

# Durch regionale Kooperation zum Erfolg

Regional zu erzeugen, ist ein wichtiger Trend im deutschen Biomarkt. Dabei gilt es, sich gegen die oft günstigere internationale Bioware durchzusetzen. Kooperationen vor Ort können helfen, diesen Weg zu gehen, das Projekt bio-offensive unterstützt dabei.

**Wolfram Dienel** berichtet von neun Jahren Kooperationsförderung.

**D**a sich regionale Märkte und neue spezielle Produktmärkte oft nicht so entwickeln, wie es angesichts der Nachfrage möglich wäre, bleiben interessante Potenziale für die heimische Ökolandwirtschaft unerschlossen. So bestehen trotz der hohen Umstellungsrate der letzten sechs Jahre Engpässe in der heimischen Erzeugung zum Beispiel von Öl- und Eiweißfrüchten, beim Ausbau der Obst- und Gemüsesortimente, bei Geflügel- und Schweinefleisch und der Versorgung regionaler Submärkte neben Überschüssen an Bioroggen oder Futtergetreide. Das Projekt bio-offensive bietet seit 2008 umfassende Beratungs- und Informationsmöglichkeiten in Sachen Umstellung an. Mit Mitteln der Landwirtschaftlichen Rentenbank unterstützt es als Gemeinschaftsprojekt der Stiftung Ökologie & Landbau (SÖL) und des Verbands der Landwirtschaftskammern (VLK) jährlich drei bis vier innovative Kooperationen bei der Suche nach passenden Lösungen oder in der Startphase. Nach neun Jahren der Kooperationsförderung zeigt sich: Dieser Weg ist erfolgreich.

nen der Aufbereitungs- und Verarbeitungsstufen ist es häufig die rentable Auslastung von Infrastruktur. Für die Absatzsicherheit der Landwirtschaft ist die aktive Kommunikation der Rohstoffherkunft an die Endverbraucher\*innen entscheidend. Das sorgt für Nichtaustauschbarkeit, weil überregionale Konkurrenz nicht zum Zuge kommen kann, und sichert bei Knappheit der regionalen Rohware die Erzeugerpreise.

Trotz der Verbraucherpräferenz für regionale Ware liegt die zusätzliche Zahlungsbereitschaft meist nicht über zehn Prozent. Regionale Bioprodukte sollten deshalb einen zusätzlich höheren Nutzen in den Bereichen Genuss, Gesundheit, Gerechtigkeit oder Authentizität bieten. Bei Direktvermarktung ist für Authentizität gesorgt: Hier darf die regionale Gattungsware, zum Beispiel die Möhre, daher teurer sein als im Supermarkt. Ersatzweise kann der erzeugende Betrieb auch im mehrstufigen Absatz am Verkaufsort gezeigt werden. Landwirtschaftliche und regionale Wirtschaftsakteure müssen zudem in der Kommunikation der Rohstoffherkunft und dem damit verbundenen Nutzen zusammenarbeiten, damit sie überhaupt von ihren Kunden\*innen wahrgenommen werden.

## Gemeinsamer Nutzen

Der wichtigste Erfolgsfaktor langfristiger Kooperation ist ein gemeinsames strategisches Interesse am regionalen, knappen Rohstoff und damit das gegenseitige Angewiesensein bei der Projektrealisierung. Die gesamte abnehmende Wertschöpfungskette, angefangen beim Lebensmittelhandel, muss in die regionale Strategie investieren und auf langfristige Belieferung aus der definierten Region angewiesen sein. Für den Handel liegt der Projektnutzen neben zusätzlicher Marge im Positionierungsvorteil gegenüber Wettbewerbern. Für die Akteur\*in-

## Abgestimmte Planung

In vielen Regionalprojekten und Biopioniermärkten fallen trotz geringer Anfangsumsätze sofort hohe Spezialinvestitionen an. Darum ist die gemeinsame Planung von Angebot und erwarteter Nachfrage ein weiterer Erfolgsfaktor, der die Investitionsrisiken mindert. Diese Abstimmung erfolgt in Pioniermärkten vielfach auch informell außerhalb verbindlicher Kooperationen. So lädt das Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersach-



Sojaanbau in Deutschland ist risikobehaftet. Kooperationen geben die nötige Sicherheit für Investitionen.

sen (KÖN) die Biogemüseerzeuger und deren Absatzpartner regelmäßig zum Informationsaustausch über die Marktentwicklung bei runden Tischen und Biobranchenforen ein. Und die Bioschweinehalter kooperieren derzeit bei der Erfassung der Bioferkelzahlen (siehe Kasten, Versorgungs- und Absatzsicherheit durch Markttransparenz).

