

## Ökologischer Landbau in Deutschland 2009

	Zahl der Betriebe	Anteil in %	Fläche in ha	Anteil in %
<b>Erzeugerbetriebe EU-Bio</b>	9.979	47,5%	298.218	31,3%
<b>Erzeugerbetriebe Verbands-Bio</b>	11.030	52,5%	653.339	68,7%
<b>Erzeugerbetriebe Bio gesamt</b>	<b>21.009</b>	<b>100%</b>	<b>951.557</b>	<b>100%</b>
<b>Anteil an Landwirtschaft gesamt</b>	5,9%		5,6%	

Quelle: BÖLW, Januar 2010, vorläufige Schätzung



## Öko-Absatzpotenziale in Nordrhein-Westfalen

In einer Unternehmensbefragung Anfang 2008 wurden über 80 wichtige Unternehmen, die im Bio-Markt NRW tätig sind, befragt, wie sie ihre künftige Absatzentwicklung einschätzen und welche Bedeutung Bio-Erzeugnisse aus der eigenen Region beim Wareneinkauf haben. Die Ergebnisse der Befragung haben gezeigt, dass bei vielen Öko-Agrarrohstoffen in den nächsten Jahren ein deutlicher zusätzlicher Bedarf prognostiziert wird. Da der Trend weg von Importen hin zu Öko-Rohstoffen aus heimischer Erzeugung geht, werden die Unternehmen die benötigten Bio-Produkte künftig stärker aus der Region nachfragen, sofern das Angebot vorhanden ist und die Qualitäten stimmen. Die Befragung zu diesem Zeitpunkt zeigte einen Bedarf an zusätzlicher NRW-Öko-Anbaufläche bis zum Jahr 2012 von bis zu 43.000 Hektar. Das würde einem Flächenwachstum im Vergleich zum Jahr 2008 von 70 Prozent entsprechen.

Die Studie „Öko-Marktentwicklung & Öko-Nachfragepotential NRW“ ist kostenfrei abrufbar unter:  
[www.agromilagro.de/downloads/oekostudie\\_NRW.pdf](http://www.agromilagro.de/downloads/oekostudie_NRW.pdf)

## Bio-Markt Broschüre gibt Hilfestellungen

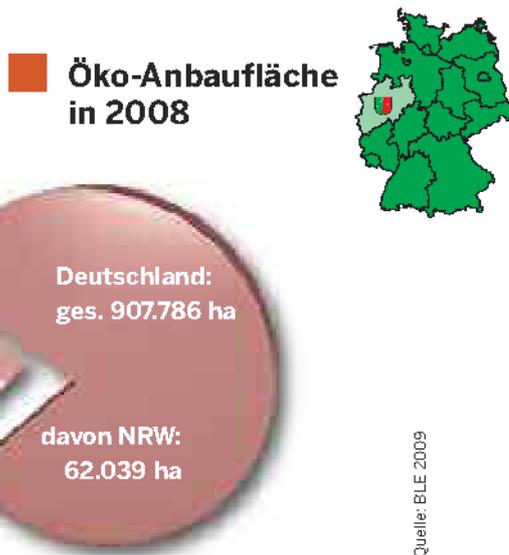
Die Marktausweitung zwingt die Unternehmen zu einer umfassenden Professionalisierung. Bio-Produkte müssen gezielt gebündelt, vereinbarte Qualitäten kontinuierlich geliefert, neue Absatzwege effizient erschlossen und individuelle Marktstrategien entwickelt werden. Wie dies gelingen kann, zeigen ausgewählte Beispiele in dieser Broschüre in den Marktstufen Erzeugung, Verarbeitung, Außer-Haus-Verpflegung und Handel.

Jedes Beispiels-Unternehmen hat seinen eigenen erfolgreichen Weg gefunden, um im Bio-Markt zu agieren. Für jeden interessierten Unternehmer ist es sinnvoll, sich über die aktuellen Marktchancen gründlich zu informieren. Gemeinsam mit der Beratung der Landwirtschaftskammer und der Öko-Verbände sollten nüchtern die Chancen und Risiken einer Umstellung abgewogen werden.

## Zielgruppen

Die Broschüre richtet sich in erster Linie an Fachleute aus den Marktstufen Erzeugung, Verarbeitung, Außer-Haus-Verpflegung und Handel.

1. **Einsteigern** in das Bio-Segment will die vorliegende Broschüre mit Marktüberblicken, Prognosen der Marktbeteiligten und Fallbeispielen eine Entscheidungshilfe geben:
  - In welchen Bereichen lohnt sich eine Umstellung?
  - Welche Produkte werden am Markt gebraucht?
  - Wie sieht die Wettbewerbssituation in den Segmenten aus?
  - Über welche Vertriebschienen werden Bio-Produkte verkauft?
2. **Profis** will die Broschüre einen umfassenden Überblick verschaffen und Anregungen geben.



## Ausgewählte Fakten zur Bedeutung der Ökolandwirtschaft in NRW

### Anteil gesamt NRW an Deutschland gesamt

Anbaufläche (LF)	8,9 %
Betriebe	12,7 %

### Anteil Öko NRW an gesamt NRW

Anbaufläche (LF)	4,1 %
Betriebe	3,6 %

### Anteil Öko NRW an Öko Deutschland gesamt

Anbaufläche (LF)	6,8 %
Betriebe	8,4 %

Quelle: Destatis 2008 und BLE 2009

## 2. Erzeugung

### Nachfrage- und Angebotswachstum nähern sich einander an

In den neunziger Jahren entwickelte sich der ökologische Landbau in NRW mit kontinuierlichen Zuwachsraten von rund zehn Prozent. Durch eine entsprechende Förderung und positive Marktentwicklung beschleunigte sich dieser Wachstumsprozess ab dem Jahr 2000 mit einer Steigerungsrate von 20 Prozent. Im Boomjahr 2001 wuchs die ökologisch bewirtschaftete Fläche zudem explosionsartig um knapp 60 Prozent. Seit dem Jahr 2003 liegen die Wachstumsraten zwischen fünf und zehn Prozent. Da im gleichen Zeitraum die Nachfrage zweistellige Zuwachsraten verzeichnete, war der Markt seit 2005 von Angebotsengpässen auf den Öko-Rohstoffmärkten und einem entsprechend deutlichen Anstieg der Importmengen gekennzeichnet. Die sich aktuell abzeichnende Konsolidierungsphase auf den Absatzmärkten führt nun zu einer durchaus wünschenswerten Angleichung der Zuwachsraten von Produktion und Absatz. In einigen Bereichen gibt es inzwischen auch zeitweise Rohstoffüberschüsse.

### Verdopplung in fünf Jahren

Insgesamt hat sich die Öko-Anbaufläche in NRW seit 2001 von 24.500 Hektar auf knapp über 62.000 Hektar in 2008 um 150 Prozent erhöht. Damit lag im Jahr 2008 der Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche in NRW bei 4,1 Prozent. Die Zahl der Öko-Betriebe stieg in den letzten sieben Jahren von rund 700 auf fast 1.700 Unternehmen an. Knapp 4 Prozent aller landwirtschaftlichen Betriebe in NRW wirtschafteten im Jahr 2008 nach den Regeln des ökologischen Landbaus. Nachdem im Jahr 2007 die Öko-Förderung wieder eingeführt und in 2009 erhöht wurde, wächst auch die Zahl der Umstellungsbetriebe wieder an.

### Starker Trend zu Regionalität und Bio

Nachdem die Angebotsengpässe in den letzten Jahren zunehmend durch Importe gedeckt werden mussten, verstärkt sich derzeit der Nachfrage-Trend zu Produkten aus der Region. Regionale, ethische und soziale Aspekte gewinnen bei der Kaufentscheidung zunehmend an Bedeutung bei den deutschen Konsumenten. Damit wächst das Potenzial für ökologisch wirtschaftende Betriebe, in Kooperation mit Verarbeitern und dem Handel, über regionale Wertschöpfungsketten sichere Absatzkanäle aufzubauen. Unterstützungen von Seiten der Beratung und der Ökoverbände, die Marktpartner zusammen zu bringen und den Aufbau solcher Wertschöpfungsketten zu unterstützen, sind jetzt besonders wichtig.

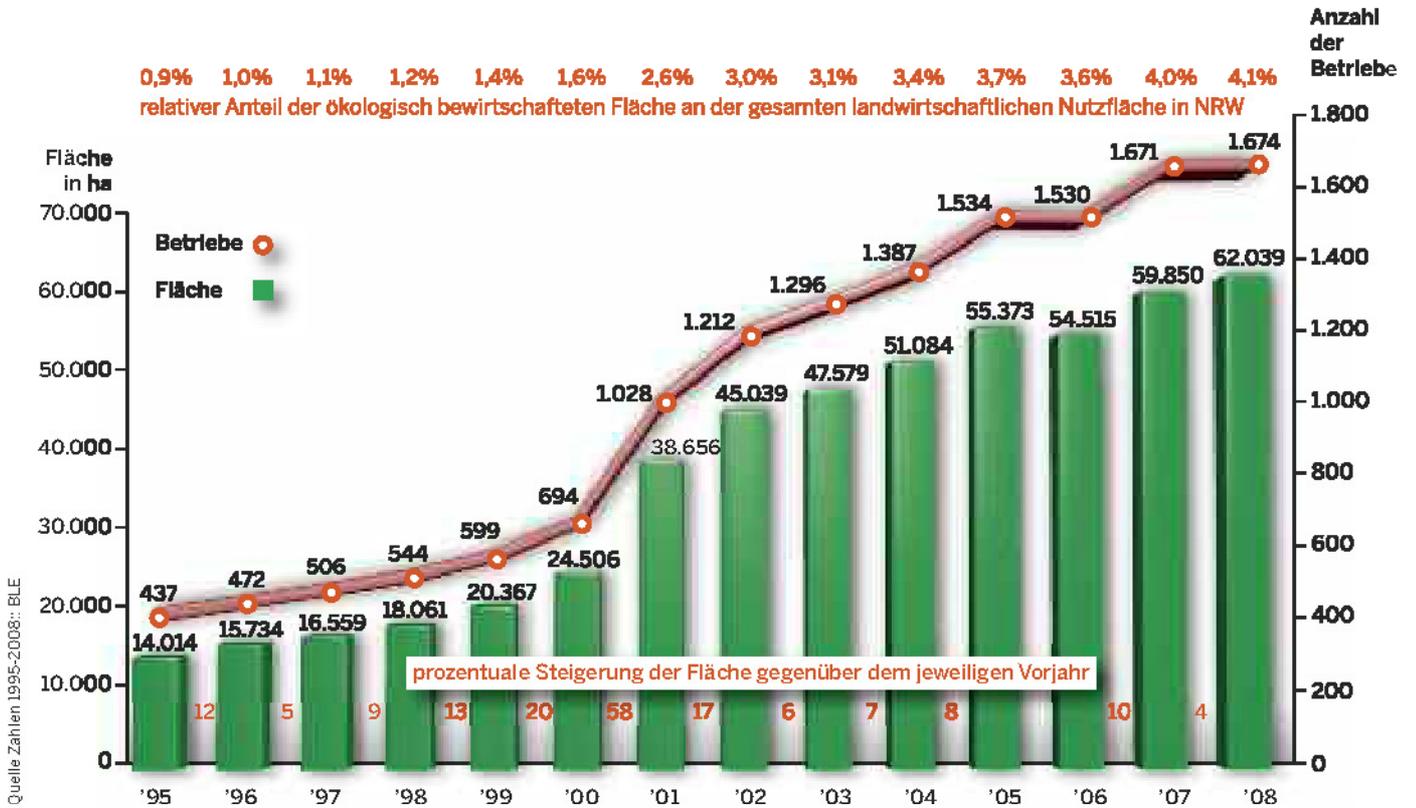
### Innovationsbedarf wächst

Der deutsche Markt war in den letzten Jahre geprägt durch den Importbedarf bei Bio-Lebensmitteln um die Nachfrage decken zu können. Das ändert sich derzeit. Durch die Präferenz für regional erzeugte Produkte und die Angleichung der Wachstumsraten bei Produktion und Nachfrage, sinkt der Importbedarf. Jedoch hat das Ausland den deutschen Markt nach wie vor als profitablen Absatzkanal im Visier. So werden überschüssige Bio-Rohstoffe, oftmals zu äußerst niedrigen Preisen, auf dem deutschen Markt abgesetzt. Der Bio-Milchmarkt ist ein hervorragendes Beispiel dafür. Durch diesen Importdruck ergeben sich neuerdings Angebotsüberschüsse, die bis zur Erzeugerebene deutlichen Preisdruck verursachen. Um solche Überschüsse abzufuffern, bedarf es innovativer Ideen, um diese Rohstoffe länger haltbar zu machen und sinnvoll auf dem Markt unterzubringen. Auch in anderen Produktbereichen besteht, zumindest zeitweise, ein Bedarf an innovativen Absatzalternativen.

