

Dr. Liliane Schmitt, EcoConcept Dewes & Schmitt

- **Der Markt für Öko-Produkte**
- **Rohstoffbeschaffung und -verfügbarkeit**
- **Wege zu Marktpartnern**
- **Kostenfaktoren und Chancen**
- **Absatzwege**



Umsatz mit Öko-Lebensmitteln in Deutschland in % vom Gesamt-Lebensmittelmarkt

Jahr	%
1997	1,2
1998	1,4
1999	1,6
2000	1,6
2001	2,1
2002	2,3
2003	2,4

Quellen: Hamm 2003, ZMP 2003, Hamm BioHandel 9-04 S. 36



Fleisch- und Fleischwarenmarkt für Ökoprodukte

Im Jahresschnitt werden in Deutschland ca.

55.000 t Rindfleisch,
17.000 t Schweinefleisch und
6.000 t Geflügelfleisch

aus ökologischer Landwirtschaft erzeugt.

Der Marktanteil aller Öko-Produkte liegt bei ca. 2,3 %, der Marktanteil von Öko-Fleisch- und -Wurstwaren liegt bisher erst bei 1,8 %.



Rohstoffbeschaffung und -verfügbarkeit

- Bei Händlern kaufen, die auf Biosortimente spezialisiert sind
- Rezepturen auf Verfügbarkeit der Zutaten prüfen, Beschaffung längerfristig planen
- Lieferengpässen durch Absprachen vorbeugen



Rohstoffbeschaffung und -verfügbarkeit

In Öko-Qualität verfügbar:

Fleisch:

- Ganze Tiere / Hälften
- Teilstücke
- Konfektionierte (Edel-)Stücke für Theke oder SB

Zutaten:

- Kräuter, Gewürze, auch Fertigmischungen
- Starterkulturen und Süßungsmittel
- Salze (auf zugelassene Rieselhilfen achten)



Sortimentserweiterungen

1. Zukauf von Fleisch, Wurst, Schinken
2. (gefüllte) Teigtaschen
3. Konserven
4. Convenience-Produkte, TK
5. Bio-Vollsortiment



Lieferanten

Für
Tiere, Fleisch:

- Landwirtschaftliche Erzeuger
- Erzeugergemeinschaften
- Schlachtbetriebe

Für
Wurst, Zutaten,
Sortimentserweiterung:

- Großhandel
- Hersteller (Direktbezug)

auf gültige Zertifizierung nach EG-Öko-Verordnung achten!



Adressen von Herstellern

- z.B. im BioFach-Messekatalog

Die BioFach ist die Fachmesse für die Biowelt. Sie findet immer im Februar eines jeden Jahres in Nürnberg statt.
www.biofach.de

- im Ökolandbauportal www.oekolandbau.de
→ „Beschaffungsfinder“ für Zutaten und Zusatzstoffe



Adressen von Erzeugerbetrieben



Kontrollstellen	www.oekolandbau.de
Bioland	www.bioland.de
Biokreis	www.biokreis.de
Biopark	www.biopark.de
Demeter	www.demeter.de
Gäa	www.gaea.de
Naturland	www.naturland.de



Möglichkeiten der Kooperation

Fleischerfachgeschäft mit Erzeugerbetrieb:

- direkte Kooperation ist eine für beide Seiten günstige Geschäftsbeziehung
- durch persönliche Kontakte leichtere Information über Qualitätsansprüche
- durch direkte Geschäftsbeziehung Einfluss auf Qualitätsparameter
- Vertrauen durch Transparenz
- Ganztierverwertung durch traditionell arbeitende Fleischerfachgeschäfte möglich



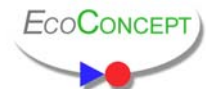
Möglichkeiten der Kooperation

zum Beispiel

Erzeugergemeinschaft mit Zerlege- und Verarbeitungsbetrieb



Quelle: bioPress 30-02 S. 24



Kostenfaktoren der Bio-Produktion

Kostenfaktoren	Parallelproduktion: ökologisch und konventionell	nur ökologisch
Getrennte Rohstoffbeschaffung	X	
Höhere Kosten für Rohstoffe und Zutaten	X	X
Trennung der Rohstoffe und Halberzeugnisse im Lager	X	
Getrennte Verarbeitungsprozesse	X	
Trennung der Produkte im Lager	X	
Warenflussdokumentation/Rückverfolgbarkeit	X	X
Verarbeitung kleinerer Chargen	X	
Aufbau einer zusätzlichen Vermarktungsschiene	X	
Zusätzliche Mitarbeiterschulung	X	
Zusatzaufwendungen für Kontrollen und ggf. Lizenzen	X	X