Am sichersten – aber auch am aufwendigsten – für die beteiligten Landwirt\*innen ist die Koordination innovativer Regionalprojekte durch Erzeugergemeinschaften. Häufig stimmen daher auch Erfassungshändler, Mühlen, Molkereien oder Schlachtbetriebe die Erzeugung mit dem Bedarf der Wertschöpfungskette ab. Diese Koordination durch die aufnehmende Hand ist für die Landwirtschaft sicher, wenn die Absatzpartner auf die Rohstoffe angewiesen sind (siehe Kasten, Biojoja aus Norddeutschland). Interessensvereine wie der Verein „Bio Kartoffel Erzeuger“ und die Bioanbauverbände koordinieren,

ohne selbst über die Ware zu verfügen. Neun Jahre Kooperationsförderung durch die bio-offensive zeigen, dass regionale Konzepte so vielfältig wie ihre Anforderungen sind. □

▷ Der komplette Auswertungsbericht der Erfolgsfaktoren aus neun Jahren Kooperationsförderung mit Kurzdarstellungen der 22 seit 2012 geförderten Projekte ist verfügbar unter [kurzelinks.de/cfbq](http://kurzelinks.de/cfbq).



**Dr. Wolfram Diemel,**  
ÖkoStrategieWissen&Beratung,  
[dienel@oeko-strat.de](mailto:dienel@oeko-strat.de)

## Zwei Fallbeispiele für Erfolgsfaktoren aus der bio-offensive

### Biojoja aus Norddeutschland

Der Sojaanbau in Norddeutschland befindet sich noch in der Pionierphase. Ohne langfristige Absatzsicherheit und abgestimmte Planung wären die erforderlichen Investitionen in regionale Trocknung, Lagerung und Aufbereitung zu risikobehaftet. Je nach Witterungsverlauf entsteht mehr Konsum- oder nur Futterware. Für beide Qualitätsniveaus wurden verlässliche Abnehmer\*innen in Norddeutschland gefunden und ins Projekt eingebunden. Die Koordination erfolgte durch ein privatwirtschaftliches Handelsunternehmen in bäuerlicher Hand. Die Sicherheit der Landwirtschaft resultiert hier also nicht aus der bäuerlichen Kontrolle über eine Erzeugergemeinschaft, sondern aus der langfristigen, gegenseitigen Abhängigkeit entlang der Wertschöpfungskette. Der Sojaanbau der liefernden Ökobetriebe ist vom Zeitpunkt der Projektförderung 2014 bis 2019 um über 200 Prozent auf 650 Hektar gewachsen.

### Versorgungs- und Absatzsicherheit durch Markttransparenz

Abgestimmte Marktentwicklung ist die Voraussetzung für die Erweiterung der Bioschweinehaltung. Die Nachfrage wuchs zuletzt sehr stark, das Niveau der Bioerzeugerpreise ist auskömmlich. Aber bei starker Umstellung kann das Marktgleichgewicht leicht kippen, da der Bioanteil nur bei einem Prozent liegt. Besonders schwierig einschätzbar ist bislang das Angebot an Bioferkeln. Darum entwickelte das Aktionsbündnis Bioschweinehalter Deutschland (ABD) in Kooperation mit der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) ein Erfassungssystem zur regelmäßigen Erhebung der Ferkelzahlen. Zum Projektende 2020 beteiligten sich etwa 25 Prozent der deutschen Ferkelerzeugung, was eine erste Abschätzung der Bioferkelproduktion ermöglichte. Aufgrund der Konkurrenzsituation und eines möglichen Einflusses auf die Marktpreise sind die Daten hochsensibel. Daher sind die Gewährleistung der Datensicherheit und Zugänglichkeit eine wesentliche Aufgabe in der Kooperation. Die AMI als Dienstleister gilt als vertrauenswürdig, da sie nicht im Markt aktiv ist.