### Entwicklung des ökologischen Landbaus in NRW

Fläche und Anzahl der erzeugenden Unternehmen 1995-2008 nach EG-Öko-Verordnung

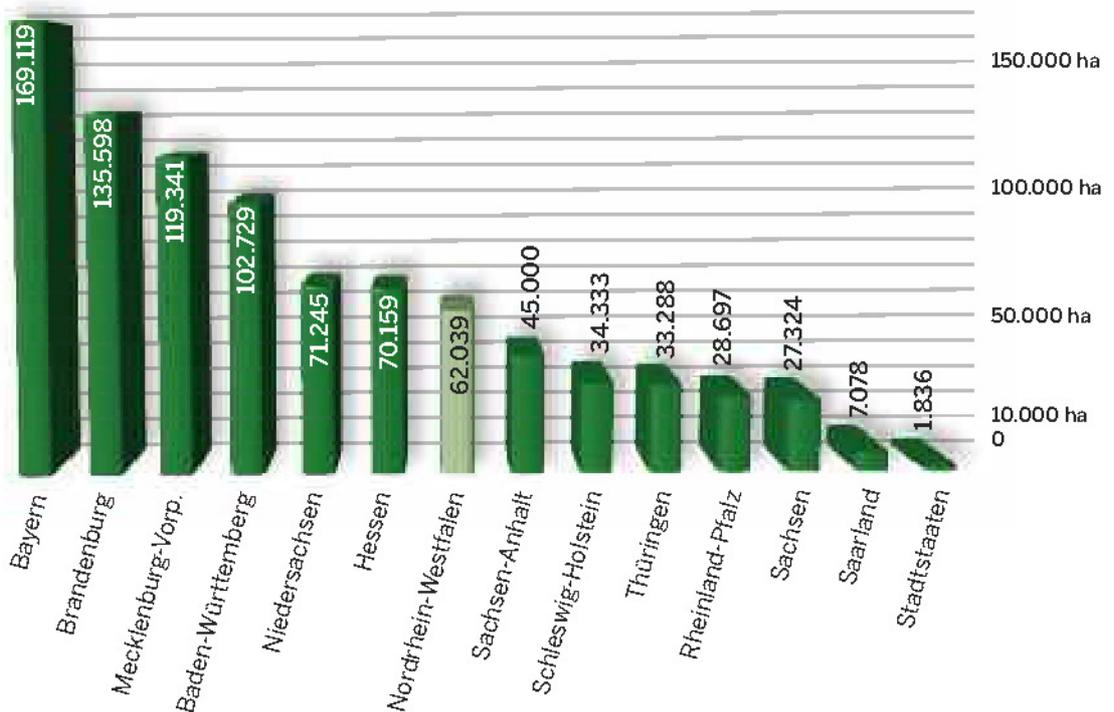
Stand: jeweils 31.12. des aufgeführten Jahres



Quelle: Zahlen 1995-2008: BLE

### Ökologisch bewirtschaftete Fläche 2008 nach Bundesländern

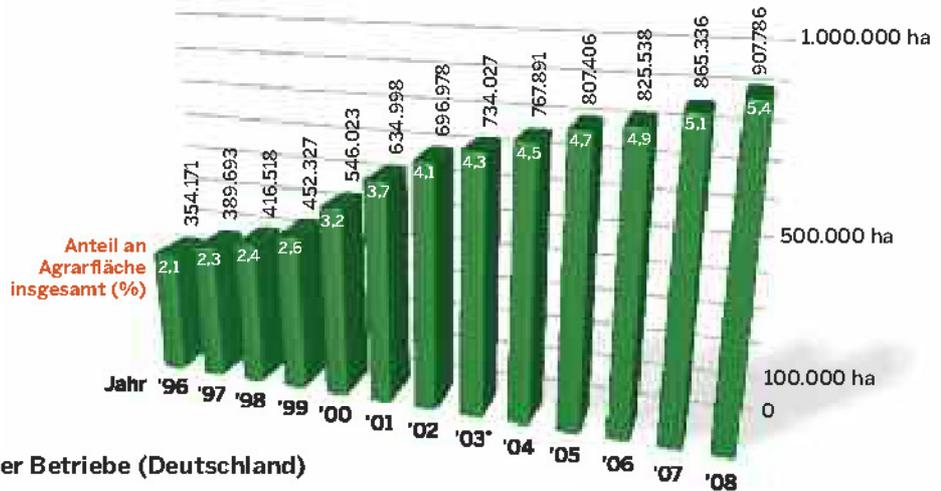
(in Hektar)



Quelle: BLE, Stand: 31.12.2008

# Ökologischer Landbau in Deutschland

Entwicklung der Fläche in ha (Deutschland)



Quelle: beide links: BMELV - Ökologischer Landbau in Deutschland, 11.11.2009

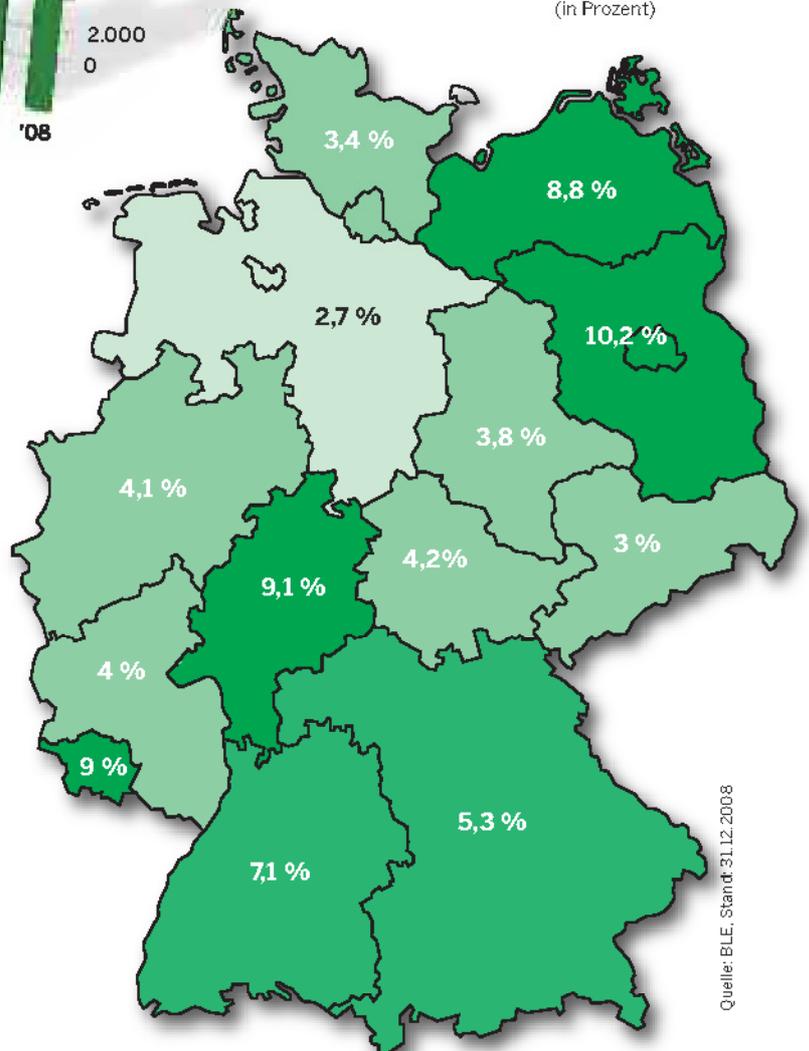
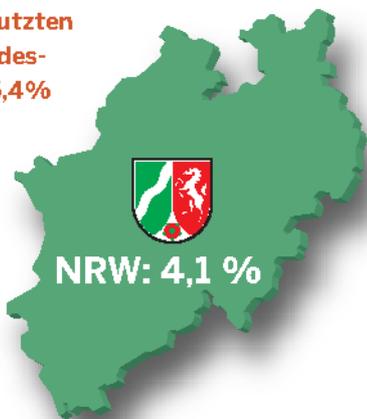
Entwicklung der Anzahl der Betriebe (Deutschland)



Anteil Ökofläche an der landwirtschaftlich genutzten Fläche in Deutschland 2008

(in Prozent)

Anteil Ökofläche an der landwirtschaftlich genutzten Fläche im Bundesdurchschnitt 5,4%



- mehr als 8%
- 5-8%
- 3-5%
- weniger als 3%

Quelle: BLE, Stand: 31.12.2008

### Ökologisch bewirtschaftete Fläche\* in Nordrhein-Westfalen

Nutzungsart	Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha)	Anteil an der Ökologisch bewirtschafteten Flächen
Dauergrünland	39.307	67,24 %
Ackerfläche	16.698	28,57 %
Gemüsebau- und Zierpflanzenfläche	1.348	2,31 %
Dauerkulturen	1.101	1,88 %
Ökologisch bewirtschaft. Fläche insg.	58.454	100,00 %

\*Es handelt sich um die geförderte ökologisch bewirtschaftete Fläche; Zahlen weichen von den nach EG-Öko-Verordnung kontrollierten Flächen ab.

### Ökologische Tierhaltung in Nordrhein-Westfalen

Tierarten	Anzahl der Betriebe*	Anzahl der Tiere
Pferde	564	3.984
Rinder	1.039	49.084
Kälber (bis 6 Monate)	854	8.943
Schweine	177	15.444
Zuchtsauen	70	1.362
Geflügel	305	287.337
Schafe	251	21.647
Ziegen	125	2.817

\*inkl. Doppelnennungen

### Ökologisch bewirtschaftete Ackerfläche\* in Nordrhein-Westfalen

Kulturart	Fläche (ha)	Anteil an der Ackerfläche (%)
Getreide insgesamt	8.575	51,35 %
davon Körnermais	317	1,90 %
Hülsenfrüchte	1.169	7,00 %
Hackfrüchte insgesamt, davon	821	4,92 %
Kartoffeln	742	4,44 %
Zuckerrüben	66	0,40 %
Sonstige	13	0,08 %
Öfrüchte	119	0,71 %
Futterpflanzen insgesamt, davon	5.849	35,03 %
Silomais	646	3,87 %
Leguminosen / Sonstige	5.203	31,16 %
Brache	165	0,99 %
<b>Ackerflächen insgesamt</b>	<b>16.698</b>	<b>100,00 %</b>

\*Es handelt sich um die geförderte ökologisch bewirtschaftete Fläche; Zahlen weichen von den nach EU-Öko-Verordnung kontrollierten Flächen ab.

### Tiere in Betrieben der ökologischen Anbauverbände in NRW (Stand 01.01.2010)

	Einheit	Bioland	Naturland	Demeter	Biokreis <sup>1</sup>	gesamt
<b>Rinder</b>						
• Milchkühe	Stück	5.884	1.106	794	200	7.984
• Milchkontingent gesamt	Mio. kg	35,0	5,0	3,5	1,0	44,5
• Mutterkühe	Stück	2.924	464	209	3.000	6.597
• Mastrinder/Nachzucht	Stück	11.801	1.863	264	3.400	17.328
<b>Schweine</b>						
• Zuchtsauen	Stück	621	506	17	10	1.154
• Mastschweine	Stück	6.862	3.132	305	150	10.449
<b>Schafe, Ziegen</b>						
• Mutter- und Milchschafe	Stück	7.100	1.642	269	1.000	10.011
• Ziegen	Stück	1.207	34	42	100	1.383
<b>Geflügel (Jahresbestand)</b>						
• Legehennen	Stück	70.297	43.299	8.280	1.500	123.376
• Masthähnchen	Stück	30.054	9.894	665	k.A.	40.613
• Enten	Stück	513	469	137	k.A.	1.119
• Gänse	Stück	1.473	770	271	k.A.	2.514
• Puten	Stück	1.182	9.926	70	k.A.	11.178

<sup>1</sup>Schätzung

Quelle: vorläufige Daten der EU-Zahlstelle, LWK NRW | Stand 01.07.2009

Quelle: LWK NRW, vorläufige Daten der EU-Zahlstelle, Angaben aus dem Mantelbogen zum Stichtag 15.05.2009 | Stand 01.07.2009

Quelle: vorläufige Daten der EU-Zahlstelle, LWK NRW | Stand 15.10.2009

Quelle: Angaben der Ökoverbände

## Marktsituation in dem Segment: Getreide

### Der Markt wird volatil

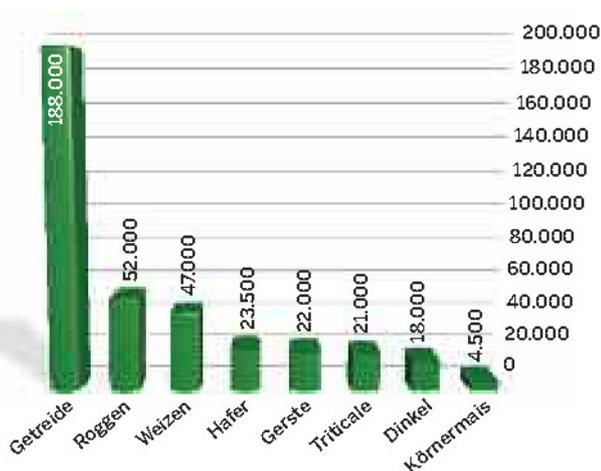
Mit einer Anbaufläche von rund 190.000 Hektar ist Getreide nach Grünland die wichtigste Nutzungsart im Bio-Anbau in Deutschland. Im Jahresschnitt werden rund 600.000 Tonnen Öko-Getreide geerntet. Roggen und Weizen mit jeweils etwa 50.000 Hektar Anbaufläche machen den größten Teil der produzierten Bio-Getreidemengen aus.

Bedingt durch die europaweite Angebotsverknappung in der Saison 2007/2008 waren die Erzeugerpreise sowohl für Bio-Brotgetreide wie auch -Futtergetreide ungewöhnlich stark angestiegen. Die bessere Rohstoffverfügbarkeit in der Saison 2008/2009 hat dann wieder zu einem deutlichen Rückgang der Erzeugerpreise geführt. Als Folge der hohen Rohstoffpreise hat sich der Absatz in dieser Zeit rückläufig entwickelt, da einige Verarbeiter und Bäckereien zu den hohen Preisen Bio-Brot aus dem Sortiment herausgenommen haben. Dies betraf vor allem Weizen- und Dinkel-Produkte. Veredelungsbetriebe, die in ihrer



Rentabilität stark von den Futtermittelpreisen abhängig sind, haben die Produktion ebenfalls reduziert, da der Handel die erhöhten Produktionskosten nicht in vollem Umfang zu honorieren bereit war. Der Preisabstand zur konventionellen Ware wäre dann zu groß, so das Argument. Bei der Zunahme der Volatilität auf dem Bio-Getreidemarkt ist es sinnvoll, über Investitionen in den Bau von Getreidelager nachzudenken. Damit wird die Qualität des Erntegutes erhalten und es können Preisschwankungen abgepuffert werden. Ob solch eine Investition für einen Einzelbetrieb oder in Kooperation mit Kollegen sinnvoller ist, muss im Einzelfall geprüft werden. Die Investitionsförderung wird derzeit in einigen Bundesländern hierauf überprüft, um ggf. die anstehenden Entscheidungen der Erzeuger zu unterstützen. Auch gehen immer mehr Unternehmen dazu über, langfristige Vereinbarungen mit Erzeugern abzuschließen, um für beide Seiten Preisschwankungen zu minimieren und längerfristige Kalkulationen zu ermöglichen.

