagement
- Alternative Vermarktung / Verwendungsrichtungen etc.

Marketing Gesellschaft

www.marketing-agrar.de

T.WILD

Wildfleischvermarktung

Wemmer ist Wildfleischvermarktung?

Das ist die... (text describing the concept)

Warum ist Wildfleischvermarktung so gesund?

Das ist die... (text describing health benefits)

Das ist die... (text describing production and quality)

Das ist die... (text describing marketing and distribution)

Das ist die... (text describing the role of the marketing company)

Marketing Gesellschaft

www.marketing-agrar.de

Qualitätsmanagementberatung

Ihr Qualitätsmanagement als Maßstab sicherer Produktion.

Wir bieten Ihnen:

- fachliche Beratung bezüglich relevanter Qualitätssicherungs- und Managementsysteme
- Hilfestellung bei der Einführung und Aufrechterhaltung von Qualitätssicherungs- und Managementsystemen
- Durchführung von Workshops, Schulungen, Vorträgen und Seminaren zu den Themengebieten der Qualitätssicherung.

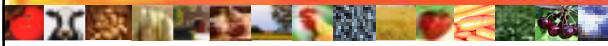
Unsere Beratung umfasst diesbezüglich folgende Systeme:

- DIN EN ISO 9001-2000
- QS Rind
- QS Schwein
- QS Drush- und Hackfrüchte
- QS Obst und Gemüse
- QS Kartoffel
- EUREPGAP Obst und Gemüse
- IFS Basisinformation
- EUREPGAP Integrated Farm Assurance
- weitere Individuelle Systeme

Marketing Gesellschaft

www.marketing-agrar.de

Förderung und Förderungsberatung



Fördermittel für erfolgsversprechende Ideen. Gehen Sie neue Wege.

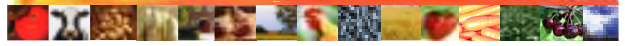
Unsere Beratung befasst sich mit:

- Förderungen im Markt- und Marketingbereich unter Einbeziehung bestimmter europäischer, nationaler und landesweiter Programme des Agrar- und Ernährungsbereiches sowie der Regionalentwicklung
- Erzeugergemeinschaften, Erzeugerzusammenschlüsse des ökologischen Landbaus und der Regionalvermarktung, Erzeugerorganisationen, sowie Erzeugergruppen, welche das Ziel der Bildung eines Zusammenschlusses verfolgen
- Unternehmen der landwirtschaftlichen Vermarktung und der verarbeitenden Ernährungswirtschaft
- landwirtschaftsnahen Organisationen des Agrarbereichs und der ländlichen Entwicklung
- Öffentlichen Körperschaften.



www.marketing-agrar.de

Entwicklung ländlicher Räume/Regionalprogramme



Schöpfen Sie Unsere Möglichkeiten aus.

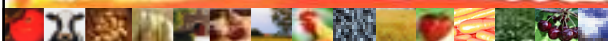
Wir unterstützen Sie:

- bei Vorhaben der Regionalvermarktung (Gebietszeichen, Projektbegleitung)
- bei der Einwerbung öffentlicher Mittel zur Förderung des ländlichen Raumes
- bei der Vermittlung von Informationen und Erfahrungsaustausch über die Wertigkeit ländlicher Räume
- bei der Diversifikation Ihrer landwirtschaftlichen Leistungen.



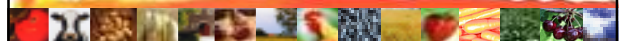
www.marketing-agrar.de

Regionale Vermarktungsinitiativen in Niedersachsen 2006 (n= 96)



www.marketing-agrar.de

Wissenstransfer (Kongresse,Seminare,Exkursionen)



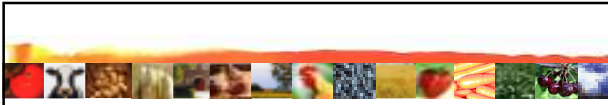
Gewinnen Sie neue Erkenntnisse.

Wir organisieren für Sie:


- Vortragsveranstaltungen zu aktuellen Branchenthemen und Markttendenzen
 - Kongress Rückverfolgbarkeit bei Vieh und Fleisch
 - Kongress Risikomanagement bei Getreide
- sachkundige Moderationen von Seminaren und Workshops
 - Seminar Marketing II (FH Osnabrück)
- Exkursionen und Informationsreisen
 - Polenexkursion (Vieh- und Fleischbereich).



www.marketing-agrar.de



СПАСИБО!



www.marketing-agrar.de