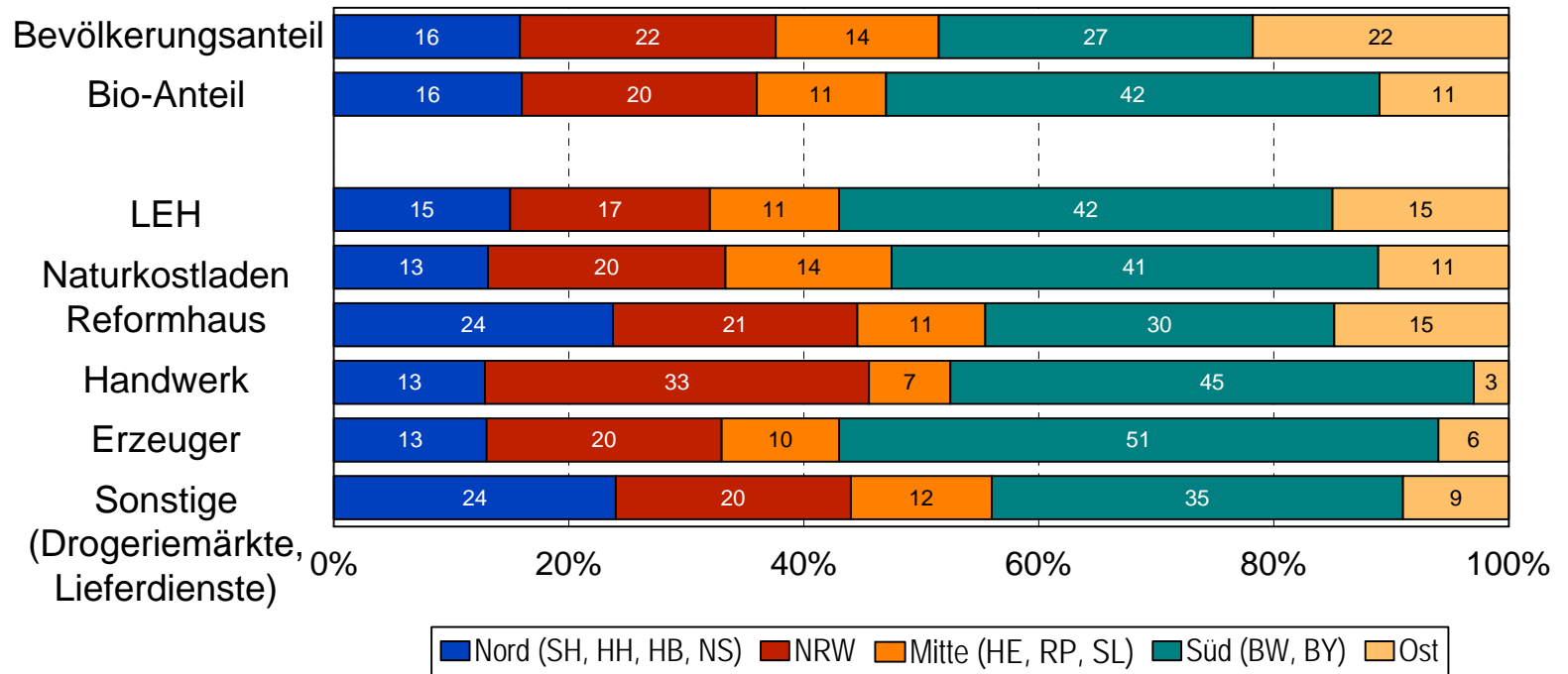


Gewinn der Bio-Produktion

- ein höherer Verkaufspreis
- Erschließung neuer Kundenkreise
- Betätigung in einem zukunftsfähigen Geschäftsfeld
- persönliche Weiterbildung durch Beschäftigung mit ethischen und ökologischen Aspekten im Berufsfeld
- persönliche Herausforderung durch Aufbau von Neuem
- durch ein gestiegenes Verantwortungsbewusstsein mehr Freude an der Arbeit
- Profilierungsmöglichkeit durch gehobenes Segment