### Anbauflächen von Bio-Getreide in Deutschland 2008 in ha



Quelle: ZMP, AMI, SÖL, DBV, BÖLW, FiBL 2009

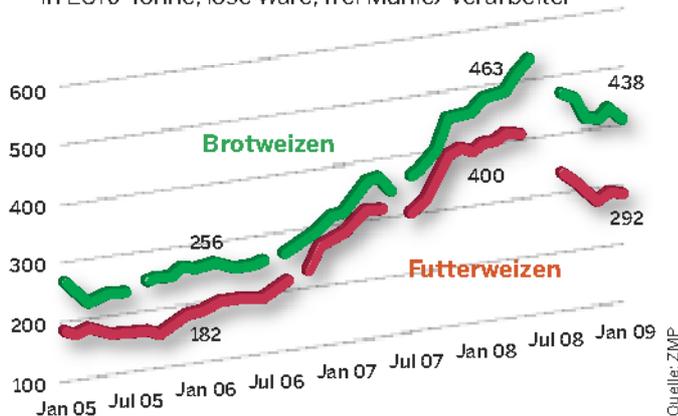
### Ausgewählte Daten zur Bio-Getreideerzeugung in Deutschland und NRW 2008

	Bio-Getreide- erzeugung in Deutschland in 2008	Anteil am Gesamtgetrei- deanbau in Deutschland 2008	Anteil NRW an der Öko-Getreide- anbaufläche
Produktion Bio-Getreide	600.000 Tonnen	1,1 %	-
Anbaufläche Bio-Getreide	190.000 Hektar	2,9 %	4 %
Anbaufläche Bio-Weizen	47.000 Hektar	1,5 %	5 %
Anbaufläche Bio-Roggen	52.000 Hektar	7,1 %	2 %

Quelle: ZMP, AMI, SÖL, DBV, BÖLW, FiBL 2009

## Erzeugerpreise für Bio-Brot- und -Futterweizen in Deutschland 2005 bis 2009

in EUR/Tonne, lose Ware, frei Mühle/Verarbeiter



Quelle: ZMP

### Absatzpotenzial für heimische Ware steigt

Mit der neuen Ernte im Herbst 2009 zeichnet sich eine Verknappung für gute Weizenqualitäten ab und damit auch eine Preiserholung. Bei Roggen wurden in den anbaustarken Regionen im Nordosten recht gute Mengen und Qualitäten geerntet. Alterntige Partien drücken zusätzlich auf den Markt, so dass die Preise weiterhin unter Druck sind. Auch bei Dinkel, Hafer und Braugerste gestalten sich die Preisverhandlungen schwierig, da die Preisvorstellungen der Marktpartner nach der turbulenten Voraison weit auseinander liegen.

### Forschungsergebnisse zeigen zusätzliche Absatzpotenziale auf

Grundsätzlich ist zu erwarten, dass bei niedrigem Preisniveau die Importe zurück gehen und mehr heimische Ware am Markt platziert wird. Aktuelle Forschungsergebnisse zeigen zudem Chancen auf, mehr heimischen Bio-Weizen für den Konsummarkt einzusetzen. In einem Projekt des „Bundesprogramm Ökologischer Landbau“ (BÖL) wurde die Verarbeitungsqualität von eigens für den Öko-Landbau gezüchteten Weizensorten untersucht: „Entwicklung einer prozessnahen Diagnostik der Mehlnqualität und Teigbereitung zur optimierten Herstellung von Backwaren aus Öko-Weizensorten“. Hierfür konnte ein optimierter Backtest entwickelt werden. Die bislang angewandten Methoden führen oftmals zu einer suboptimalen Einschätzung der Qualitätseigenschaften der Getreidepartien. Weizen, der unter einen gewissen Wert beim Klebergehalt fällt, wird bislang als untauglich für den Brotgetreidemarkt eingestuft. Dass dieser Zusammenhang nicht zutrifft, hat diese Forschungsarbeit bewiesen. Damit wird es künftig möglich sein, einen größeren Anteil heimischer Ware auf dem Konsummarkt abzusetzen, wodurch der Importbedarf weiter zurückgeht.\*

\* Infos unter [http://www.forschungsring.de/arbeitsbereiche/ibdf\\_de\\_qes/backtest-fuer-weizen.html](http://www.forschungsring.de/arbeitsbereiche/ibdf_de_qes/backtest-fuer-weizen.html)

## Fallbeispiel 1: Getreide

### Getreide mit eigener Verwertung

Mitten in der Soester Börde liegt der Betrieb Hans Dieter Blume. Das angebaute Getreide wird professionell in Eigenregie vermarktet. Mit Brotspezialitäten, Eiern und Hühnerfrikassee bietet der Biohof fertige Produkte für den bequemen Biogenuss.

Hans-Dieter Blume ist Ökolandwirt der ersten Stunde. 1988 gründete er gemeinsam mit sechs Berufskollegen den Naturlandverband Nordrhein-Westfalen und begann seinen bis dahin konventionell bewirtschafteten Betrieb Schritt für Schritt auf ökologischen Landbau umzustellen. Dabei hatte er von Anfang an das Ziel, die hofeigenen Produkte auch selbst zu vermarkten.

So dauerte es keine zwei Jahre, bis ein Hofladen mit hauptsächlich eigenen Produkten in uriger bäuerlicher Atmosphäre eröffnet wurde. Mittlerweile kann der Kunde Bioprodukte jedoch überall kaufen. Der gemütliche Hofladen ist daher dem Trend der Zeit gewichen. Gleichzeitig müssen in der Verarbeitung immer mehr bürokratische Hürden überwunden werden, da die Anforderungen an die Dokumentation für jeden Vermarktungsschritt enorm gestiegen sind.

Nach dem Tod seiner Frau hat der Landwirt seinen Betrieb umstrukturiert und die Feldwirtschaft stärker forciert. So stellt der Anbau von Feldgemüse ein neues Standbein für den Betrieb dar, das erfolgreich ausgebaut werden konnte. Neben Möhren und Kohl wird sogar Blumenkohl als schwierigste Kultur im Ökolandbau erfolgreich produziert und über die Marktgemeinschaft der Naturland Bauern vertrieben. Blume hat sich den veränderten Bedingungen angepasst und gleichzeitig die Vermarktung des eigenen Getreides und der Schlachthennen weiter professionalisiert.

### Frisch gemahlene Mehl vom Hof

Da auf den guten Böden des Betriebes hervorragende Backqualitäten heranwachsen, hat sich der Naturlandbetrieb auf die Weiterverarbeitung von Getreide zu Mehl spezialisiert. Neben den traditionellen Getreidesorten, wie Weizen und Roggen, werden auch Dinkel

Hans-Dieter Blume: „Für eine gute Versorgung der Böden und eine optimale Kreislaufwirtschaft im Bio-betrieb ist die Tierhaltung sehr wichtig.“



und Nackthafer für Haferflocken angebaut. Das Getreide wird direkt am Hof vermahlen und von einer Subunternehmerin verarbeitet. Aus dem aufbereiteten Bio-Getreide stellt die Bäckerin eine ganze Reihe besonderer Spezialitäten her, die man so im traditionellen Supermarkt noch nicht finden kann. Die angebotene Palette reicht von Roggen-Weizen-Mischbrot, Haferquellbrot über Stuten bis hin zu Brötchen, Hefengebäck und Vollkornkuchen. „Das Gros des anfallenden Bio-Getreides vermarkte ich allerdings als Vollwertmehl über den Naturkosteinzelhandel, den ich zweimal wöchentlich beliebere“, erläutert der Westfale. Darüber hinaus kommt der Teil des Ertrages mit minderer Qualität in der tierischen Veredlung zum Einsatz.

### Veredlung in der Tierproduktion

So mästet der 53-Jährige etwa 200 Mastschweine im Jahr, die über die Erzeugergemeinschaft Biofleisch NRW vermarktet werden. Der Mist der eigenen Schweine liefert zudem einen Beitrag zum Humusaufbau und zur guten Ernährung der Regenwürmer. Ein weiteres wichtiges Standbein ist die Eierzeugung. So wurde die Legehennenhaltung im Laufe der Jahre immer weiter ausgebaut. „Wir haben unseren Tierbestand von 2.500 auf 5.500 Hennen aufgestockt.“ Das Federvieh verwertet nicht nur die min-

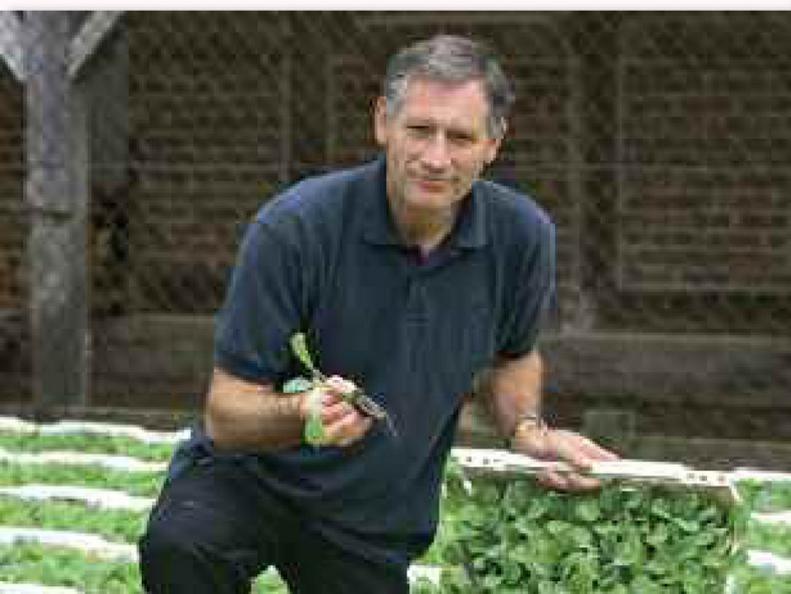
deren Qualitäten, sondern liefert gleichzeitig auch wertvollen Dünger für die Kulturen auf dem Acker. Eine Kreislaufwirtschaft, wie sie im Ökolandbau optimal ist.

Abgesetzt werden die Bio-Eier vornehmlich über den Naturkostgroßhandel und -einzelhandel. Etwa 80 Prozent der erzeugten Eier vermarktet er über diese Schiene. Den Rest vertreibt der Landwirt über eine eigene Eiertour direkt an den Endverbraucher. Einen kurzen Weg in der Verarbeitung favorisiert Blume auch für seine Hennen. Nach dem Ende der Legezeit landen viele Legehennen bereits auf dem Hof als Hühnerfrikassee im Glas. Auch in der Bio-Vermarktung liegen vorgefertigte Produkte eben im Trend.

## Betriebsdaten

### Blume, Serkshof

<b>Biobetrieb:</b>	<b>seit 1988</b>
<b>Flächen:</b>	<b>153 ha landwirtschaftliche Gesamtfläche, 135 ha Ackerfläche, 9 ha Grünland</b>
<b>Anbau:</b>	<b>Winterweizen, Winterroggen, Dinkel, Nackthafer, Zuckerrüben, Kartoffeln, Gemüse, Erbsen und Ackerbohnen</b>
<b>Tierhaltung:</b>	<b>15 Zuchtsauen, 200 Mastschweine pro Jahr, 5.500 Legehennen</b>
<b>Mitarbeiter:</b>	<b>1 fester Mitarbeiter, 1 Auszubildender, Aushilfskräfte nach Bedarf</b>





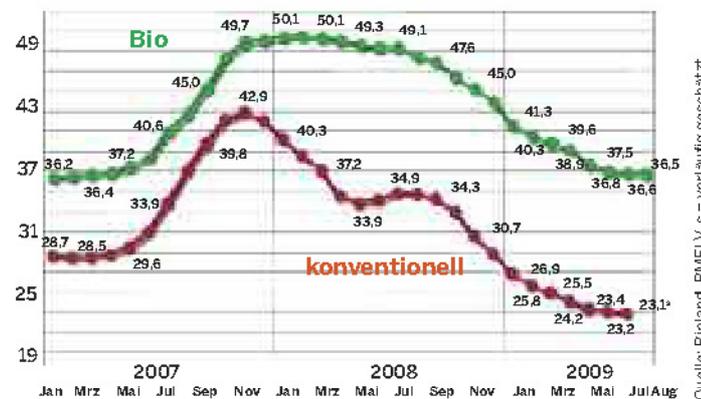
## Marktsituation in dem Segment: Milch/Rindfleisch

### Milch: Angebotsüberschuss sorgt für Preisdruck

Nachdem Bio-Milch hierzulande lange Zeit ein knapper Rohstoff war und Molkereien händeringend umstellungswillige Betriebe gesucht haben, war der Markt in 2009 von einem Bio-Milchüberschuss geprägt. Grund für diesen Überschuss waren die steigenden Importe vor allem aus Österreich und Dänemark. Dort wird deutlich mehr Bio-Milch erzeugt, als der eigene Markt aufnehmen kann und so wird die Bio-Milch deutschen Molkereien und Handelsketten zu konkurrenzlos niedrigen Preisen angeboten. Dass Österreich und Dänemark die Milch so billig abgeben können, liegt unter anderem daran, dass die Bio-Milchbauern deutlich mehr Fördergelder bekommen als deutsche Bio-Milchbauern. Diese Marktverzerrungen machen den heimischen Bio-Bauern das Leben schwer.

Nachdem die deutschen Erzeugerpreise noch bis zum Frühjahr 2008 kontinuierlich angestiegen waren, gingen sie seitdem ebenso deutlich zurück. Dem Sog des Preisverfalls auf dem konventionellen Milchmarkt konnte sich der Öko-Markt nicht entziehen. Der Vergleichspreis zum konventionellen Sortiment im LEH wird immer wieder als ein wichtiger Grund für den Preisrückgang angeführt. Seit Herbst 2009 zeichnet sich eine leichte Erholung auf dem konventionellen wie auch Bio-Milchmarkt ab. Der Druck scheint sich mit dem Absatzwachstum bei Bio-Molkereiprodukten in 2009 abzubauen. Auch die zusätzlichen Importmengen hat der Markt nun aufgenommen, so dass die Erzeugerpreise wieder zaghaft ansteigen. Die größte Molkerei in Dänemark, Arla, hat einen Aufnahmestopp für Bio-Milcherzeuger verhängt, so dass von dort auch keine zusätzlichen Übermengen zu erwarten sind. In Österreich

### Monatliche Milchpreise in Deutschland 2007-2009 incl. Zu-/Abschläge ohne Nachzahlung, Cent/kg ab Hof bei 4,2% Fett u. 3,4% Eiweiß



Quelle: Bioland, BMELV, s = vorläufig geschätzt

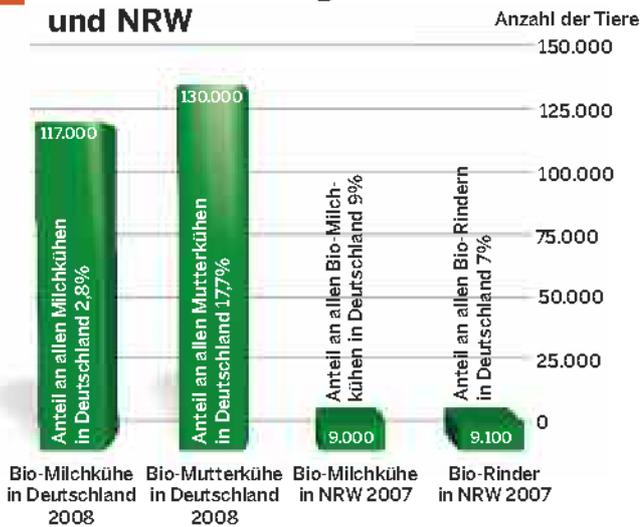
hat sich der enorme Mengenzuwachs auch deutlich verringert. Gleichzeitig kann Bio-Milch auf dem französischen Markt abgesetzt werden, da dort zu wenig Bio-Milch für die starke Nachfrage erzeugt wird. Damit hat sich die Lage auf dem Bio-Milchmarkt ein wenig entschärft. Einige Molkereien berichten bereits von Nachfrageüberhängen, andere wiederum melden noch Überschüsse.

