

Wettbewerbsvorteil Qualitätsprodukt? Gründe für eine betriebliche Umstellung

Dr. Frank Wetterich

Kontakt:

Deutscher Bauernverband e.V.
Referat Marktpolitik, Ökologischer Landbau,
Urlaub auf dem Bauernhof
Claire-Waldoff-Str. 7
10117 Berlin
Tel.: 030 / 31 904-287
E-Mail: f.wetterich@bauernverband.net

Einleitung

„Qualitätsprodukt“ hier:

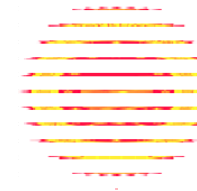
- Bio-Produkte (EU-Bio, Verbands-Bio)



- Regional vermarktete Produkte („aus der Region für die Region“)



- Regional verankerte Produkte (u.a. Herkunftsschutz g.g.A., g.U.)



- Besondere sensorische Produktqualitäten



Slow Food®



- Produkte mit besonderen ökologischen, tierethologischen oder sozialen Aspekten



Lebens- und
Arbeitsgemeinschaft

Lautenbach



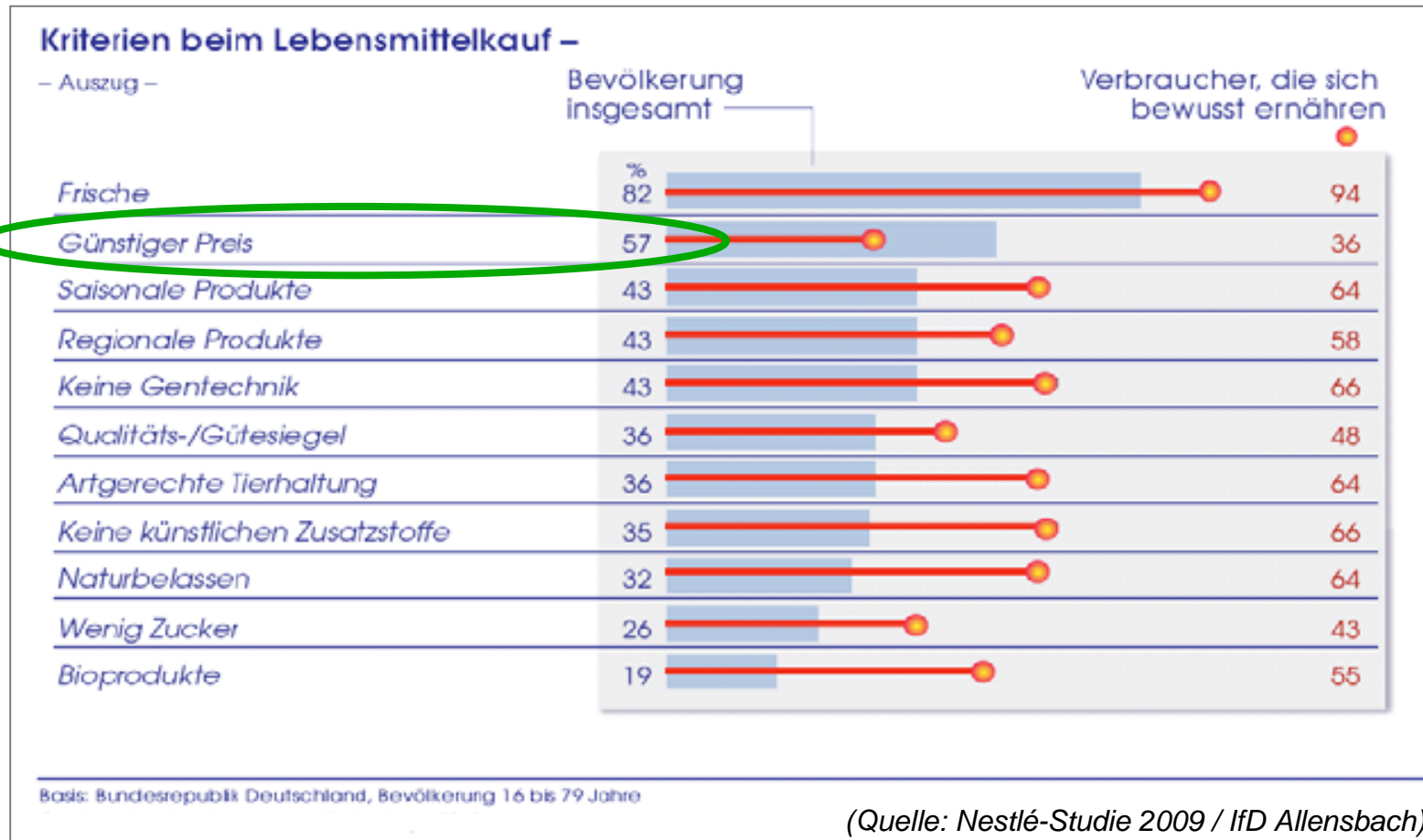
Qualitätsprodukte bieten wertvolle Chancen



