Chancen im Bio-Markt Absicherung Von Erzeuger und Nachfragern

Dr. Wolfram Dienel
ÖKO**STRATEGIE**
WISSEN&BERATUNG
Projekt bio-offensive und
Leiter Referat Ökolandbau
des Deutschen
Bauernverbandes (DBV)

Im Lumbsch 4,
04416 Markkleeberg

0171. 979 85 59
dienel@oeko-strat.de

Bio-Rohstoffherkunft
Kunden-
Erwartungen
Und reale Herkünfte

Kundenerwartungen an Bio-Produkte

30% Bio = heimische Rohstoffe

50% Bio kommt nicht aus Übersee

33% der Bio-Kunden regionale Herkunft wichtiger als Bio

Quelle diverse Untersuchungen Prof. Hamm und Mitarbeiter/Studenten
(C. Feldmann 2015)

Herkunft Bio-Rohstoffe 50% Importe?!

BNN

- D 40 -50% EU 30% Drittland 30%

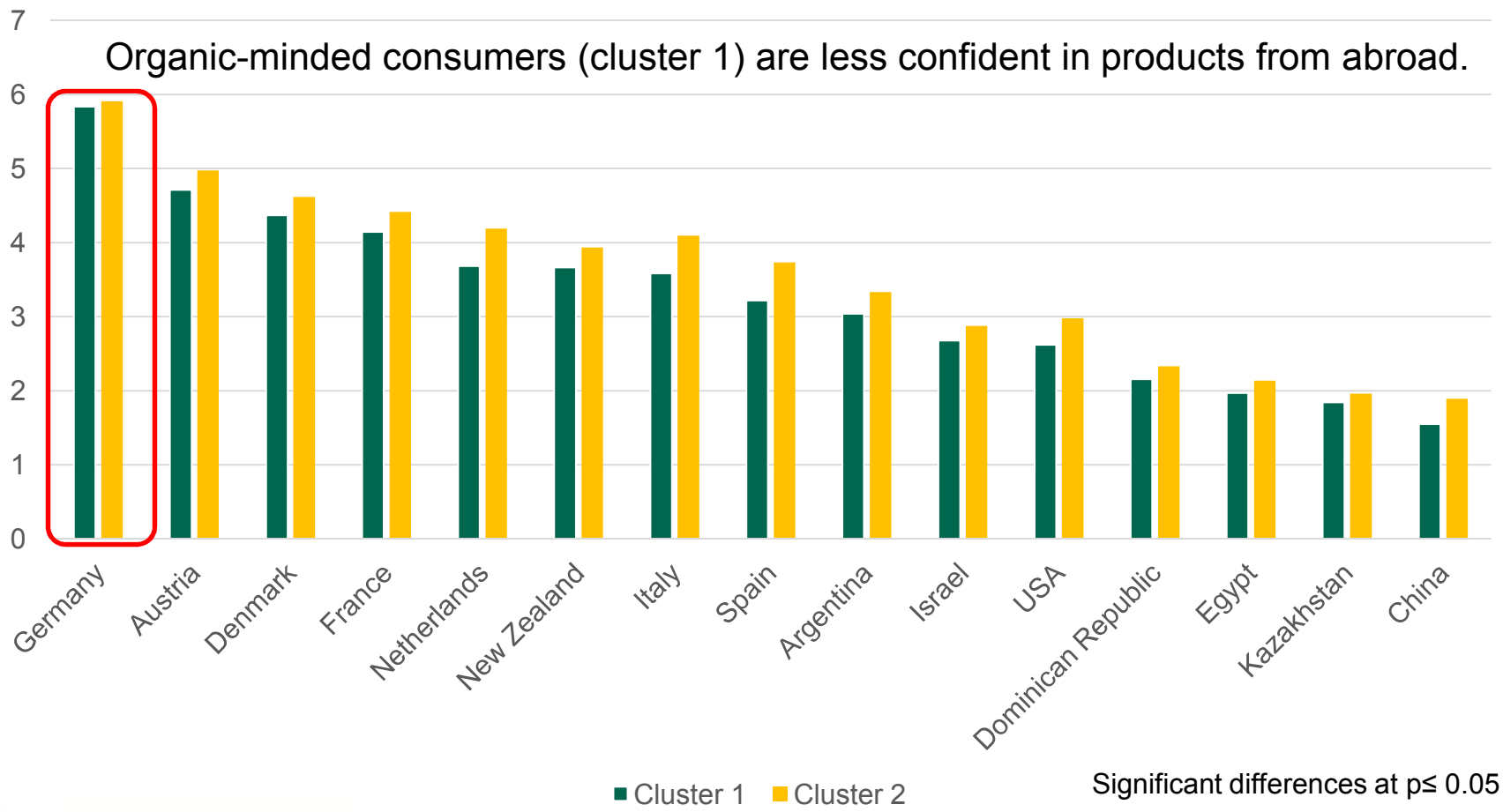
  (Quelle E. Röder Vortrag Jan. 2015 Erkenntnisse BNN Nachhaltigkeitsmonitoring)