Die Bio-Molkereien haben auf Grund der Überschussituation einen Aufnahmestopp für neue Lieferbetriebe verhängt und gehen teilweise auch dazu über, Überlieferungen deutlich schlechter zu bezahlen als die vereinbarte Milchmenge, um keinen Anreiz für Mehrproduktion zu geben. Man möchte ein Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage schaffen, um so eine stabile Ausgangslage für das Marktwachstum zu fairen Preisen zu erreichen. Ob diese Strategie erfolgreich sein wird, ist sehr fraglich, da die Milchlieferungen aus dem Ausland sich natürlich nicht an so ein Konzept halten. Bleibt eigentlich nur die deutliche Kennzeichnung der Länderherkunft der Bio-Milch. Das könnte helfen, den Absatz der heimischen Milch zu stärken. Denn die Verbraucher achten inzwischen nachweislich immer stärker auf die Herkunft der Lebensmittel, können dies aber bei Milch und anderen Verarbeitungsprodukten bislang nur schwer erkennen.

### Rindfleisch: Absatzpotenziale stärker ausschöpfen

Wegen des zwischenzeitlichen Antragsstopps bei der Grünlandextensivierung sind eine Reihe von Rinderbetrieben auf die Öko-Förderung ausgewichen. Oftmals sind es Mutterkuhbetriebe, die für die ökologische Bewirtschaftung kaum Änderungen in der Erzeugung vornehmen müssen. Entsprechend groß ist das Angebot an Bio-Rindfleisch. In Nordrhein-Westfalen ist ein großer Teil dieser

## Bio-Rinderhaltung in Deutschland und NRW



Betriebe im Sauerland beheimatet. Der Absatz von Bio-Rindfleisch wächst zwar kontinuierlich, allerdings hauptsächlich in Form von Hackfleisch. Edelteile sind wegen der hohen Preise schwierig zu vermarkten, zumal es in diesem Segment im LEH so gut wie keine Verbraucheraufklärung oder Bewerbung gibt. Investitionen in die Kommunikation und Aufklärung der Verbraucher würden gerade bei diesem sensiblen Produkt neue Absatzpotenziale erschließen helfen.

Die ZMP schätzte das Aufkommen an Bio-Milchkühen auf 117.000 Stück und an Bio-Mutterkühen auf 130.000 Stück im Jahr 2008. Das wären Zuwächse im Vergleich zu 2007 von rund zehn Prozent. Etwa neun Prozent aller Bio-Milchkühe und etwa sieben Prozent aller Bio-Rinder wurden 2007 in NRW gehalten.

Ulrich Schumacher und Johannes Berger (rechts): „Wir haben unseren Betrieb trotz seiner Vielseitigkeit gut organisiert und die Weichen für die Zukunft gestellt.“



## Fallbeispiel 2: Milch

### „Stark in der regionalen Milchversorgung“

Mit dem Aufbau einer eigenen Hofmolkerei haben Ulrich Schumacher und Partner Johannes Berger die Biomilch-Vermarktung auf ein breiteres Fundament gestellt. Neben der Belieferung einer Molke- rei im Münsterland versorgen sie auch 260 Kindergärten in der Region, Privatkunden, Cafés, Alten- und Pflegeheime sowie den regionalen LEH regelmäßig mit Milch aus der Hofmolkerei.

Ulrich Schumacher und sein Partner Johannes Berger hatten beste Voraussetzungen, als sie 1995 den landwirtschaftlichen Betrieb Gut Wilhelmsdorf von den Von-Bodelschwingschen Anstalten pachteten und ihn nach Bioland-Richtlinien umstellten. Die beiden Diplomagraringenieure waren vorher unter anderem bei der Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe als Berater aktiv. Schumacher arbeitete zudem zwei Jahre lang als angestellter Betriebsleiter auf einem Bioland-Betrieb. Die beiden Kompagnons gaben sich mit der Übernahme der reinen Landwirtschaft allerdings nicht zufrieden.

## Betriebsdaten

### Gut Wilhelmsdorf

<b>Biobetrieb:</b>	seit 1995
<b>Fläche:</b>	325 ha landwirtschaftliche Nutzfläche
<b>Tierhaltung:</b>	180 Milchkühe, 130 Jungrinder
<b>Hofverarbeitung:</b>	Hofmolkerei, Verarbeitungsmenge 55.000 Liter pro Monat, eigener Hofladen
<b>Energieerzeugung:</b>	Biogasanlage zur Stromerzeugung (165 kW)
<b>Mitarbeiter:</b>	12 ( umgerechnet in Voll AK)

### Einstieg in die eigene Weiterverarbeitung

Bereits drei Jahre später bauten sie eine eigene Hofmolkerei auf. Eine richtige Strategie, wie die aktuelle Verarbeitungsmenge belegt. Mehr als 50.000 Liter Milch werden monatlich in einer Durchlauf-Pasteurierungs-Anlage verarbeitet und in Ein- und Zwei-Liter-Mehrwegflaschen sowie in Zehn-Liter-Kannen abgefüllt. „Außerdem stellen wir noch Vollfett-Naturjogurt her“, berichtet Berger. „Dieses Produkt ist kostengünstig in der Herstellung und bietet eine ausgesprochen gute Verwertung der Milch.“

Die Jogurtproduktion bringt nicht den meisten Umsatz. Sie macht lediglich einen Anteil von zehn Prozent aus. Das eigentliche Geschäft ist vielmehr die Biomilcherzeugung und -vermarktung. „Hier haben wir uns mittlerweile mehrere Standbeine aufgebaut“, so der Landwirt.

### Vermarktung über vier Kanäle

Wichtigster Abnehmer ist zweifellos die Molkerei Söbbeke. Mehr als 50 Prozent der auf Gut Wilhelmsdorf erzeugten Biomilch wird als Qualitätsrohmlch an das münsterländische Unternehmen geliefert. Der verbleibende Anteil wird über verschiedene Kanäle abgesetzt: Einrichtungen der Von-Bodenschwingschen Anstalten, darunter Krankenhäuser sowie Alten- und Behindertenheime, Kindergärten in der Region und Privatkunden. „Insgesamt beliefern wir mit eigenen Kühlfahrzeugen 260 Kindergärten zweimal wöchentlich mit Frischmilch, davon nahezu alle Einrichtungen in Bielefeld und im Kreis Gütersloh, aber auch einige in Lippestadt, Geseke und Erwitte“, erläutert Ulrich Schumacher.

Die Chancen für einen weiteren Ausbau dieser Schiene sind nach Ansicht des Landwirts allerdings eher gering. Nachdem das Land die Bio-Schulmilchbeihilfe gestrichen hat, mussten die Landwirte die Preise anheben. „Wir haben die Potenziale weitestgehend ausgeschöpft und sehen in der Zukunft allenfalls in angrenzenden Regionen Möglichkeiten, neue Kunden zu gewinnen.“ Auch den Großverbraucher-Bereich beurteilt der Westfale eher kritisch. Dort werde mit harten Bandagen um die Preise gekämpft und ein Niveau angestrebt, bei dem man als handwerklicher Erzeuger kaum mithalten könne.

Neue Chancen eröffnen sich allerdings durch den anhaltenden Trend zu ESL-Milch. Regionale Einzelhändler und Cafés zeigen reges Interesse an dem letzten Lieferanten in der Region, mit dessen echter Frischmilch sie sich in der allgemeinen ESL-Euphorie deutlich gegenüber anderen Wettbewerbern profilieren können.

### Die Bielefelder Verbraucher im Visier

Positiv schätzt Schumacher auch das Privatkundengeschäft ein, das, den Söbbeke-Anteil herausgerechnet, aktuell lediglich 20 Prozent zum Gesamtumsatz des Unternehmens beiträgt. „Wenn wir nur ein halbes Prozent der Bielefelder Verbraucher erreichen könnten, wäre dies schon ein Riesenerfolg.“ Nach Einschätzung des Landwirts ist die Konsumzurückhaltung derzeit zwar sehr ausgeprägt, es besteht bei einem Teil der Bevölkerung in der Region aber dennoch ein Interesse an Bio-Produkten bzw. an Erzeugnissen, deren Produktion ein hohes Maß an Transparenz bietet.

Schumacher und Berger haben sich deshalb auch bereits Gedanken gemacht, mit welchen Marketingmaßnahmen sie die anvisierte Zielgruppe am besten erreichen. Fürs Erste beschränken sich die beiden allerdings auf ihr Engagement in der Öffentlichkeitsarbeit. Insbesondere Schulklassen und Kindergarten-Gruppen kommen nahezu wöchentlich im Rahmen der Bielefelder Naturschule zu Besichtigungen auf den Betrieb. „Von der jungen Zielgruppe erhoffen wir uns auch, dass sie ihren Eltern von den Erlebnissen berichten und sie so für die regionale Frischmilchversorgung sensibilisieren“, erklärt Schumacher.

### Neues Image mit Käsespezialitäten

Von der Mund-zu-Mund-Propaganda hat bereits der vor sechs Jahren eröffnete Hofladen profitiert. In diesem bietet man ein etwa 1.200 Produkte umfassendes Vollsortiment an. „Vor allem mit unserem breit gefächerten Käsesortiment – wir haben etwa 60 verschiedene Sorten im Programm – haben wir uns in der letzten Zeit einen guten Namen gemacht.“ Berger und Schumacher sind optimistisch, dass sie und ihr Team es schaffen, diesen Unternehmenszweig unter anderem mit der Erweiterung des Abo-Service zum Vollsortiment weiter auszubauen. Überhaupt schauen die Agraringenieure trotz der angespannten gesamtwirtschaftlichen Lage mit Perspektive in die Zukunft. Mit Regionalität, Transparenz und Bio wollen sie auch weiterhin beim Verbraucher punkten.

„Wir haben unseren Betrieb in den vergangenen Jahren trotz seiner Vielseitigkeit gut organisiert und entsprechende Kosteneinsparungspotenziale ausgeschöpft“, so Schumacher. „Kurzum: Wir versuchen, die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft richtig zu stellen und setzen auf die Verbraucher, die regionale Frischmilch haben wollen.“ Im Moment schafft die Hofmolkerei einen Ausgleich für die stark gefallen Rohmilchpreise. Es ist allerdings noch nicht klar ist, ob diese Bemühungen in Zukunft dauerhaft von Erfolg gekrönt sein werden.



Mehrere Standbeine in der Milchvermarktung: Hier Durchlaufpasteurisierung und Abfüllung in Mehrwegflaschen.



Mit eigenen Kühlfahrzeugen werden Privatkunden, aber auch 260 Kindergärten beliefert.



### Fallbeispiel 3: Rindfleisch

#### „Die Vermarktung entscheidet“

**Der Weg in den Vollerwerb war für Matthias Ante von Anfang an erklärtes Ziel. Siebzehn Jahre nach der Betriebsübernahme bietet der etablierte Grünlandhof heute zudem Sohn Fabian ein erstes Auskommen. Gut 100 Rinder der Rasse Charolais halten die beiden Landwirte im Hochsauerland und vermarkten diese erfolgreich an eine bäuerliche Genossenschaft am nördlichen Rand des Ruhrgebietes.**

#### Kontinuierliche Entwicklung

Als Matthias Ante 1992 mit 34 Jahren den elterlichen Hof im wildromantischen Orketal bei Winterberg übernahm, stellte dieser einen typischen Nebenerwerbsbetrieb dar. „Sechs bis sieben Mutterkühe wurden auf 18 ha gehalten, der Stall befand sich in enger Ortslage, die Absetzkälber haben wir ohne viel Aufsehen auf den Auktionen des Fleischrinderherdbuches (FHB) in Meschede verkauft“, erinnert sich Ante. Nach den Vorstellungen des zielstrebig-jungen Bauern sollte sich dies jedoch bald ändern.

„Vom ersten Tag an war ich Vollerwerbslandwirt und setzte dabei weiter auf die Fleischrinderhaltung“, berichtet der Sauerländer. Mit der Betriebsübernahme wurde ein erster Stallneubau in Rundholzbauweise auf der grünen Wiese außerhalb des Wohnortes Winterberg-Elkeringhausen realisiert. Im Jahr 2002 konnte der zu diesem Zeitpunkt bereits 60 ha große Betrieb weitere 40 ha von einem Nachbarn übernehmen. Bereits ein Jahr zuvor er-

folgte die Umstellung auf ökologischen Landbau, zunächst aber ohne Verbandsmitgliedschaft. Gleichzeitig ging der Winterberger von der reinen Absetzerproduktion zur Ausmast der männlichen und weiblichen Nachzucht über. „2003 hatte ich dann erstmals Kontakt zum wirtschaftlichen Verein Biofleisch NRW in Bergkamen, wo ausschließlich Ökofleisch aus Verbandsbetrieben verarbeitet wurde. Durch steigende Nachfrage im Segment Biofleisch erfolgte schließlich 2006 der Beitritt zum Anbauverband Biokreis“, berichtet Ante.