Chancen aus gesellschaftlicher Perspektive:

- Chance für zusätzliche Wertschöpfung in der Landwirtschaft (und in nachgelagerten Bereichen)
- Beitrag zur Entwicklung ländlicher Räume
- Image- und Werbeträger für die Landwirtschaft
- Bedeutung für Tourismus und regionale Identität
- Bedeutung für Natur- und Umweltschutz, Tierschutz, usw.

Der Verbraucher muss aber mitziehen



Zwischenfazit:

- Das Marktsegment für Qualitätsprodukte ist insgesamt begrenzt, aber noch längst nicht ausgeschöpft.

Die Sicht des Landwirts



- Die Erzeugung von Qualitätsprodukten muss dem Landwirt einzelbetrieblich einen wirtschaftlichen Vorteil gegenüber dem Status quo erbringen.

$$\begin{aligned}\text{Gewinn} &= \text{Erlös} - \text{Kosten} \\ &= (\text{Preis} \times \text{Menge}) - \text{Kosten} + \text{Förderung}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Preis} &= f(\text{Angebot, Nachfrage}) \\ &[\text{Marketing, usw.}]\end{aligned}$$

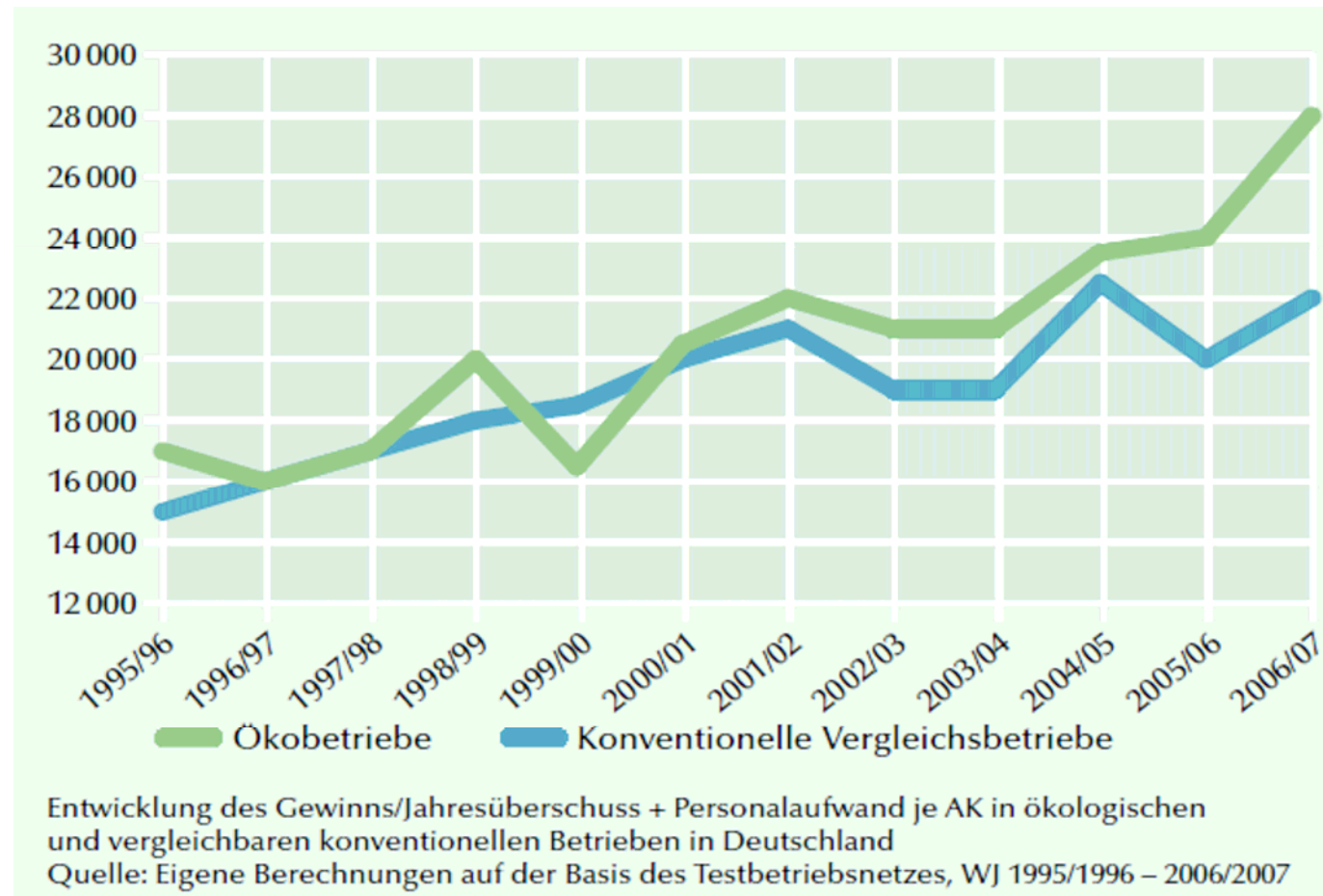
Faktoren, die die Erzeugung von Qualitätsprodukten begünstigen



