



Chancen und Grenzen von Wertschöpfungsketten im Ökologischen Landbau

Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte

Johannes Enzler

München, 24.10.2017



- 1. Wertschöpfungskettenvarianten**
- 2. Grenzen**
 - 2.1. Erzeuger
 - 2.2. Verarbeitung
 - 2.3. Handel
- 3. Chancen**

Wertschöpfungsketten (1)

- 1) Erzeuger  Verbraucher
Direktvermarktung
z.B. Ab-Hof-Verkauf, Wochen-, Bauernmarkt,
Abo-Kisten

- 2) Erzeuger  Handel  Verbraucher
z.B. Hofkäserei

- 3) Erzeuger  Verarbeiter  Handel  Verbraucher
z.B. Fleisch z.B. Schlachthof

Wertschöpfungsketten (2)

- 4) Erzeuger → Erzeugerzusammenschluss → Verbraucher
z.B. Obst, Wein z.B. Genossenschaft, Erzeugergemeinschaft, wirtschaftlicher Verein
- 5) Erzeuger → Erzeugerzusammenschl. → Verarbeiter → Verbraucher
z.B. Marktgesellschaft z.B. Bäcker
- 6) Erzeuger → Erzeugerzusammenschl. → Verarbeiter → Handel → Verbraucher
z.B. Bio-MEG z.B. Molkerei z.B. LEH

Erzeuger – Futtermittelfürbarkeit

Beispiel Bio-Eiweißfutter			
Anbau 2017 in Bayern			
Körnerleguminosen (Auswahl)	Hektar	Erntemenge (t) geschätzt	Futterbedarf
Ackerbohne	5.280	14.300	
Erbsen	2.644	6.600	8.100
Soja	1.771	4.400	6.900
Sonnenblumen	687	2000	
Lupinen	186	450	
Leindotter	123	180	
Futterbedarf			
Ferkel	40 kg	Legehennen	48 kg
Mastschwein	260 kg	Masthähnchen	6 kg
Zuchtsau	1.200 kg	Pute ♀	40 kg

Erzeuger – Verfügbarkeit Jungtiere

Beispiel Bio-Schweine	
	Anzahl Tiere
Zuchtsauen ab erstem Abferkeln und Jungsauen trächtig	2.800
Ferkel bis unter 30 kg	11.300
Mastschweine ab 50 kg	17.600

Beispiel Bio-Legehennen	
	Anzahl Tiere
Legehennen über 6 Monate	493.500
Küken und Junghennen bis 6 Monate zur Aufzucht	93.000

Verarbeiter – Mengenverfügbarkeit

Beispiel Bio-Zucker			
Anbau 2017 in Bayern			
	Hektar	Ø-Ertrag dt/ha	Ø-Ertrag t
Zuckerrüben	972	500	≙~ 48.600

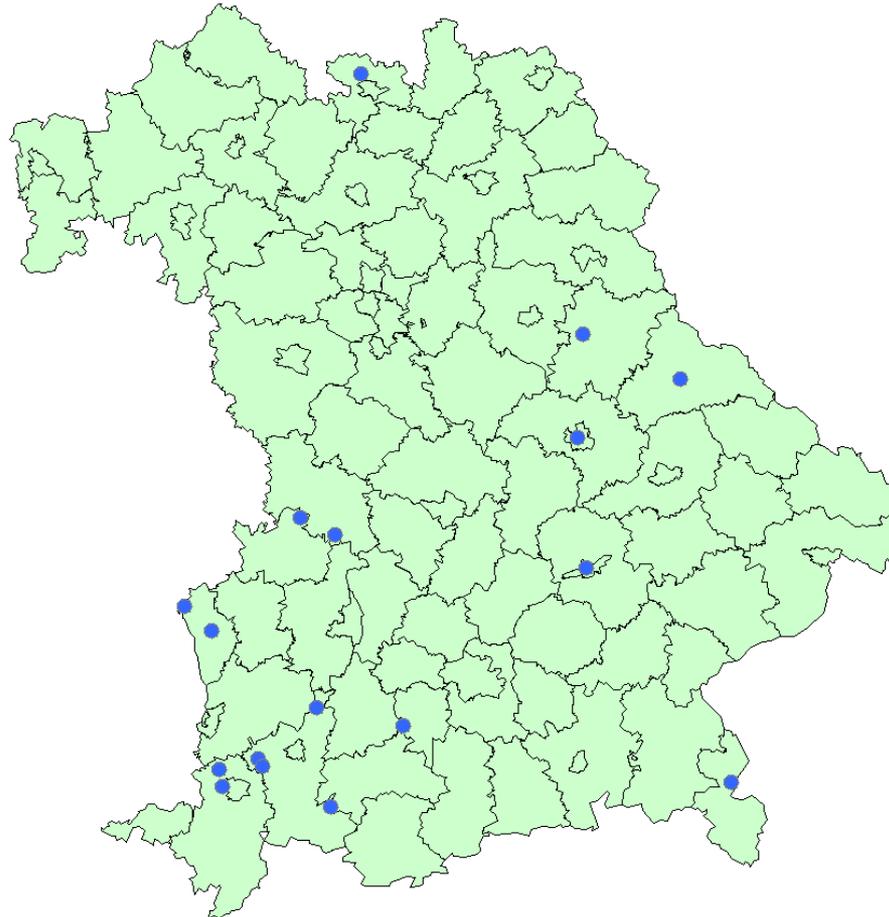
Verarbeitungskapazität Südzucker		
	Rüben in t/Jahr	Rüben in t/Tag
Standort Ochsenfurt	1,1 - 1,7 Mio.	15.000
Standort Rain/Lech	0,8 - 1,6 Mio.	12.000
Standort Plattling	1,0 - 2,0 Mio.	16.000
Standort Warburg	0,35 - 0,4 Mio.	4.700