#### Qualitätsfleisch ist gut nachgefragt

Viele Fleischrinderhalter in den Grünlandregionen Nordrhein-Westfalens wirtschaften im Nebenerwerb. Die Ausmast von Rindern ist in diesen Betrieben aufgrund kleiner Stallgebäude, zusätzlicher Arbeitsbelastung im Winterhalbjahr sowie oft mangelnder Mastleistung der Futtermittel auf den absoluten Grünlandstandorten wenig verbreitet. Gleichzeitig ist die Nachfrage nach guten Schlachtkörpern der gängigen Fleischrinderrassen wie Charolais, Limousin, Blonde d'Aquitaine, Angus oder Fleischfleckvieh, seitens der größeren Abnehmer in NRW und den benachbarten Bundesländern sehr stabil. Diese Situation nutzt Ökolandwirt Ante konsequent, um mit den gut 400 kg schweren Schlachtkörpern seiner Mastbullen sowie 300 bis 320 kg schweren Färsen der Klassifizierungen R und U 2/3 (im Alter von ca. 24 Monaten) einen sicheren Absatz für hochwertiges Biorindfleisch wahrzunehmen. Geschlachtet werden seine Rinder im nahe gele-



Die ökologische Rindermast setzt hochwertiges Grünland und Grundfutter voraus

genen und bio-zertifizierten Schlachthof Jedowski in Unna. Ein schonender Umgang mit dem Tier ist dabei eine Selbstverständlichkeit. „Entweder liefere ich selbst an oder stelle eine tiergerechte Abwicklung über vom Biokreis empfohlene Transporteure sicher, erläutert Matthias Ante. „Die Preislage im Segment Bio-Rindfleisch ist in den vergangenen Jahren sehr verlässlich gewesen, so dass für mich als Landwirt meist schon zu Beginn der Mast absehbar ist, welchen Preis das Masttier letztlich Erlösen wird.“

### Die Produktionstechnik muss stimmen

Die Gretchenfrage für ökologische Fleischrinder- bzw. Mutterkuhalter ist zumeist die Entscheidung zwischen reiner Absetzerproduktion mit oft konventioneller Vermarktung oder eben der zusätzlichen Ausmast der eigenen Jungtiere, wie Ante sie praktiziert. „Betriebswirtschaftlich drängt sich eher die Färsenmast auf, da die weiblichen Absetzer mit zehn Monaten etwa 200 Euro je Tier günstiger sind als vergleichbare Bullen. Zudem gelingt die mastgerechte Fütterung mit den Aufwüchsen des Grünlandes einfacher als bei männlichen Tieren und letztendlich ist die Färsche bei gleichem Erlös je Kilogramm Schlachtgewicht als Bioschlacht tier oft gesuchter als der Bulle“, rechnet Matthias Ante vor. In der Bullenmast gibt es erfahrungsgemäß nur dann eine Rendite, wenn Genetik und Fütterung ein hohes Niveau aufweisen. „Wir mähen un-

sere Flächen daher in der Regel in kleineren Einheiten je nach Reifestadium des Grünlandaufwuchses. Zudem wird bei uns jeder Rundballen markiert, damit wir gerade den Tieren in der Mastphase nur die besten Qualitäten anbieten können“, so der Biokreis-Landwirt. Bei Höhenlagen von bis zu 700 m über Meereshöhe und einigen Flächen im Vertragsnaturschutz fallen eben auch Qualitäten an, die allenfalls für tragende Mutterkühe oder gar nur zum Einstreuen verwendet werden. „Hat man nach zwei Jahren nicht 400, sondern nur 300 Kilogramm am Haken, könnte ich besser Absetzer verkaufen als mästen“, beschreibt der Praktiker die Herausforderung. In der Tat haben auch begleitende Studien der Fachhochschule Soest die Parameter Rassewahl und Fütterung als maßgebliche Erfolgsfaktoren der ökologischen Fleischrindermast herausgestellt.

### Die Vermarktung im Auge behalten

Die Produktionstechnik auf dem sauerländischen Hof ist eingespielt. Für eine erfolgreiche Zukunft sehen Matthias und Fabian Ante eine hochwertige Vermarktung als wichtigste Herausforderung an. Dem bisherigen Vermarktungspartner messen Sie dabei weiterhin eine entscheidende Bedeutung zu. Gleichzeitig haben sie aber auch neue Vermarktungswege im Visier. „In anderen Bereichen gibt es gute Erfolge beim Verkauf per Internetversand. Die junge Generation beherrscht dieses Medium perfekt. Wir könnten daher vielleicht auch unser Charolaisfleisch einfach in die Kiste packen“, beschreibt der gelernte Landwirt Fabian Ante das Thema humorvoll. In der Weiterverarbeitung sieht die Familie eine Möglichkeit zwei Generationen auf dem Hof zu ernähren. „Mit nur einer Person ist die Arbeit auf 100 ha und bei weit über 100 Köpfen Vieh selbst mit Hütehund kaum zu schaffen. Zwei Familien trägt der Hof jedoch in seiner jetzigen Struktur nur bedingt“, so Matthias Ante. Wer aber selbst mit sechs Mutterkühen in den Vollerwerb startete, für den dürfte diese Aufgabe mehr kreativer Ansporn denn unlösbares Problem sein.

Matthias Ante: „Über zuverlässige Absatzwege, klare Kostenstrukturen und eine ausreichende Flächenausstattung lässt sich auch in der ökologischen Fleischrinderhaltung ein Vollerwerb verwirklichen.“



## Betriebsdaten

### Biokreis-Hof Ante

**Biobetrieb:** seit 2001

**Flächen:** 106 ha Dauergrünland

**Tierhaltung:** ca. 40 Mutterkühe mit kompletter Ausmast, insgesamt gut 100 RGV, 10 Mutterschafe

**Arbeitskräfte:** 1 Betriebsleiter, derzeit zusätzlich Sohn als zweite AK



## Marktsituation in dem Segment: Schweine

### Positiver Trend hält an

Die in der Saison 2007/2008 stark gestiegenen Futtermittelpreise haben viele Erzeuger dazu gezwungen, die Schweinehaltung deutlich einzuschränken. Denn die Abnehmer waren mit Blick auf die niedrigen konventionellen Schweinepreise nicht bereit, die gestiegenen Erzeugungskosten ausreichend zu honorieren. Die auf diese Weise gedrosselte Bio-Schweinefleischproduktion trifft derzeit auf ein steigendes Interesse seitens der Nachfrage. Da die Bio-Futtermittelpreise sich auf Grund der reichlichen Bio-Futtergetreideernte im Herbst 2009 wieder rückläufig entwickeln, reduzieren sich die Produktionskosten und die Preisverhandlungen mit den Abnehmern dürften damit deutlich entspannter ablaufen als noch vor Jahresfrist. Es ist allerdings ratsam, nur in Absprache mit der aufnehmenden Hand die Produktion auszuweiten, da der Bio-Schweinefleischmarkt sehr klein und damit anfällig für relativ geringe Übermengen ist. Zudem plant auch das Ausland, vor allem Dänemark, den deutschen Markt mit wachsenden Mengen zu beliefern.

### Bio-Ferkel nicht ausreichend vorhanden

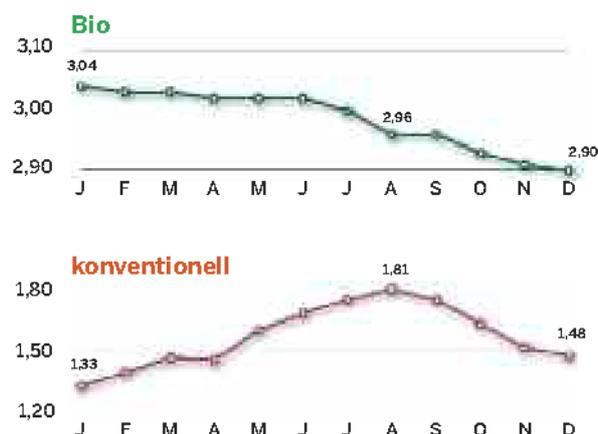
Die rückläufige Nachfrage nach Bio-Ferkeln im Jahr 2008 und die krankheitsbedingte Reduzierung der Bio-Muttersauenbestände sind der Grund dafür, dass derzeit nicht ausreichend Bio-Ferkel für den Markt zur Verfügung stehen. Der ausgeprägte Schweinezyklus, dem auch der Bio-Markt bislang nicht entkommen konnte, fordert hier seinen Tribut. Für Erzeuger, die hohe Investitionskosten bei dieser Produktionsrichtung tragen müssen, ist dieser Zustand besonders problematisch. Der Bio-Schweinefleischmarkt wird sich langfristig nur dann nachhaltig gesund und stabil entwickeln, wenn eine Möglichkeit gefunden wird, verlässliche Abnahmegarantien für diesen Produkt-

bereich zu schaffen. Denn es gibt etliche Unternehmen, die sich bereits auf das Wagnis Bio-Schweinefleisch oder Bio-Ferkelerzeugung eingelassen haben und kurze Zeit später wieder aussteigen mussten, weil der Absatz abrupt weggebrochen war.

Ende 2007 war beim Erzeugerpreis für Bio-Schlachtschweine ein historischer Höchststand von knapp über 3 Euro pro Kilogramm erzielt worden. Von diesem Niveau hat man sich leicht nach unten auf einen Preis von derzeit knapp unter 2,90 Euro für Mastschweine der Klasse E bewegt.

Die ZMP schätzte im Jahr 2008 das Aufkommen an Bio-Schlachtschweinen auf 250.000 Tiere. Das wäre ein Zuwachs im Vergleich zu 2007 von fast 50 Prozent. Etwa 14 Prozent aller Bio-Mastschweine und etwa 9 Prozent aller Bio-Zuchtsauen standen 2007 in Bio-Betrieben in NRW.

### Erzeugerpreise für Schlachtschweine 2008 in EUR/kg, frei Schlachthof, Handelsklasse E, in Deutschland



Quelle: ZMP-Panel; Konventionell: Notierung



Mutterkuhhaltung, Schweinemast und Weihnachtsgänse sind die Standbeine des Betriebes.

## Fallbeispiel 4: Schweine

### „Gemeinsam stark“

**Bernd Groß-Weege ist wahrlich kein Einzelkämpfer. Gemeinsam mit einem benachbarten Kollegen vermarktet der Landwirt Bio-Schweine und -Rinder und nutzt dabei wertvolle Synergieeffekte.**

Zunächst ging alles auf konventionelle Weise weiter, als Bernd Groß-Weege 1990 den Betrieb seiner Eltern übernahm. Der Landwirt entschloss sich jedoch bereits wenige Jahre später, neue Wege zu gehen, und machte sich daran, Schritt für Schritt auf ökologischen Landbau umzustellen. „Ich hatte zu diesem Zeitpunkt keine Erfahrung auf diesem Gebiet. So musste ich mir zunächst in Seminaren einiges aneignen“, erzählt Groß-Weege. Anfangs lief vor allem im Ackerbau nicht alles reibungslos: Die Böden hungerten. Die Unkrautbekämpfung im Mais machte Probleme.

### Unproblematische Umstellung im Tierbereich

Rund lief es von Beginn an in der tierischen Veredlung. Ein Bereich, in dem sich Groß-Weege mittlerweile drei Standbeine aufgebaut hat. So betreibt der Landwirt Mutterkuhhaltung und vermarktet jährlich etwa 50 Tiere der Rasse Limousin sowie Fleckviehkreuzungen über verschiedene Fleischerfachgeschäfte im Rheinland. Das zweite Standbein ist die Schweinemast. Mehr als 600 Tiere verlassen jährlich den Betrieb im niederrheinischen Hamminkeln. Außerdem ist Groß-Weege in die Geflügelproduktion eingestiegen und mästet jährlich rund 200 Weihnachtsgänse. Nach dem Ausstieg aus der Milchproduktion vor einigen Jahren investierte der Biolandwirt rund 110.000 Euro in einen neuen Schweinestall für 250 Mastplätze. Der Stall mit einer offenen Front bietet den Tieren Auslauf und gleichzeitig Schutz in integrierten Hütten. Der Neubau nach den Richtlinien der EG-Bio-Verordnung garantiert den Tieren viel Bewegungsfreiheit und spart dem Landwirt viel Arbeitsaufwand. „Die hohen Investitionen habe ich bis heute nicht bereut“, erklärt Bernd Groß-Weege.

### Kooperation sichert Kontinuität

„Um eine möglichst kontinuierliche, sprich wöchentliche Belieferung, sicherstellen zu können, arbeite ich eng mit benachbarten Kollegen zusammen“, berichtet Groß-Weege. Die Partner sind im gleichen Geschäft tätig. Die Erzeugergemeinschaft besteht mittlerweile aus acht Landwirten und produziert zusammen etwa 1.800 Schweine pro Jahr. Die Kooperation bringt aber nicht nur beim Mengenfluss Vorteile. Auch bei der Anlieferung der Tiere zum Schlachtunternehmen arbeiten die Landwirte Hand in Hand.

Zur Gewährleistung eines möglichst schonenden Transports fahren die Landwirte die Rinder und Schweine stets selbst in eigenen Fahrzeugen zum Schlachtbetrieb, und das im Wechsel. Die Schlachthälften werden zum einen an Bioland-Metzgereien in Köln, Aachen und Düsseldorf verkauft. Diese holen sich die Hälften meistens selbst am Schlachthof ab, manchmal liefert Groß-Weege die Ware auch direkt an.

Sehr gut hat sich zudem der Absatz über den Naturkostgroßhandel entwickelt. Mittlerweile verkauft Groß-Weege rund ein Drittel seiner erzeugten Schweine in diesen Absatzkanal.

### Das Ohr stets nah am Kunden

Zusammenarbeit ist auch bei der Kundenbetreuung und der Durchführung von Werbemaßnahmen Trumpf. So unterhält Groß-Weege gemeinsam mit sechs weiteren Landwirten eine eigene Website, auf der Interessierte nicht nur Informationen zu den Betrieben erhalten, sondern überdies eine Menge über das landschaftlich reizvolle Naturschutzgebiet „Dingdener Heide“ erfahren, in der die Betriebe liegen. Mit speziellen Rindern für die extensive Weidehaltung wie die „Hinterwälder“ trägt der Betrieb dazu bei, vom Aussterben bedrohte Rassen zu erhalten. Außerdem hat man in der Vergangenheit zahlreiche Hofeste für die Kundschaft veranstaltet. Und weil Kundenbindung in einer Zeit, in der der Markt zunehmend von

Kostengünstige, aber bedarfsgerechte Futtermischungen sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor in der Öko-Schweinemast.



Preisdruck geprägt ist, ausgesprochen wichtig ist, haben Groß-Weege und sein Kooperationspartner das Ohr stets nah an ihren Kunden, den Fleischerfachgeschäften. „Mein Kollege versorgt die Geschäfte regelmäßig mit Bio-Eiern und kommt dabei immer wieder mit den Inhabern ins Gespräch. So erfahren wir aus erster Hand, ob und wo ein Schuh drückt oder welche Wünsche es zu erfüllen gilt.“

#### An der Zerlegung führt kein Weg vorbei

Ein Punkt kommt dabei in letzter Zeit immer häufiger zur Sprache: das Thema Grobzerlegung. „Unsere Handelspartner sind durchaus am Bezug von zerlegter Ware interessiert, und dies auch deshalb, weil sie saisonal recht unterschiedlichen Verbraucherwünschen gerecht werden müssen. Im Sommer sind Kotelett-Stücke stark nachgefragt, in den Wintermonaten ist es eher der Schinken“, er-

klärt der Landwirt. Groß-Weege ist sich darüber im Klaren, dass dieser Veredlungsschritt in Zukunft gemacht werden muss. Auch über die Möglichkeiten der Wurstherstellung denkt er bereits nach.