- Hoher Aufschlag **Erzeugerpreis**
- Geringe **Mindererträge**
- Geringes **Produktionsrisiko**
- Geringe laufende **Mehrkosten** (Produktion, Zertifizierung, Dokumentation, Zeitaufwand)
- Geringe **Anfangsinvestitionen** (Möglichkeit zur Rückumstellung)
- Staatliche **Förderung**
- **Marktnähe** und hohe Kaufkraft der Verbraucher
- Gute **Marktperspektiven**, Stabilität, geringe Skandalanfälligkeit
- Möglichkeit zur Teilnahme an bestehenden **Vermarktungssystemen** bzw. vermarktungsfähiges Produkt mit Alleinstellungsmerkmal
- Ausreichend **Ressourcen** (Kapital, Personal, Zeit), Freude an der Vermarktung, entsprechende Kenntnisse, Unterstützung der Familie
- **Unternehmerische Einstellung** des Landwirts

Beispiel: Umstellung eines konventionellen Betriebs auf ökologischen Landbau

- Wirtschaftlichkeit des ökologischen Landbaus:



(Quelle: Nieberg et al. 2009)

- Im Durchschnitt der Betriebe und in der Mehrzahl der Jahre sind Biobetriebe wirtschaftlich erfolgreicher als vergleichbare konventionelle Betriebe

Beispiel: Umstellung eines konventionellen Betriebs auf ökologischen Landbau



Chancen

- Durchschnittlich höherer Betriebsgewinn
- Höherer Erzeugerpreis
- Stärkere Unabhängigkeit von Marktpartnern (v.a. Vorleistungen) und Weltmarkt
- Förderung: Umstellungs- und Beibehaltungsprämie, Investitionsförderung
- Bestehende Beratungs- und Vermarktungsstrukturen
- Nach wie vor hohes Marktpotenzial

Risiken

- Mindererträge und hohe Ertragsschwankungen
- Hohe lfd. Kosten v.a. bei Kulturen mit Handarbeit
- Hohe Anfangsinvestitionen v.a. in der Tierhaltung (teilweise kaum reversibel)
- Umstellungszeit (Liquidität)
- Zertifizierungskosten, Dokumentationsaufwand
- Geringe politische Verlässlichkeit der Förderung
- Marktrisiken (Austauschbarkeit, Importe, Preisdruck, Betrugsgefahr, Skandale)