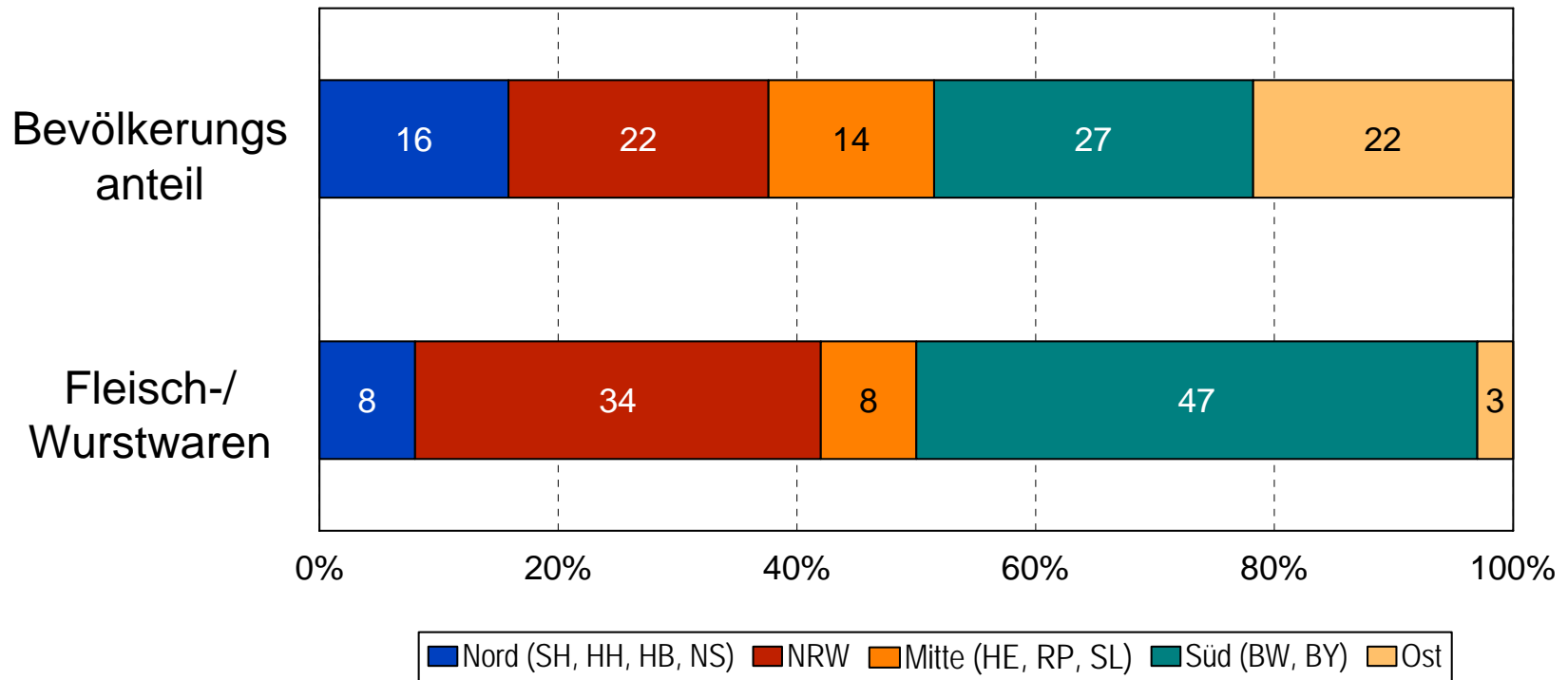
In welchen Regionen werden welche Einkaufsstätten bevorzugt?