Potenziale zum Ausbau des Bio-Schweinefleischgeschäfts vermag der Rheinländer derzeit allenfalls im Großverpflegungs-Bereich, konkret in der Krankenhausverpflegung, auszumachen. „Hier wird mit modernsten Geräten und Techniken gearbeitet, das Thema gesunde Ernährung kommt aber immer noch viel zu kurz.“ Groß-Weege weiß, dass die Zeiten im Biogeschäft härter werden, und blickt daher eher verhalten optimistisch in die Zukunft. „Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in der nächsten Zeit, aber auch die politische Großwetterlage werden zeigen, wohin die Reise geht.“

Die Zusammenarbeit mit anderen Landwirten ist für Silvia und Bernd Groß-Weege ein wichtiger Baustein für den Betriebserfolg. Bernd Groß-Weege: „Weiteres Vermarktungspotenzial steckt in der Zerlegung der Fleischstücke.“



## Betriebsdaten

### Betrieb Groß-Weege

<b>Biobetrieb:</b>	seit 1999
<b>Flächen:</b>	85 ha landwirtschaftliche Nutzfläche, 60 ha Grünland, 25 ha Ackerland
<b>Tierhaltung:</b>	50 Mutterkühe mit Ausmast, 250 Schweinemastplätze
<b>Mitarbeiter:</b>	1,5 AK, 1 Auszubildender



## Umsatz Bio-Gemüse in 2008



## Umsatz Bio-Kartoffeln in 2008



Quelle: Agromilagro research 2009 auf Basis GfK-Haushaltspanel 2009

## Marktsituation in dem Segment: Gemüse/Kartoffeln

### Gute Chancen für weiteren Marktausbau

Die Nachfrage nach Bio-Kartoffeln und Bio-Gemüse steigt kontinuierlich an. Insbesondere bei Bio-Gemüse mangelt es aber häufig an einem ausreichenden Angebot. Der Handel würde gerne mehr Ware aus Deutschland vermarkten, da die Kunden insbesondere bei den Frischeartikeln auf eine möglichst regionale Herkunft achten. Es werden an die Ware jedoch sehr hohe Qualitätsanforderungen gestellt. Die Zeiten, in denen Bio-Frischware mit optischen Mängeln im Lebensmitteleinzelhandel verkauft werden konnte, sind vorbei, es wird nur makellose Ware akzeptiert, stellt auch der Borkener Erzeuger Johannes Finke fest. Die Schäden bei Bio-Kartoffeln durch Insekten oder Pilzbefall nehmen von Jahr zu Jahr zu. Da die Bio-Erzeuger keine chemisch-synthetischen Schutzmittel einsetzen, können die Schadorganismen nicht so effizient wie im konventionellen Anbau dezimiert werden. Innovative Schutzmaßnahmen sind daher gefragt. Vor allem der Bau von Lagerkapazitäten wird derzeit viel diskutiert. Im Jahr 2009 konnten nur etwa zwei Drittel der Brutto-Kartoffelernte auch am Frischmarkt abgesetzt werden. Das zur Ernte 2009 unter Druck geratene Preisniveau erholte sich aber bis zum Frühjahr 2010 leicht. Umstellungswillige Landwirte sollten sich umfassend beraten lassen, bevor

sie ihre Entscheidung fällen. Denn um gute Qualitäten zu ernten und auch nach der Ernte zu erhalten, bedarf es umfassender Vorkehrungen.

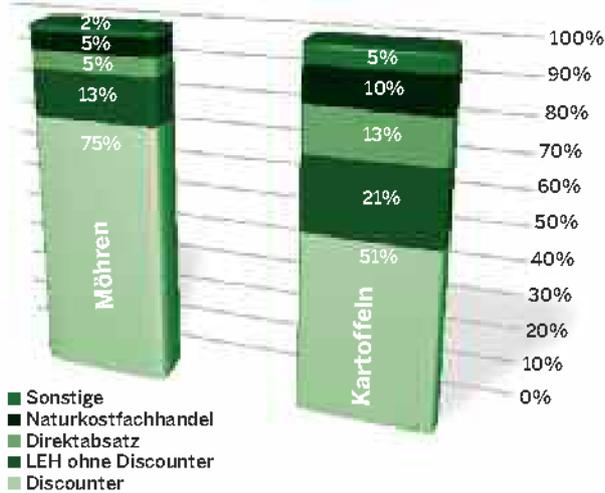
### NRW wächst stärker bei Bio-Gemüse und -Kartoffeln als der Bundesdurchschnitt

Besonders stark ist in NRW der Umsatz mit Bio-Gemüse im Jahr 2008 mit plus 4,1 Prozent angestiegen, denn bezogen auf gesamt Deutschland haben die Ausgaben der privaten Haushalte für Bio-Gemüse nur um 0,2 Prozent zugelegt. Auch bei Kartoffeln setzte sich NRW von der gesamtdeutschen Stagnation mit einem Plus von 3,7 Prozent deutlich ab.

### Bio-Anbaufläche stagniert

Auf jedem zehnten Hektar Gemüseanbaufläche wird Bio-Gemüse (10.600 Hektar) erzeugt. Zehn Prozent der Bio-Gemüseanbaufläche liegt in NRW. Einen besonders hohen Produktionsanteil an der jeweiligen Gesamterzeugung in Deutschland haben Bio-Industriegemüse (11,6 Prozent), Bio-Rote Bete (15,4 Prozent) und Bio-Möhren (13,7 Prozent) erreicht. Auf ca. 3 Prozent der deutschen Kartoffel-

## Absatzanteile von Bio-Kartoffeln und -Möhren nach Einkaufsstätten in 2008



## Preisentwicklungen und Preisplus für Bio-Gemüse und Bio-Kartoffeln in Deutschland und NRW 2008

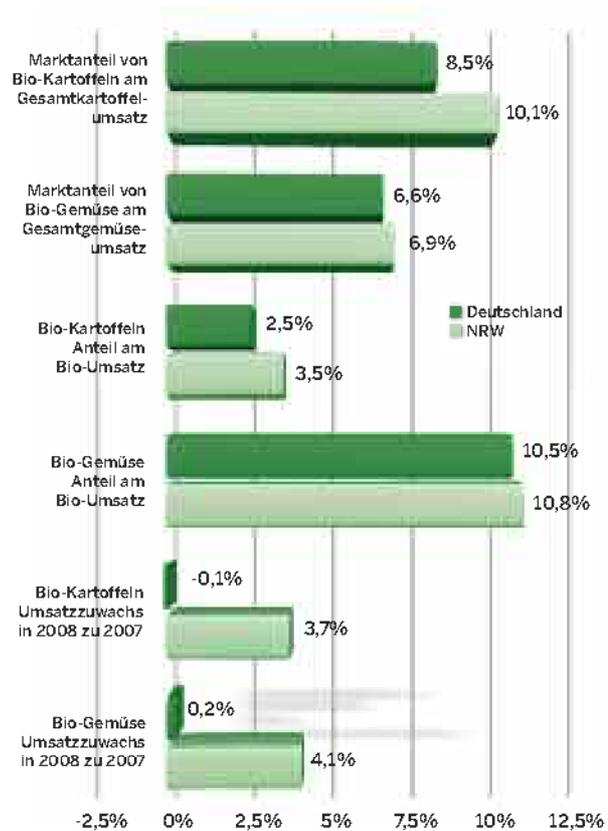
	NRW	Deutschland
Preisveränderung bei Bio-Gemüse (2008 zu 2007)	0,8 %	1 %
Preisveränderung bei Bio-Kartoffeln (2008 zu 2007)	7,5 %	3,1 %
Preisabstand zu konventionellem Gemüse (2008)	42 %	54 %
Preisabstand zu konventionellen Kartoffeln (2008)	101 %	109 %

anbaufläche werden jährlich rund 160.000 Tonnen Bio-Kartoffeln produziert. Der Bio-Produktionsanteil bei Speisekartoffeln für den Frischmarkt liegt jedoch mit 6,8 Prozent deutlich höher, da wenig Ware in die Verarbeitung geht. Allerdings nimmt die Anbaufläche für diese Kulturen in Deutschland kaum noch zu. Die Importkonkurrenz und der Preisdruck sind sehr hoch und beeinträchtigen die Rentabilität der Erzeugung stark.

### Bio-Kartoffeln in NRW besonders umsatzstark

Der Umsatzanteil von Bio-Gemüse am gesamten Bio-Umsatz beträgt rund zehn Prozent. Damit stellt Bio-Gemüse nach Milch- und Molkereiprodukten (14,8 Prozent) sowie Backwaren (12 Prozent) das dritt wichtigste Segment im Bio-Markt dar. Der Umsatzanteil von Bio-Gemüse am gesamten Öko-Umsatz in NRW liegt mit 10,8 Prozent ähnlich hoch wie im Bundesgebiet. Kartoffeln sind in NRW ein besonders beliebtes Gericht. Und so fällt bei Bio-Kartoffeln auch auf, dass der Anteil am gesamten Bio-Umsatz in NRW mit 3,5 Prozent deutlich über dem Bundesdurchschnitt (2,5 Prozent) liegt. So haben Bio-Kartoffeln gemessen am gesamten Umsatz mit Kartoffeln in NRW auch

## Umsatzdaten für Bio-Gemüse und Bio-Kartoffeln in Deutschland und NRW 2008



Quelle für alle 3 Abbildungen: Agromilagro research 2009 auf Basis GfK-Haustarspanel 2009

schon einen Anteil von über 10 Prozent erreicht, während dieser Wert für das Bundesgebiet noch bei 8,5 Prozent liegt.

### Discounter bestimmen das Kartoffel- und Möhrengeschäft

Rund 72 Prozent der Bio-Kartoffeln werden über den LEH abgesetzt. Mehr als zwei Drittel gehen davon über die Kassenbänder der Discounter. 13 Prozent werden über den Direktabsatz (Hofläden, Wochenmärkte, etc.) verkauft, so die ZMP. Der Naturkostfachhandel bestreitet noch einen Absatzanteil von zehn Prozent. Bei Kartoffeln ist der Strukturwandel im Markt besonders eindrücklich nachzuvollziehen, denn Bio-Kartoffeln waren mit die ersten Artikel, die von den konventionellen Handelsketten ins Sortiment aufgenommen worden waren. Wichtigster Vermarkter für diese Produktbereiche ist die Marktgenossenschaft der Naturland-Bauern in Lippetal-Lippborg (siehe Fallbeispiel 20, S. 93).



Möhren bringen den höchsten Deckungsbeitrag, aber für den Erfolg in der Direktvermarktung ist ein breites Gemüse-Sortiment wichtig.



## Fallbeispiel 5: Gemüse

### „Produktvielfalt ist Trumpf“

**Mehr als 20 Gemüsearten vermarktet Johannes Finke hauptsächlich über den Naturkostgroßhandel. Mit alten Sorten bietet er den Biokunden ganz besondere Geschmackserlebnisse. Der Wettbewerb um die Gunst der Biokunden macht das Geschäft jedoch zunehmend härter.**

Der Hofladen von Johannes Finke kann sich sehen lassen. In dem etwa 120 qm großen und ansprechend eingerichteten Geschäft bietet der Borkener Landwirt ein komplettes Naturkostwaren-Sortiment einschließlich diverser Spezialitäten wie etwa eingelegter Oliven oder Pasteten feil. Frischfleisch und Wurstwaren sowie ein breit gefächertes Gemüseangebot, aber auch Eier, Kartoffeln und Getreide stammen dabei aus eigener Erzeugung.

### Möhren als Ertragsbringer

Haupterwerbszweig des Bioland-Hofes Finke ist zweifellos der Gemüseanbau. Mehr als 20 verschiedene Arten, darunter Möhren, diverse Kohllarten, Zwiebeln und Porree, bietet der Westfale an. „Gut laufen die Geschäfte vor allem mit Möhren. Diese Frucht bringt nicht nur den höchsten Flächenertrag, sondern auch den besten Deckungsbeitrag je Hektar“, so Finke. Der Erzeuger vermarktet sein Gemüse vornehmlich über den Naturkost-Großhandel, daneben beliefert er Abo-Betriebe, Betreiber von Marktständen und eine Erzeugergemeinschaft, die wiederum den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel mit Ware versorgt.

Die Ansprüche der Kunden an die Optik der Bioware sind aus seiner Sicht in den letzten Jahren stetig gestiegen. „Das Verständnis für die besonders hohe Witterungsabhängigkeit in der Bioproduktion hat nachgelassen“, konstatiert Finke. „Wenn eine hohe Sonneneinstrahlung dann gelbe Pünktchen bei Brokkoli verursacht, bleibt die Ware liegen.“ Seine Aussortierquote ist in den vergangenen

zehn Jahren daher um fast 20 Prozent gestiegen, schätzt der Gemüsebauer.

### Durchschnittsbö von 50 Euro im Hofladen

„Etwa fünf Prozent des Gemüseumsatzes mache ich über den Hofladen.“ Annähernd 100 Kunden aus der Region decken sich dort regelmäßig, insbesondere aber freitags, mit Bio-Produkten ein. An diesem Tag macht Finke rund 70 Prozent des Wochenumsatzes. Der Durchschnitts-Bö liegt nach Schätzung des Landwirts bei etwa 50 Euro. „Gekauft werden dabei vor allem die Erzeugnisse aus eigener Produktion“, stellt der Borkener fest. Finke ist mit der Erlösentwicklung seines Ladens zufrieden, obwohl er speziell bei Kartoffeln und Möhren mittlerweile den Preisdruck der Discounter zu spüren bekommt. Zur Unterstützung dieses Betriebszweigs schaltet Finke daher regelmäßig Anzeigen in Tageszeitungen und Anzeigenblättern.

Seine Lebensgefährtin Elvira Stroop hat sich zudem etwas Besonderes einfallen lassen. Jeden Freitag präsentiert sie der Kundschaft ein neues Gericht, das vor Ort verkostet werden kann. Die entsprechenden Rezepte zum Nachkochen gibt sie Interessierten gleich mit auf den Weg.