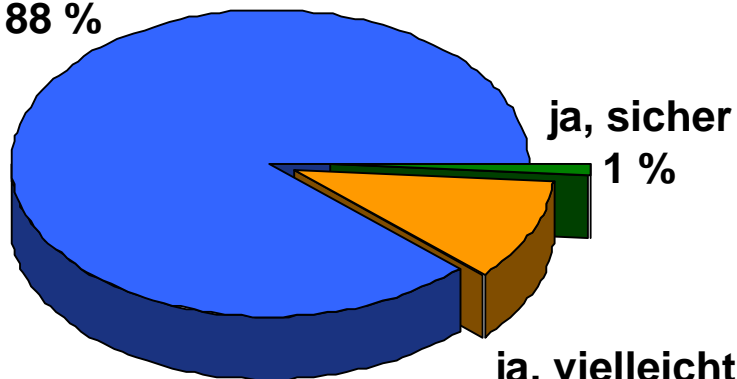
DBV-Umfrage 2009: Bereitschaft der Landwirte zur Umstellung auf Öko-Landbau



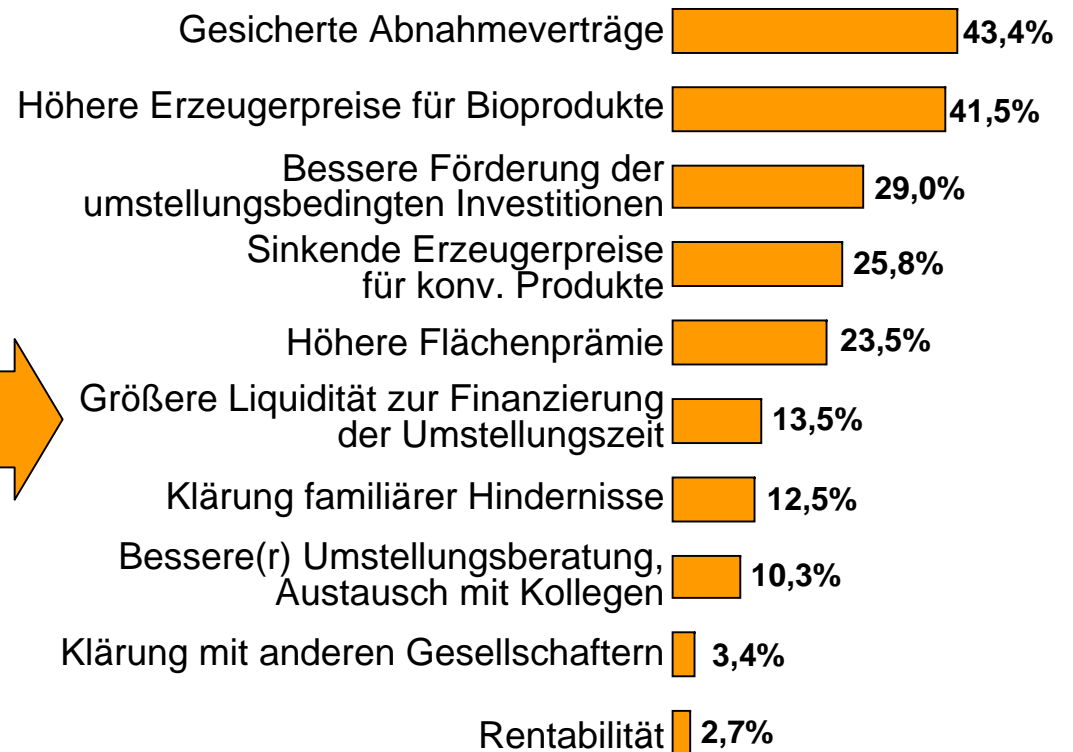
„Können Sie sich eine Umstellung Ihres Betriebes auf ökologischen Landbau in den kommenden 2–3 Jahren vorstellen?“

„Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit Sie Ihren Betrieb auch tatsächlich umstellen?“

nein / k.A.
88 %

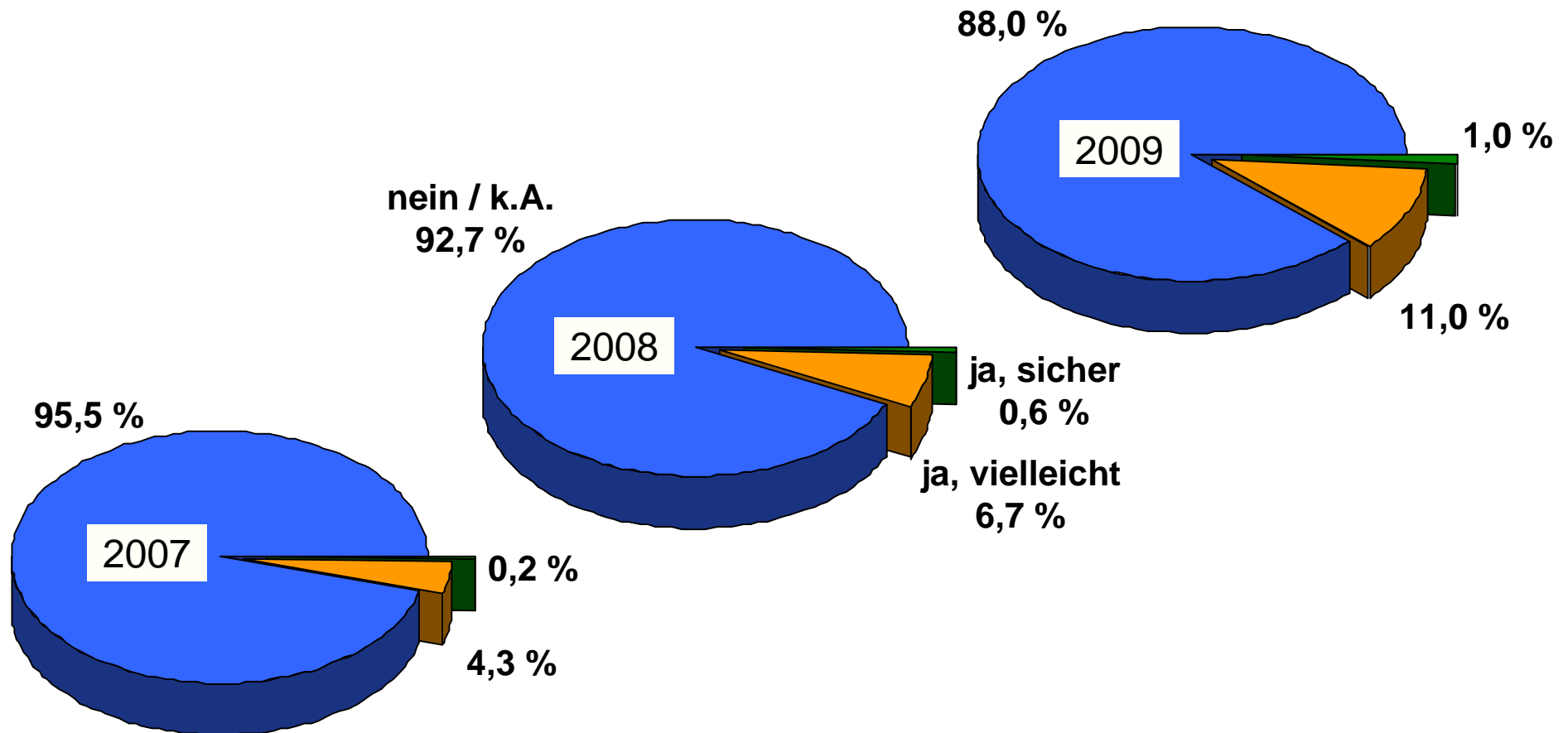


n = 1.811 Landwirte

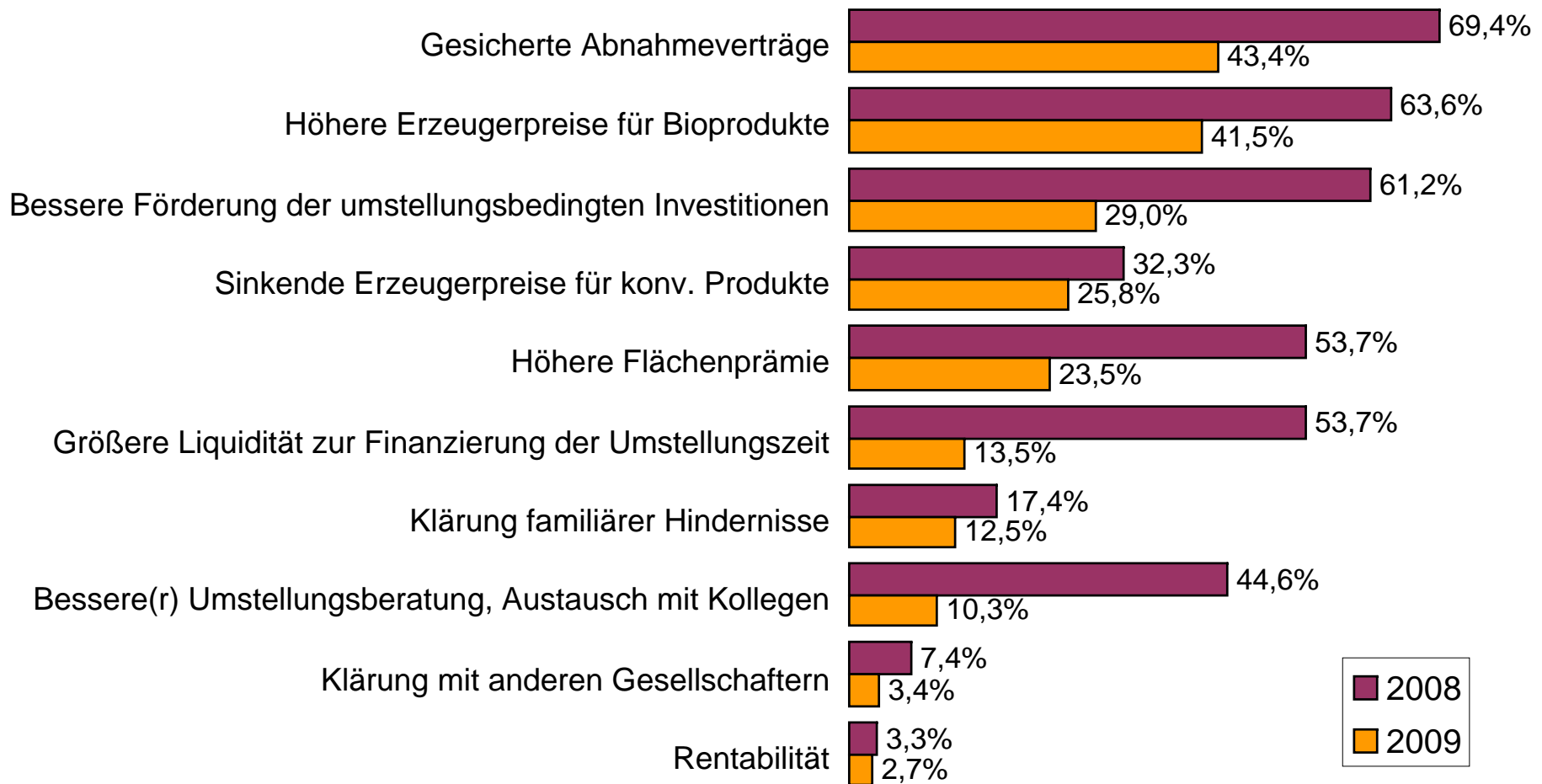


Entwicklung der Umstellungsbereitschaft von 2007 bis 2009

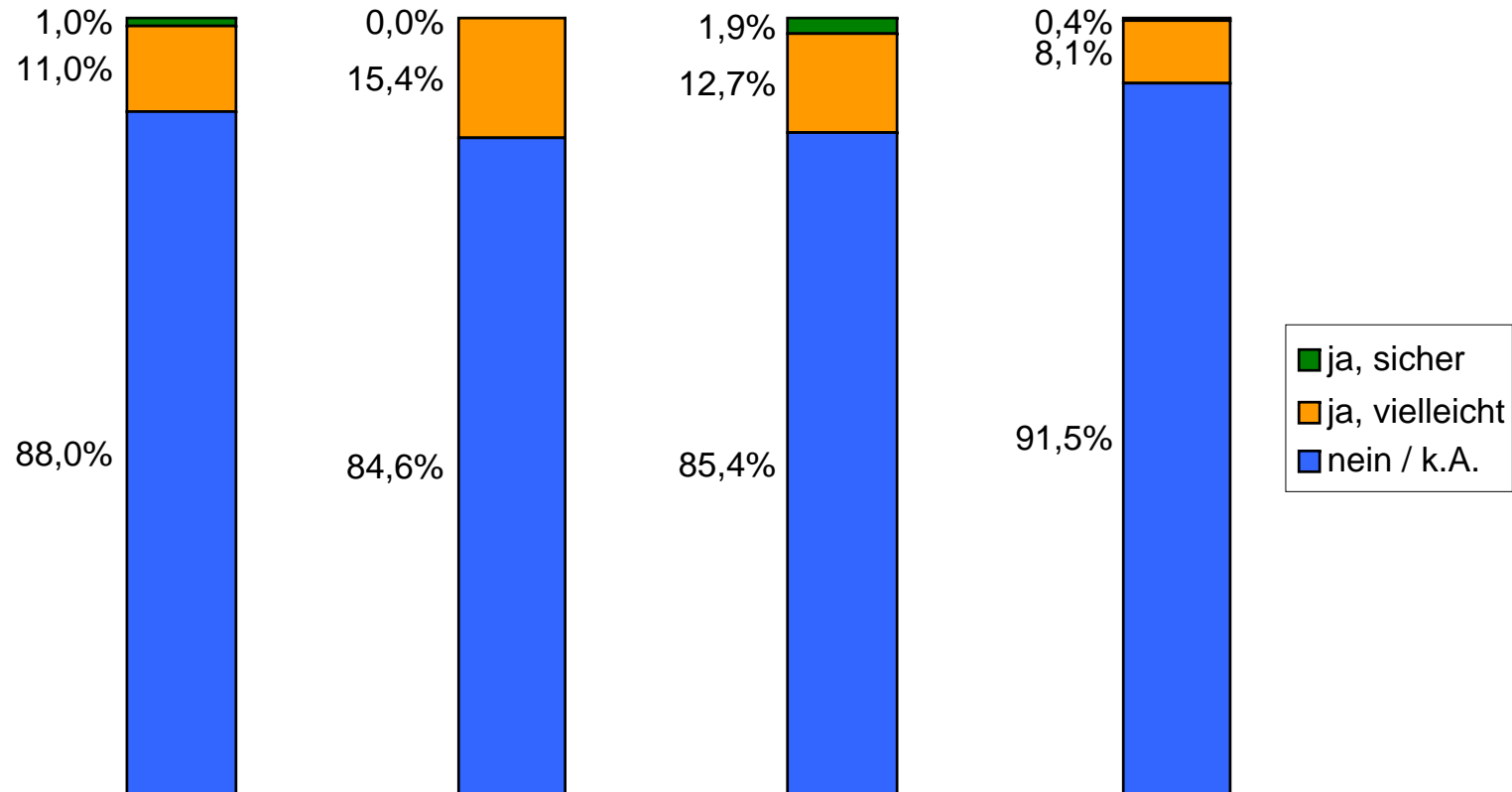
„Können Sie sich eine Umstellung Ihres Betriebes auf ökologischen Landbau in den kommenden 2–3 Jahren vorstellen?“



Umstellungsvoraussetzungen



Umstellungsbereitschaft und Alter der Landwirte



	Gesamt	Bis 35 Jahre	35 bis 50 Jahre	Über 50 Jahre
■ ja, sicher	1,0%	0,0%	1,9%	0,4%
■ ja, vielleicht	11,0%	15,4%	12,7%	8,1%
■ nein / k.A.	88,0%	84,6%	85,4%	91,5%
		(n = 164)	(n = 831)	(n = 813)

Zusammenfassung und Fazit



- Die Erzeugung von Qualitätsprodukten kann für Landwirte eine erfolgreiche Strategie zur betrieblichen Weiterentwicklung und Zukunftssicherung sein.

- Wesentliche Erfolgsfaktoren:
 - Person / Familie
 - Betriebliche Voraussetzungen
 - Standort / Marktumfeld
 - Förderung

- Empfehlung:
 - Genaue Planung und betriebliche Kalkulation (ggf. Marktforschung)
 - Professionelle Beratung
 - Netzwerke