

Thomas Fisel und Wolfram Diemel

# Marktchancen für „Bio“ checken

*Bio-offensive – Marktchancen erkennen – Marktpotenziale erschließen. Unter diesem Leitsatz haben die Stiftung Ökologie und Landbau (SÖL) und der Verband der Landwirtschaftskammern (VLK) ein Projekt zur Förderung der einheimischen Bio-Erzeugung gestartet. Ein neuer Beratungsbaustein der bio-offensive ist der sogenannte Bio-Sourcing-Check.*



**D**er Markt für Bio-Lebensmittel wächst weiter. In 2012 legte er um 6 Prozent auf 7 Milliarden Euro zu (AMI 2013). Trotz zum Teil kritischer Medienberichte ist die Nachfrage stabil. Offenbar haben die Käufer ein hohes Vertrauen in diese Produktionsweise.

Die heimische Erzeugung der benötigten Rohwaren hält mit dieser Entwicklung nicht mit. Die Zahl der Ökobetriebe wuchs in 2012 lediglich um 2,6 Prozent, die von ihnen bewirtschafteten Flächen um 2,7 Prozent (BÖLW 2013). Damit verschenkt die deutsche Landwirtschaft ein immer größer werdendes Absatzpotenzial in einem der wenigen Wachstumsmärkte für Lebensmittel.

Experteneinschätzungen und erste Untersuchungen machen hierfür die folgenden Gründe verantwortlich:

- gute konventionelle Preise,
- eine starke Flächenkonkurrenz durch Biogas- und Veredelung,
- geringe Kenntnisse über den Ökolandbau bei Hofnachfolgern und jungen Betriebsleitern – häufig verbunden mit Vorurteilen und Berührungängsten,
- ein als hoch empfundenes Preis- und Absatzrisiko bei einer möglichen Umstellung.

## Ziele und Akteure

Dieser Entwicklung wirkt die bio-offensive als Gemeinschaftsprojekt von SÖL und VLK seit nunmehr knapp fünf Jahren entgegen. Die bio-offensive wird von der Landwirtschaftlichen Rentenbank im Rahmen einer Projektförderung finanziell und vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) sowie dem Deutschen Bauernverband (DBV) ideell unterstützt. Gerade das Miteinander von Öko-Beratungseinrichtungen der Anbauverbände, Öko-Beratungsringen sowie Ökoberatern der Landwirtschaftskammern ermöglicht eine wirkungsvolle Ansprache konventionell wirtschaftender Betriebe.

Die bio-offensive bietet Betriebsleitern Informations- und Beratungsangebote, damit sie sich fundiert und gleichzeitig unverbindlich mit einer potenziellen Umstellung auf ökologischen Landbau auseinandersetzen können. Gleichzeitig will sie zu einer stärkeren Bevorzugung und verbindlicheren Abnahme von heimischer Rohware durch die Abnehmer beitragen. So bekommen interessierte Betriebsleiter die notwendige Sicherheit, um die Schritte in Richtung Umstellung zielgerichtet anzugehen.

Um diese Ziele zu erreichen, konzentriert sich das Projekt auf die folgenden Aktivitäten:

- Betriebschecks für Landwirte, um die Möglichkeiten einer Umstellung fundiert und unverbindlich prüfen zu können,
- verstärkte Ansprache der Zielgruppe Junglandwirte durch Impulse zur Integration des Themas Ökolandbau in landwirtschaftlichen Berufs- und Fachschulen,
- Entwicklung und Durchführung eines „Bio-Sourcing-Checks“ für Verarbeiter und Handel, um deren Beschaffungssituation zu analysieren und die Möglichkeiten einer regionalen und heimischen Versorgung mit Ökorohstoffen zu prüfen,
- Begleitung und Unterstützung von beispielhaften Erzeuger-Abnehmer-Kooperationen („Leuchtturmprojekte“) bei der Entwicklung eines Belieferungskonzepts mit regionalen/heimischen Ökorohstoffen.

## Betriebschecks

Die angebotenen Betriebschecks stoßen bei den Landwirten auf hohes Interesse. Unter Einbindung von acht Beratungsorganisationen wurden in den vergangenen fünf Jahren weit über 1.000 Betriebs-

checks durchgeführt. Bei einer Stichprobenbefragung zeigte sich, dass gut ein Drittel der beratenen Betriebe sich danach relativ schnell für eine Umstellung entschieden hat. Für knapp 10 Prozent der Betriebe stellte sich heraus, dass eine Umstellung nicht in Frage kommt. Für die übrigen Betriebsleiter war die Beratung ein wichtiger Schritt in einem noch andauernden Entscheidungsprozess.

Eine Befragung der Berater ergab, dass etwa 60 Prozent der Betriebe, die einen Betriebscheck absolvierten, sehr gute Voraussetzungen für die Umstellung aufweisen. Das heißt, dass der Einstieg in den Ökolandbau für diese Betriebe mit einem geringen Aufwand und überschaubarem Risiko möglich ist. Dies unterstreicht die Bedeutung der Preis- und Absatzperspektiven.

Unter Federführung des Ökoteams der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen wurden Unterrichtsbauwerke zum Ökolandbau für den Berufs- und Fachschulunterricht entwickelt und erprobt. Diese werden in der laufenden Projektphase im Rahmen einer Weiterbildung für Fachschullehrer und Lehrkräfte zur Meisterausbildung zur bundesweiten Nutzung weitergegeben.

## Bio-Sourcing-Check

Der Bio-Sourcing-Check analysiert die Möglichkeiten einer einheimischen Rohstoffbeschaffung und dient zur Sensibilisierung von Abnehmern und Handel, verstärkt auf heimische Rohstoffe zu setzen.