### Konzentrationsprozess drückt die Preise

Das Thema Großhandel treibt Finke hingegen einige Sorgenfalten auf die Stirn. Zwar trägt diese Vertriebschiene etwa 75 Prozent zum Gesamtumsatz bei, das Geschäft wird nach Aussage des Gemüsebauern allerdings zusehends härter. „Der anhaltende Konzentrationsprozess in der Branche, der dazu führt, dass immer weniger Unternehmen mehr Marktmacht auf sich vereinen, stimmt mich bedenklich“, bemerkt Finke kritisch. „Bereits jetzt wird mit Haken und Ösen um die Preise gefeilscht, und das nicht immer mit fairen Mitteln.“ Der Borkener ist trotz der für ihn derzeit kaum zufrieden stellenden Situation mit vollem Engagement bei der Sache.



Nur ausgeklügelte Produktionstechnik garantiert hohe Qualität des Öko-Gemüses.



### Mit neuen Gemüsesorten im Markt profilieren

So baute er die alte Möhrensorte Ochsenherz an, die mittlerweile einen kleinen festen Kundenstamm vorweisen kann. Diese soll später in Kleingebinden über den Naturkosthandel vermarktet werden. „Der Sorte werden gesundheitsfördernde Eigenschaften zugeschrieben und damit passt sie gut zu den aktuellen Konsumtrends.“ Doch die fehlende Kundenkommunikation macht es dem Landwirt schwer, die unbekannteren Sorten im Markt zu etablieren. Die alten Spezialitäten bringen nur knapp die Hälfte des vergleichbaren Hektarertrages, werden aber für lediglich 20 Cent Preisaufschlag pro Kilo verkauft. „Das bringt den Mehraufwand nicht rein“, bedauert Finke.

Doch er bleibt optimistisch, dass die Biokunden zukünftig noch mehr Produktvielfalt suchen und besondere Geschmackserlebnisse honorieren werden. So baut er zudem drei spezielle Kartoffelsorten an, die sich in Farbe, Form und Geschmack von den üblichen Sorten unter-

scheiden. Auch bei Blumenkohl hat er neue bunte Sorten im Angebot, die sich farblich und geschmacklich von den Standardsorten deutlich abheben.

### Immer wieder Mut zur Nische

Auch bei Fleisch setzt der Landwirt auf die besondere Nische. Seit Jahren bereits erzeugt und vermarktet er Damwildfleisch. „Dieses Geschäft ist natürlich auf die Wintermonate beschränkt und lediglich ein lukrativer Zuverdienst.“ Dennoch: Zwei Wiederverkäufer sowie ein Naturkostgroßhändler zählen zur festen Kundschaft und auch über den Hofladen lässt sich das Fleisch gut absetzen. Die 100-köpfige Damwild-Herde zeigt sich zudem als guter Verwerter für die auf dem Betrieb anfallenden Gemüseabfälle.

Johannes Finke: „Das Geschäft wird zusehends härter“



## Betriebsdaten

### Bioland-Hof Finke

<b>Biobetrieb:</b>	seit 1989
<b>Flächen:</b>	85 ha landwirtschaftliche Nutzfläche, 45 ha Gemüseanbau
<b>Tierhaltung:</b>	60 Mastschweine pro Jahr, 100 Stück Damwild, 400 Hühner
<b>Arbeitskräfte:</b>	1 Betriebsleiter, 1 Auszubildender, 1 Auslieferungsfahrer, 1 Verkäuferin, Bürokräft (halbtags) und bis zu 16 nicht ständige Arbeitskräfte sowie bis zu 4 Aushilfen im Hofladen

Die klare Bio-Eier-Kennzeichnung fördert den Absatz.  
Im Bild rechts: Ein Mitarbeiter beim Durchleuchten der frisch gelegten Eier.



## Marktsituation in dem Segment: Geflügel/Eier

### Bio-Eier und -Geflügel auf Wachstumskurs

Dieses Bio-Segment befindet sich nach wie vor auf einem anhaltenden Wachstumskurs. Der Markt ist eher von Versorgungsengpässen gekennzeichnet. Im Jahr 2008 stieg die abverkaufte Menge an Bio-Eiern im Vergleich zum Vorjahr, laut Daten der GfK, um fast 12 Prozent. Bezogen auf die Region NRW lag das Umsatzplus bei beachtlichen 20,5 Prozent. Dieser Zuwachs geht zu einem Teil auf die Preissteigerung zurück, die im Jahr 2008 zwischen 5 und 10 Prozent betrug. Die Preisanhebung war nötig geworden, da die gestiegenen Bio-Futtermittelkosten die Erzeugung drastisch verteuert hatten. Mehr als jedes zehnte verkaufte Ei stammt inzwischen aus der ökologischen Haltung. Das gilt sowohl für das gesamte Bundesgebiet wie auch für NRW. Die Erzeuger profitieren in diesem Marktsegment von der gestiegenen Sensibilität der Verbraucher hinsichtlich artgerechter Tierhaltungsformen. Die Konsumenten interessieren sich mittlerweile immer stärker dafür, mit welchen Produktionsmethoden die Eier erzeugt werden.

Etwa 1,7 Mio. Legehennen wurden im Jahr 2008 laut ZMP-Daten ökologisch gehalten, was einem Anteil von ca. 4 Prozent an allen in Deutschland gehaltenen Legehennen entspricht. Der Anteil an der Eierproduktion beläuft sich mit 425 Mio. Stück auf 3,3 Prozent. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Zuwachs von ca. 10 Prozent. Auch weiterhin ist damit zu rechnen, dass die Bio-Eierpro-

duktion wachsen wird und auch ihren Absatz findet. Einige Handelsketten können derzeit die große Nachfrage nach hochwertigen Bio-Eiern aus der Region nicht ausreichend bedienen. Die Verbraucher bevorzugen vor allem Bio-Eier von familiären Bio-Betrieben aus der Region. Hier liegt noch ein großes unerschlossenes Absatzpotenzial.

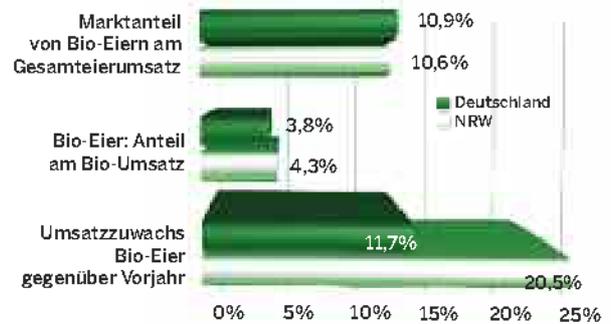
Die Bio-Geflügelfleischproduktion wächst ebenfalls und hat im Jahr 2008 um rund 5 Prozent auf eine Produktionsmenge von 10.000 Tonnen zugelegt. Stark gewachsen ist in 2008 die Produktion von Bio-Puten (+ 10 Prozent) und Bio-Enten (+ 22 Prozent). Der Marktanteil von Bio-Geflügelfleisch liegt mit 1 bis 2 Prozent noch recht niedrig. Entsprechend groß ist das noch nicht ausgeschöpfte Marktpotenzial. Allerdings muss bei dem Verkauf dieser sensiblen Produkte in die Kommunikation und Präsentation investiert werden, um erfolgreich zu sein. Das sehen auch Marietheres und Martin Nolte so. Sie sind auf Wachstumskurs, sehen aber auch den Bedarf, in die Kundenkommunikation weiter zu investieren. Die Verbraucher möchten mehr über die Hintergründe der Erzeugung und die Herkunft der Bio-Produkte erfahren. Dann werden sie auch zu treuen Stammkunden, wie die Erfahrung gezeigt hat. Insbesondere dann, wenn ein regionaler Bezug da ist.

**Umsatz Bio-Eier in 2008**



Quelle: Agromilagro research 2009 auf Basis GfK Haushaltspanel 2009

**Umsatzdaten für Bio-Eier in Deutschland und NRW 2008**



Quelle: Agromilagro research 2009 auf Basis GfK Haushaltspanel 2009

Erzeugung

**Discount dominiert als Absatzkanal für Bio-Eier**

Knapp 80 Prozent der in Deutschland eingekauften Bio-Eier stammen von heimischen Erzeugern, mit steigender Tendenz. Importierte Bio-Eier werden vor allem über die Discounter verkauft und stammen überwiegend aus den Niederlanden (13 Prozent) und Italien (4 Prozent), so die ZMP. Über die Discounter gelangt auch die Mehrzahl der Bio-Eier an die Konsumenten (43 Prozent); 33 Prozent der Bio-Eier werden über den sonstigen LEH verkauft. Der Direktabsatz bestreitet einen Absatzanteil von 14 Prozent, der Naturkostfachhandel von 6 Prozent. Bio-Geflügelfleisch wird bislang nur in wenigen Verkaufsstellen des traditionellen LEH's verkauft. Stärkere Präsenz ist im Naturkostfachhandel und in der Direktvermarktung zu finden.

**Regionale Absatzstrukturen aufbauen**

Recherchen habe ergeben, dass derzeit vergleichsweise große, industrielle Produktionsstrukturen für die Erzeugung von Bio-Eiern in Deutschland entstehen. Es ist abzu-sehen, dass in spätestens 2 Jahren genügend Bio-Eier für den Markt zur Verfügung stehen werden. Dann ist mit entsprechendem Preisdruck zu rechnen. Familiäre Erzeugerbetriebe sollten daher jetzt an dem Aufbau regionaler Absatzstrukturen und auch an Marketingkonzepten arbeiten, um sich z. B. mit der Vermarktung an selbstständige Einzelhändler in der Region und einem unverwechselbaren Erscheinungsbild eine stabile Absatznische zu schaffen.

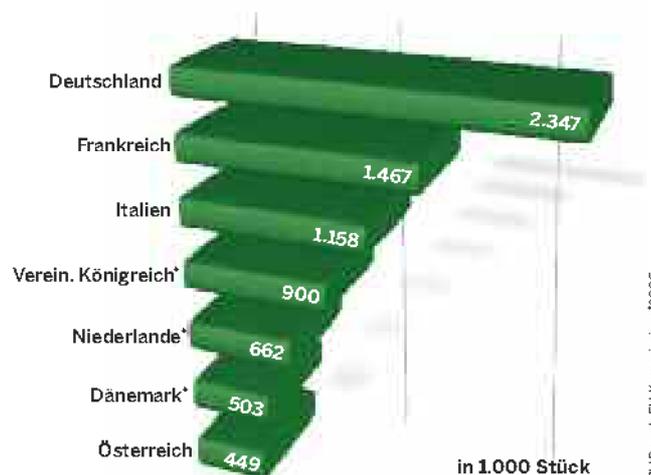
**Bestand an Bio-Legehennen in Deutschland 2007**



Erhebungsstichtag: 3. Mai 2007

Quelle: BLE 2009

**Bestand an Biolegehennen in Europa 2007**



Quelle: ZMP nach EU-Kommission; 2006



Für die Legehennen müssen begrünte Auslaufflächen zur Verfügung stehen; die Verpackungen variieren in Abhängigkeit vom Absatzweg



## Fallbeispiel 6: Geflügel/Eier

### „Qualitativ wachsen“

**Marietheres und Martin Nolte sind mit ihrer Eiervermarktung in verschiedenen Vertriebsschienen erfolgreich. Die Devise der Legehennen-Halter: Kundenwünsche stets und schnell erfüllen.**

Qualität und prompte Lieferung – das ist für Marietheres und Martin Nolte das A und O. Eine Maxime, mit der sich das Ehepaar in den vergangenen Jahren im Bio-Eiergeschäft einen Namen gemacht hat. Auf ihrem Betrieb in Borchten-Etteln, einer Ortschaft unweit von Paderborn, halten die Westfalen an zwei Standorten und in fünf Ställen insgesamt 10.000 Legehennen in Auslaufhaltung.

Täglich werden etwa 8.000 braune Eier erzeugt, die auf recht unterschiedlichen Wegen zu den Verbrauchern gelangen. „Wir beliefern den Naturkostgroßhandel und -einzelhandel ebenso wie einen konventionellen Eiergroßhändler, der wiederum den Handel im Ruhrgebiet bedient“, berichtet Martin Nolte. „Außerdem zählen einige inhabergeführte Rewe- und Edeka-Märkte im Kreis Paderborn zu unserer Stammkundschaft.“

Diese werden direkt vom Meierhof Etteln mit eigenem Fahrzeug versorgt. Verschiedene größere Hofläden und Bio-Supermärkte in Köln, die die Ware per Spedition erhalten, sowie Betreiber von Marktständen stehen ebenfalls in der Kundenkartei der Noltes. Diese umfasst derzeit mehr als 30 Wiederverkäufer.

### Für jeden Vertriebskanal die entsprechende Verpackungseinheit

„An den Naturkosthandel liefern wir vornehmlich lose Ware in Einheiten von jeweils 180 Stück pro Karton. Der Lebensmitteleinzelhandel bezieht von uns Bioeier im Sechser-Pack“, so der 49-jährige Landwirt. Etwa 70 Prozent der vermarkteten Eier wechseln mittlerweile in der Kleinpäckung den Besitzer. Tendenz weiter steigend. Auch deshalb haben die Bioland-Eiererzeuger kürzlich in eine neue Sortier- und Verpackungsanlage investiert, die die alte Handpackmaschine ersetzt hat.

### Der konventionelle Handel bietet mehr Potenzial

Mit dem traditionellen LEH haben Martin und Marietheres Nolte keine Berührungsängste und dies aus gutem Grund. „Wir haben die Rewe- und Edeka-Händler als faire Partner schätzen gelernt, die Wert auf Regionalität legen“, stellt der ehemalige Redakteur einer renommierten Bonner Tageszeitung fest. Was aber vor allem ins Gewicht fällt: Der LEH bietet nach Ansicht der beiden am ehesten Perspektiven für weiteres Wachstum. Dafür sind die Weichen auf dem Meierhof Etteln jedenfalls bestens gestellt. „Wir sind in der Lage entsprechende Mengen zu liefern und garantieren unseren Kunden gleich bleibend hohe Qualitäten sowie prompte Belieferung“, so Marietheres Nolte.

### Umfangreiche Verbraucherinfo wird zunehmend wichtiger

Zum Servicepaket der Noltes zählt außerdem eine ausführliche Verbraucherinformation. Die Landwirte wissen, dass man sowohl im Naturkost- als auch im Lebensmitteleinzelhandel vor Ort gut aufgestellt sein muss, um nachhaltige Erfolge zu erzielen. Deshalb geben die Westfalen den Handelspartnern stets Unternehmensprospekte und -plakate als Verkaufsförderungsinstrumente an die Hand, die eigens von einer Werbeagentur kreiert wurden.