Quelle: ZMP-Analyse auf Basis des GfK-Öko-Sonderpanels, Oktober 2002 bis Juni 2003



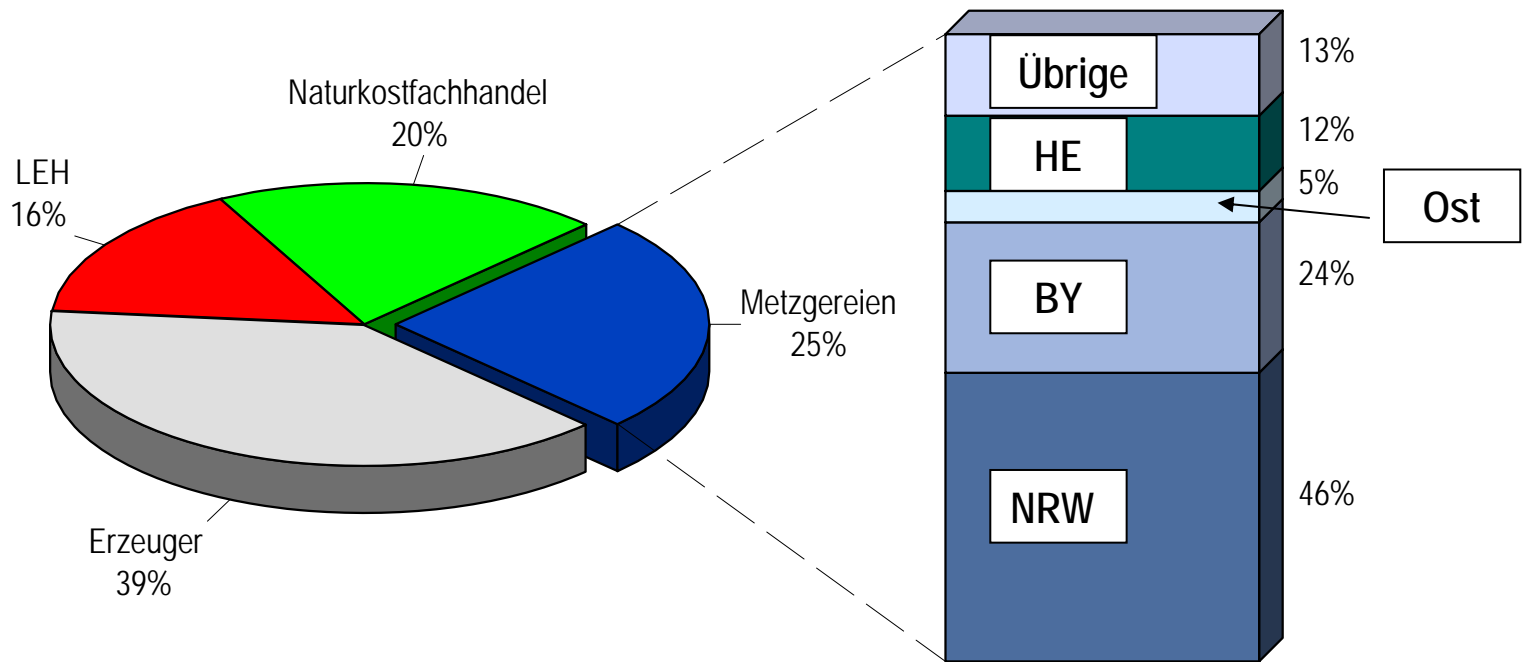
Regionale Verteilung des Biofleisch- und Wurstwaren-Umsatzes (Deutschland = 100%)



Quelle: ZMP-Analyse auf Basis des GfK-Öko-Sonderpanels, Oktober 2002 bis Juni 2003



Ausgaben für Bio-Fleisch (%) in unterschiedlichen Einkaufsstätten



70 % der Öko-Umsätze in Metzgereien entfallen auf Orte über 100.000 Einwohner

Quelle: ZMP-Analyse auf Basis des GfK-Öko-Sonderpanels, Oktober 2002 bis Juni 2003



Umsatzanteile (%) differenzierter Fleisch- und Wurstwaren im konventionellen Markt und im Öko-Markt

Umsatzanteile %	Konv. Markt	Öko-Markt
Fleischwaren und Wurst	60	31
Rindfleisch	7	41
Schweinefleisch	20	11
Geflügel	7-10	7-10