Nur aktive Beschaffungskonzepte sichern die Öko-Strategie eines Herstellers oder Händlers langfristig ab. Dazu gehört es, eine Strategie im Hinblick auf die Rohwarenbeschaffung zu entwickeln: Sollen die Anforderungen über die EU-Bio-Zertifizierung hinausgehen? Sind Regionalherkünfte möglich? Wie können sich diese Zusatzqualitäten am Markt auszahlen?

Dann geht es um den Aufbau sicherer Beschaffungsalianzen, bis hin zur aktiven Unterstützung der Bio-Umstellung von Landwirten durch Hersteller. Ein solches strategisches Vorgehen ist gleichzeitig die Voraussetzung, um tragfähige und langfristige Kooperationen mit Erzeugern einzugehen. Dies bindet

Zeit und Know-how. Hierbei will die bio-offensive unterstützen.

Der Bio-Sourcing-Check wurde im Herbst 2012 als Managementtool für das strategische Beschaffungsmarketing entwickelt. Mit Hilfe von geschulten Beratern können sich Lebensmittelhersteller in einem Inhouse-Workshop einen systematischen Überblick über die Situation und Schwachstellen in ihrer Rohwaren-Beschaffung sowie über Lösungsansätze verschaffen. In einem weiteren Modul der bio-offensive werden in 2013 außerdem drei Leuchtturmprojekte von beispielhaften Verarbeiter-Erzeuger-Kooperationen vertiefend beraten und daraus „Best Practices“ abgeleitet.

## Erste Erfahrungen

Der Wunsch der „Bio-Branche“, regionale Rohstoffe zu bevorzugen, und der Einkaufsaltag klaffen häufig auseinander. Im Alltag bestimmen oft andere Zwänge das Einkaufsverhalten. Daher ist die Verknüpfung zwischen der Unternehmensstrategie und der Rohstoffbeschaffung eine wichtige Voraussetzung, um langfristig zu mehr heimischer oder regionaler Rohwarenbeschaffung zu gelangen. Gerade kleine und mittlere Verarbeiter wie auch solche, die neu im Biomarkt aktiv werden, sind dankbar für Hilfestellungen durch Berater.

Das Interesse von Verarbeiter-Beratern am Bio-Sourcing-Check war groß. Zehn Berater wurden im

ersten Schritt geschult. Die Schulung zeigte einen großen Austausch- und Vernetzungsbedarf untereinander.

Die Auswertung der ersten Checks steht noch aus. Es zeichnet sich ab, dass die Vertiefung der Lieferantanalyse notwendig sein wird. Das gilt besonders dann, wenn der Fokus einer Beratung von vornherein auf wenige Problemrohstoffe wie deutsches Soja oder regional erzeugtes Schweinefleisch eingengt ist. In diesen Produktgruppen bewegen sich auch zwei der drei geplanten Leuchtturmprojekte.

## Gesamtfazit

Beratung, die die Entwicklung der heimischen Erzeugung stärken soll, muss die gesamte Wertschöpfungskette in den Blick nehmen. Sowohl in der Erzeugung wie auch beim Einkauf gibt es spezifische Herausforderungen, um den Anteil heimischer und regionaler Bio-Ware und damit die heimische Wertschöpfung zu steigern. Für Erzeuger wie für Verarbeiter und Händler gilt, dass eine Erstberatung hilft, die Chancen, aber auch Lösungsansätze zur Überwindung von Barrieren zu erkennen. Die Beratungsangebote im Rahmen der bio-offensive geben Fahrpläne an die Hand, die ein zielgerichtetes Herangehen an die Umstellung der Landwirtschaft und eine bessere Kooperation zwischen Landwirtschaft und abnehmender Hand ermöglichen. ■

## Wie läuft der Bio-Sourcing-Check?

Der Bio-Sourcing-Check besteht aus sieben Schritten:

- Überblick Betriebsstruktur: Produktionsstandorte, Sortimentsbereiche, Produkte und Bio-Anteil usw.
- Beschreibung der Marketing-Strategie im Bio-Markt: Fazits für die Bedeutung der Rohstoffherkunft für die Marktpositionierung
- Klärung der Anforderungen an die Qualität der Bio-Rohstoffe: innere und äußere Beschaffenheit, Standards (EU-Bio oder Verbandsware?), Herkunft (regional, national, international)
- Ranking der Produkte/Warenguppen: Rangliste aufgrund des Umsatzanteils im Unternehmen, des Listungsanteils im Markt sowie gegebenenfalls weiterer Kriterien, um im Folgeschritt die strategisch vorrangigen Rohstoffe zu identifizieren
- Rohstoffbedarf für die wichtigsten Produkte: Einteilung der Rohstoffe nach Mengenbedarf und Ersetzbarkeit
- Analyse von Beschaffungsproblemen und Risikofaktoren: qualitative Problem-Analyse der Beschaffungssituation
- Entwicklung sicherer Beschaffungsstrategien: Überprüfen und Festlegen von Instrumenten und Maßnahmen für die zukünftige Beschaffungsstrategie

**Literatur**  
**AMI – natürlich informiert (2013):**  
 „Bio-Markt 2012 um 6% auf 7,04 Mrd. EUR gewachsen“, Bonn

**BÖLW (2013):**  
 www.boelw.de, Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2013

## Die Autoren



**Thomas Fisel**  
 Stiftung Ökologie und Landbau (SÖL), Augsburg  
 Thomas.Fisel@t-online.de



**Dr. Wolfram Diemel**  
 Öko Strategie Wissen eV Beratung, Marktleebberg  
 diemel@oeko-strat.de