Familie Nolte hat in eine neue Sortier- und Verpackungsanlage investiert; Vermarktung an Rewe und Edeka ist ein wichtiges Standbein



Martin Nolte macht sich derzeit erste Gedanken über einen Internetauftritt. „Eine eigene Eierschachtel mit unserer Marke „Meierhof Etteln“ haben wir bereits seit geraumer Zeit. Zusätzlich auf die Eierschachtel unsere Internet-Adresse aufgedruckt, könnten wir die Verbraucher in Zukunft dazu animieren, sich im Internet eingehend über unseren Betrieb zu informieren.“

#### Optimierung der Prozesse als nächste Herausforderung

Die eigentliche Herausforderung der nächsten Jahre ist für Nolte aber die stetige, aufeinander abgestimmte Optimierung von Produktion und Vermarktung. „Wir müssen die Haltung und Fütterung der Legehennen noch artge-

rechter gestalten und dieses Engagement den Kunden auch vermitteln.“ Damit einhergehen müssten selbstverständlich weit reichende Aktivitäten in Sachen Qualitätssicherung und Produktsicherheit. Denn die Absatzwachstum, die nach 2001 zu verzeichnen waren, dessen ist man sich bewusst, sind zukünftig nicht mehr zu erzielen. „Deshalb müssen wir in Zukunft vor allem qualitatives Wachstum realisieren.“

Marietheres und Martin Nolte: „Wir müssen unser Engagement den Kunden stärker vermitteln.“



### Betriebsdaten

#### Meierhof Etteln

<b>Biobetrieb:</b>	seit 1992
<b>Tierhaltung:</b>	10.000 Legehennen; 3000 Aufzuchtplätze
<b>Flächen:</b>	93 ha landwirtschaftliche Fläche, davon 80 ha Ackerbau und 13 ha Grünland
<b>Anbau:</b>	Weizen, Triticale, Gerste, Erbsen, Ackerbohnen: ausschließlich zur Erzeugung von wirtschaftseigenem Futter
<b>Mitarbeiter:</b>	2,5 AK, 1 Auszubildender, mehrere Aushilfskräfte



## Umsatz Bio-Frischobst in 2008



Quelle: Agromilagro research 2009  
auf Basis GfK Haushaltspanel 2009

## Marktsituation in dem Segment: Obst

### Nachfrage nach heimischer Ware steigt – Produktion stagniert

In Deutschland wurden im Jahr 2008 auf rund 5.600 Hektar fast 80.000 Tonnen Bio-Obst erzeugt. Das entspricht einem Bio-Anteil von 8 Prozent bei der Fläche und knapp 7 Prozent gemessen an der gesamten Obst-Produktion in Deutschland. Bio-Äpfel, als wichtigste Obstkultur, bestreiten über die Hälfte der Bio-Obstanbaufläche. Jeder zehnte Hektar der deutschen Apfelanbaufläche wird bereits ökologisch bewirtschaftet. Aber auch Strauchbeeren haben inzwischen einen Anbauflächenanteil von fast 13 Prozent erreicht. Der Weinanbau hat mit 4,3 Prozent und der Steinobstanbau mit lediglich 2,5 Prozent Flächenanteil noch erheblichen Nachholbedarf. Der Grund für den Rückstand dürfte vor allem in der Schwierigkeit der biologischen Krankheitsbekämpfung bei diesen Kulturen liegen. Seit einigen Jahren wächst die Bio-Anbaufläche nur noch marginal, obwohl die Nachfrage zunahm und durch steigende Importe bedient werden musste. 2008 standen jedoch deutlich weniger importierte Bio-Äpfel für den deutschen Markt zur Verfügung, so dass der Absatz angebotsbedingt rückläufig war. Bei Erdbeeren hingegen konnte der Absatz im Vergleich zum Vorjahr um 50 Prozent gesteigert werden.

### Wunsch nach heimischer Ware wächst

Niedrigpreisige Angebote aus dem Ausland erschweren es den deutschen Erzeugern in den letzten Jahren, rentabel zu wirtschaften. Knapp die Hälfte aller auf dem deutschen Markt verkauften Bio-Äpfel und Bio-Erdbeeren stammen inzwischen aus dem Ausland. Allerdings fragen die Kunden immer häufiger nach heimischer Erzeugung und stärken somit die Zuversicht der Erzeuger in die Stärke des Absatzmarktes, was die Investitions- und Umstellungsbereitschaft positiv beeinflussen dürfte. Die Importmengen gehen folglich zurück, da inzwischen bewusster einge-

kauft wird und die langen Transportwege in die Kritik geraten. Besonders gesucht werden auch Bio-Beerenobst und Bio-Steinobst aus Deutschland.

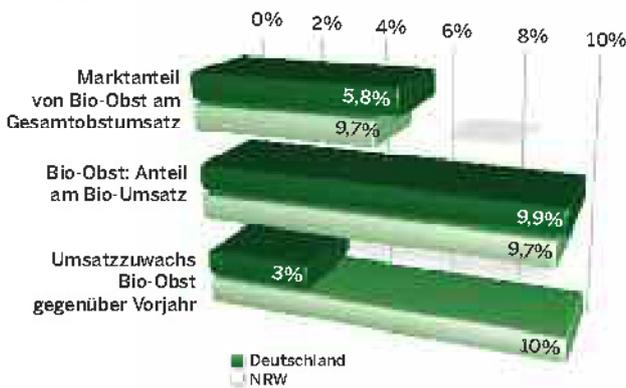
### Naturkostfachhandel so stark wie die Discounter bei Bio-Äpfeln

Auch beim Bio-Obst dominieren inzwischen die Discounter das Marktgeschehen, richtet man das Augenmerk auf die Bio-Äpfel. Im traditionellen LEH wurden 2008 58 Prozent der Bio-Äpfel verkauft, die Discounter bestreiten dabei 28 Prozent des deutschen Bio-Absatzes. Im Naturkostfachhandel wurden 27 Prozent aller Bio-Äpfel verkauft. Bei deutsche Erdbeeren, Birnen, Pflaumen und Strauchbeeren in Bio-Qualität sind der Naturkostfachhandel und die Direktvermarktung von großer Bedeutung. Der LEH bevorzugt in diesen Produktgruppen spanische und italienische Ware, da die deutschen Angebotsmengen für die Belieferung des LEH zu gering sind. Zehn Prozent der Bio-Umsätze in Deutschland gehen auf das Konto von Bio-Obst. Der Anteil am Gesamtumsatz mit Obst beträgt 5,8 Prozent, in NRW 5,1 Prozent. Die Ausgaben der Privathaushalte für Bio-Obst sind in 2008 bundesweit um knapp 3 Prozent, in NRW sogar um über 10 Prozent angestiegen. Verantwortlich waren dafür die hohen Preissteigerungen von knapp 7 Prozent (Deutschland) bzw. 9 Prozent (NRW).

### Bio-Vermarktung wird schlagkräftiger

Um das Angebot an deutscher Ware für den LEH attraktiver zu gestalten, haben die europäischen Apfel-Erzeuger damit begonnen, ihre Vermarktungsaktivitäten stärker zu koordinieren und die Produktionsmengen gezielter zu bündeln. Das Europäische Bioobstforum deckt etwa 80 Prozent der Bio-Apfelerzeugung Europas ab. Für 2009 werden etwa die gleichen Angebotsmengen aus der europäischen Erzeugung verfügbar sein wie 2008.

## Umsatzdaten für Bio Obst in Deutschland und NRW 2008



Quelle: Agromilagro research 2009 auf Basis GfK Haushaltspanel 2009

Zur Kundenbindung ist großes Engagement in der Öffentlichkeitsarbeit gefordert.

## Preisentwicklung, Preisplus und Flächenanteile für Bio-Obst in Deutschland und NRW 2008

	NRW	Deutschland
Preisabstand zu konventionellem Obst	48 %	51 %
Preisveränderung gegenüber Vorjahr	9 %	6,6 %
Anteil der Bio-Obstflächen an Gesamtobstanbaufläche	4,9 %	10,3 %

Quelle: Agromilagro research 2009 auf Basis GfK Haushaltspanel 2009



## Fallbeispiel 7: Obst

### „Forschen für die Praxis“

**Rolf Clostermann hat eine gehörige Portion Pioniergeist. In Zusammenarbeit mit Forschungsanstalten und Zuchtunternehmen testet er auf seinem Betrieb regelmäßig neue Obstsorten. Ein Engagement, das auch seinem Obstgeschäft zugute kommt.**

Seit mehreren Generationen bereits wird auf dem Neuhollandshof im niederrheinischen Wesel Qualitätsobst erzeugt. Früh wurden dort auch die Weichen in Richtung einer biologisch-dynamischen Wirtschaftsweise gestellt. Auf Teilflächen produzierte man schon Anfang der achtziger Jahre Früchte auf alternative Art. Rolf Clostermann vollendete nach Übernahme des elterlichen Betriebs 1993 das Werk seines Vaters und stellte den Betrieb gemeinsam mit seiner Frau Thea komplett auf ökologischen Landbau um.

### Breites Vermarktungsspektrum

Heute erzeugt der gelernte Obstbautechniker auf insgesamt 18 Hektar in erster Linie Äpfel nach Demeter-Richtlinien. „Hinzugekommen sind in geringen Mengen Birnen, Pflaumen und Nüsse“, so der 48-Jährige. Vermarktet werden die Erzeugnisse vornehmlich über den Naturkostgroßhandel und den eigenen Hofladen. Außerdem beliefert Clostermann einige Einzelhändler in der Region. Obstgenuss bietet der Rheinländer auch in flüssiger Form, denn Früchte minderer Qualität werden zu Säften verarbeitet und unter eigenem Label im Laden sowie über zwei Großhändler abgesetzt. Zudem lässt Clostermann bei anerkannten Bio-Verarbeitern Apfelmus und Apfelkraut herstellen.

### Rheinländischer Apfelperlwein eingeführt

Jüngste Produktkreation des Neuhollandhofes ist die Prosecco-Variante „Apfel-Secco“. Im Frühjahr 2006 präsentierte Clostermann seinen Betrieb erstmalig auf der Bio-Fach in Nürnberg. Neben seinen bekannten Produkten hatte Clostermann dabei auch seinen Apfel-Secco im Gepäck. Der in drei verschiedenen Geschmacksrichtungen, lieblich, halbtrocken und trocken ausgebaute Secco konnte am Messestand verkostet werden. Und schon während der Messe konnte der Apfelmacher feststellen: „Da ist Musik drin“. Der Hit im Seccoprogramm ist ein Apfel-Rosensecco mit echten, biologisch zertifizierten Rosensauszügen, der inzwischen nicht nur deutschlandweit, sondern auch im Ausland vermarktet wird.

Größten Wert legt Clostermann auf die Qualität der Äpfel. Schon auf der Plantage beginnt der Selektions-Prozess. Nur einwandfreie Früchte ohne Faulstellen dienen als Ausgangsprodukt auf Apfelbasis. Bei der Auswahl der Äpfel ist der Züchter so penibel, weil Äpfel mit Faulstellen den Geschmack des späteren Seccos negativ beeinflussen - ein bitterer „Abgang“ wäre die Folge.

### Innovationsfreude belebt das Geschäft

Bei der Sortenwahl setzt der Landwirt verstärkt auf neue Sorten, und das aus gutem Grund: „Innovative Produkte geben dem Geschäft nicht nur Impulse. Neue Züchtungen sind oft auch weniger anfällig für Krankheitserreger – vor allem Pilzkrankheiten – und das erleichtert uns die Pflanzenschutzarbeit.“ Überhaupt steckt in Clostermann eine gehörige Portion Pioniergeist. So wurde auf dem Neuhollandshof erstmals in Deutschland die neue Apfelsorte „Santana“ angebaut und auch bei „Topaz“ zählte der



Äpfel, die nicht als Tafelobst geeignet sind, werden zu Säften, Apfelmus, Apfelkraut und Apfelsecco weiterverarbeitet.



Rheinländer hier zu Lande zu den Ersten, die dieses Produkt ins Sortiment aufnahmen. Der Obstbauer arbeitet eng mit Forschungseinrichtungen und Zuchtunternehmen im In- und Ausland zusammen. Im Januar 2008 wurde auf dem Hof mit zehn neu beginnenden Imkern eine Imkergemeinschaft für wesensgemäße Bienenhaltung gegründet, die inzwischen von Demeter zertifiziert ist.

**Praxistest für Wissenschaftler**

Im Rahmen dieser Aktivitäten testet Clostermann auch neue Züchtungen auf ihre Leistungsfähigkeit. „Wir sind so etwas wie ein Pilotbetrieb, auf dem in Kooperation mit Wissenschaftlern neues Material unter Praxisbedingungen eingehend unter die Lupe genommen wird.“ Umfassende Ernteanalysen und Qualitätsbonitierungen gehören dabei unter anderem zum Aufgabenspektrum. In technischen Angelegenheiten steht Clostermann ebenfalls gerne mit Rat und Tat zur Seite.

**Bewusstsein für gesunde Ernährung schaffen**

Volles Engagement stellt der Obstbauer überdies in der Öffentlichkeitsarbeit unter Beweis. Etwa 40 Hofbesichtigungen, insbesondere für Schulklassen und Kindergärten, Erwachsenengruppen, Vereine organisieren er und seine Frau im Jahr. Neu sind Projektarbeiten mit der Waldorfschule Dinslaken, deren 3. Klasse beispielsweise im Rahmen einer Hausbauepoche einen Hühnerstall für den Betrieb baute oder eine andere Klasse, die über 8 Jahre jährlich den Betrieb besucht.

Gemeinsam mit dem Krefelder Therapeutikum, einer anthroposophischen Gemeinschaftspraxis, zeichnen die Clostermanns seit zwei Jahren für eine Veranstaltungsreihe zum Thema „Medizin und Landwirtschaft“ verantwortlich. Im Zuge dieser Initiative soll das Bewusstsein bei den Patienten für eine gesunde Ernährung gestärkt werden. „Diese Aktivitäten bringen uns immer wieder in die lokalen Medien, was sich letztlich auch positiv auf unser Geschäft auswirkt.“

Thea und Rolf Clostermann: „In neuen Produktentwicklungen wie unserem Apfel-Secco ist Musik drin“.



**Betriebsdaten**

**Neuhollandshof**

**Biobetrieb:** seit 1993

**Flächen:** 18 ha Obstbau, davon 1,5 ha Birnen

**Hofverarbeitung:** eigener Hofladen

**Arbeitskräfte:** 1 Betriebsleiter, 2 Vollzeitkräfte, mehrere Aushilfskräfte nach Bedarf