Verarbeiter – Kapazitäten

Beispiel Verarbeiter

Die BIO-FROST Westhof GmbH ist Deutschlands einzige reine Bio-Frosterei, d.h. es wird ausschließlich Gemüse von zertifizierten und ökologisch wirtschaftenden Bio-Betrieben verarbeitet

Verarbeiter – Standorte Öko-Milch-verarbeitende Molkereien



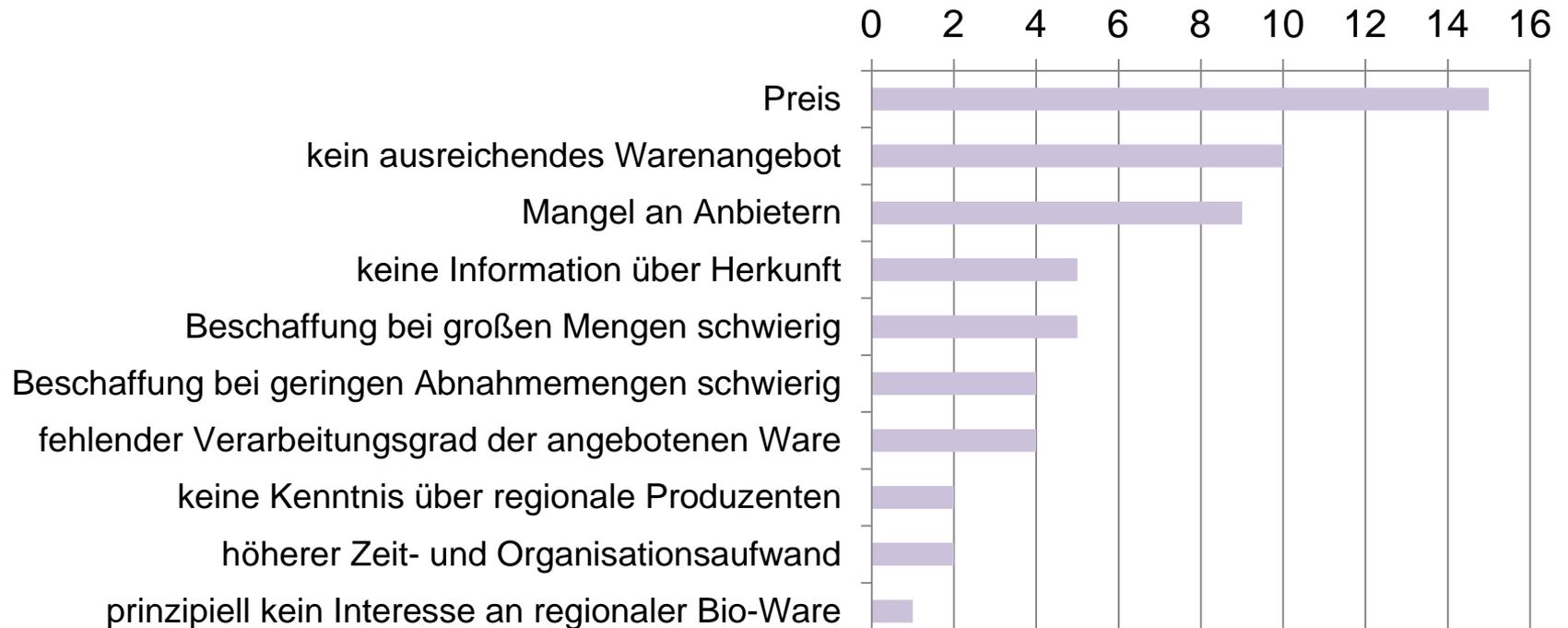
Erstellt mit LfL-Geofachdatendienst
Datenquelle: Bayerische
Vermessungsverwaltung (BVV)

0 10 2030 km

Handel – Produktbeschaffung

Beispiel Handel

Hemmnisse bei der Beschaffung bioregionaler Ware



Handel – Produktbeschaffung

Beispiel Handel

Vermarktung von Bio-Ziegenfleisch

Gründe, die aus Sicht von potentiellen Großabnehmern gegen ein Angebot von Öko-Ziegenlammfleisch sprechen:

- keine Abnehmer vorhanden
- hohe Schlacht- und Verarbeitungskosten bei sehr kleinen Schlachtkörpern
- hoher Produktpreis aufgrund der hohen Produktionskosten
- Milchlämmer nicht für SB-Ware geeignet
- nur Absatz von bestimmten Teilstücken möglich

Instrumente Beschaffungssicherheit ⁽¹⁾

1. Kooperation Landwirtschaft-Verarbeiter-Handel

a. Verlässliche Geschäftsbeziehungen

- langfristige Verträge
- Bevorzugung von Bio-Verbandsware und/oder regionalen Herkünften und Auslobung auf dem Produkt
- frühzeitige Zahlungszeitpunkte oder Vorabgeschäfte
- höhere Preise bieten

b. Produktionsabsprachen (Anbauplanung)

- abgestimmte Produktionsplanung oder Kontrakte über Jahresmengen
- Vereinbarung von Preiskorridoren

Instrumente Beschaffungssicherheit (2)

c. enge Kooperationsinstrumente

- Liquiditätsbeihilfen für Erzeuger
- Umstellungsbeihilfen – höhere Preise und Abnahmegarantien
- Finanzierung von Engpassfaktoren (Milchtank, Getreidesilo)

d. vertikale Integration der Erzeugerstufe

- partielle Investitionsbeteiligungen (z.B. Technik)
- eigene Anbauprojekte

Instrumente Beschaffungssicherheit ⁽³⁾

2. Kooperationsunterstützende Angebote an Landwirt
Für Hersteller wichtige, für Erzeuger risikobefasste Produkte
 - produktionstechnische Beratung
 - Forschung
3. innerbetriebliche Instrumente Verarbeiter
 - Wertschöpfung aus dem Rohstoff steigern
 - elastische Rezepturen planen: Austauschbarkeit von Komponenten (z.B. Sonnenblumenöl statt Leinöl)
 - Produktpalette variieren (Roggenvariante statt Dinkel)

Chancen – Beispiel Verbraucher

Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln:

artgerechte Tierhaltung und Inhaltsstoffe wichtig, Beratung weniger



Bio

Angaben in Prozent

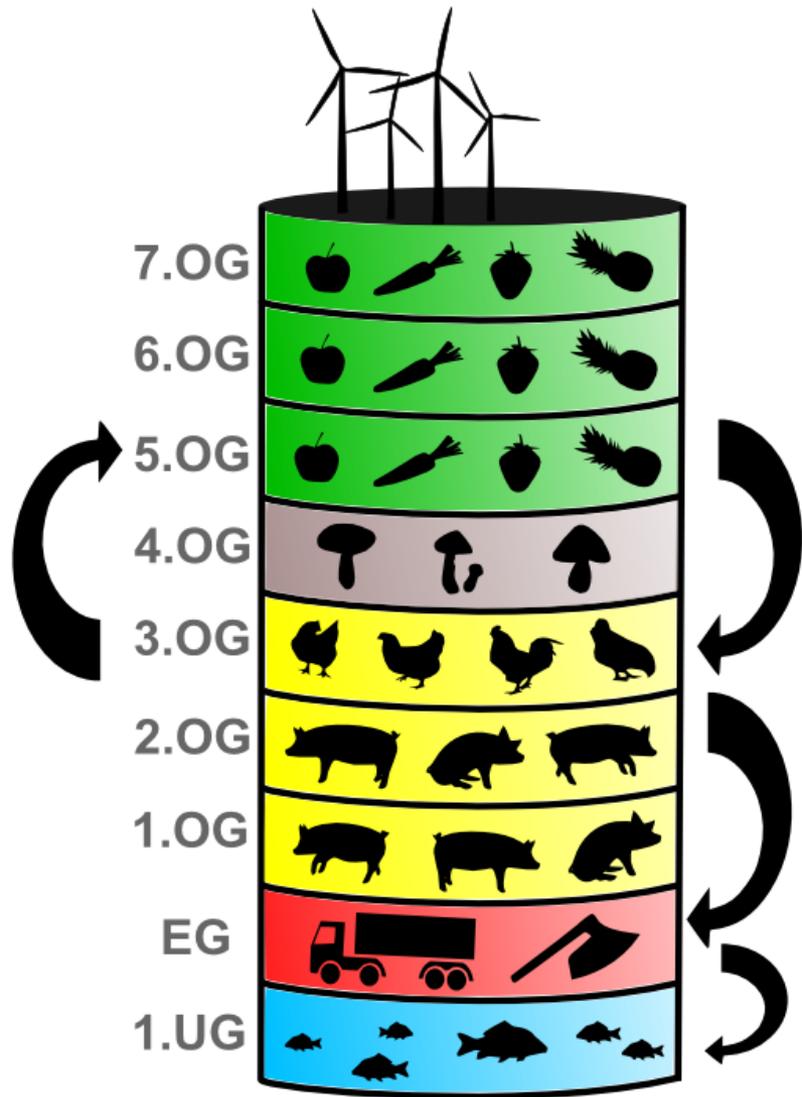
n=713; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen

nur Ja-Anteil dargestellt

Frage:

Was sind die Gründe, die Sie dazu veranlassen, Bioprodukte zu kaufen?

Chancen und Grenzen von Wertschöpfungsketten im ÖL



**Danke
für Ihre
Aufmerksamkeit!**