AMI-Daten Importanteile

- Milch- & Molkereiprodukte 30%
- Eier 20%
- Körnerleguminosen (Erbsen und Soja) 70 - 90%
- Ölfrüchte 76%
- Frischebereich O&G > 50% (sogar Apfel 50% Import)
- Importanteil bei Öko-Getreide nur 25% (v.a. Qualitätsweizen) allerdings sind 2/3 des Getreides Futtergetreide

Results from consumer survey II

Vertrauen in verschiedene Staaten



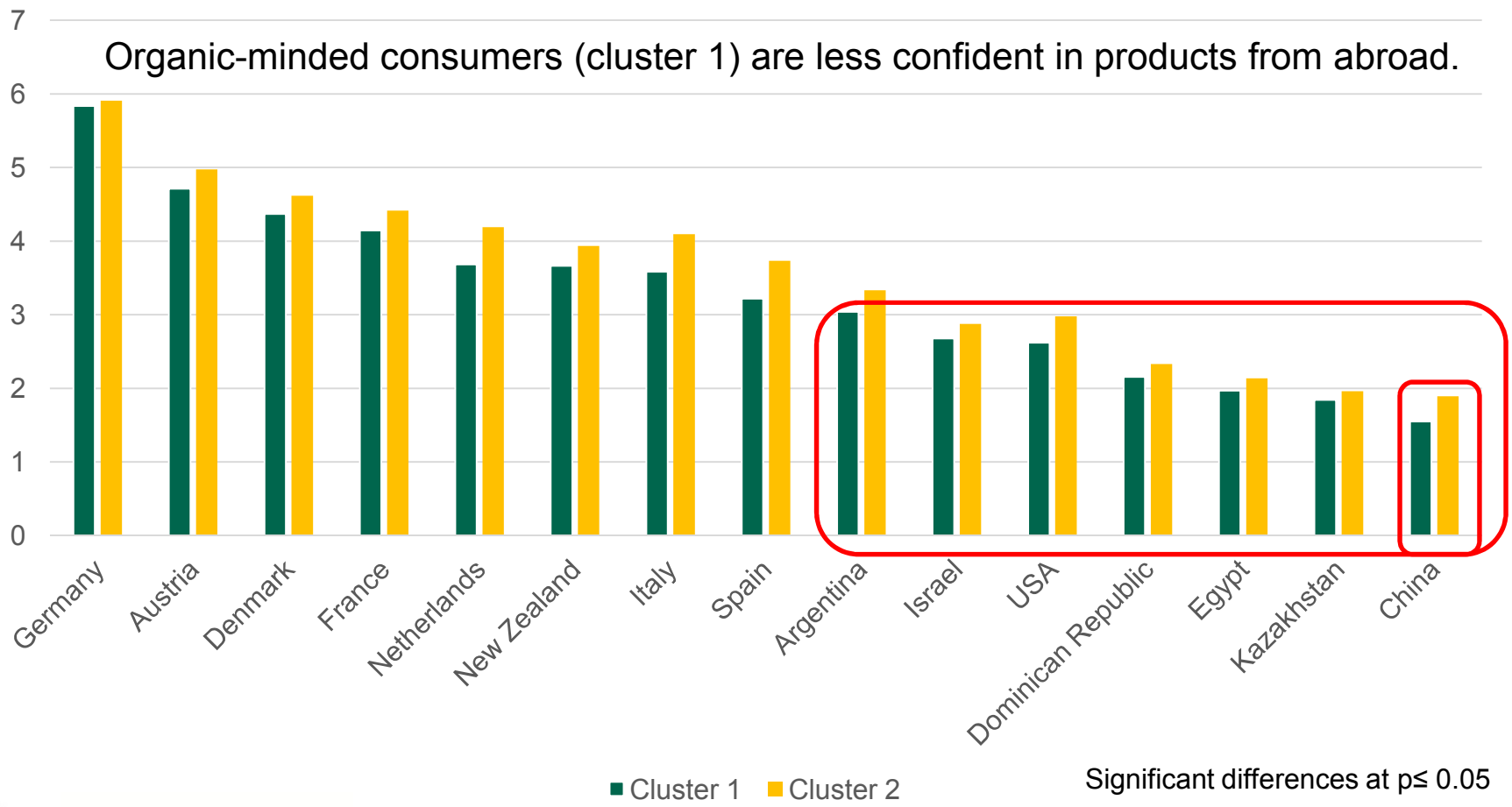
Significant differences at p≤ 0.05

Gefördert durch:
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages
BÖLN
Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft

Corinna Feldmann
Agricultural and Food Marketing, University of Kassel
c.feldmann@uni-kassel.de | www.uni-kassel.de/agrar/alm
organicagriculturalsciences UNIKASSEL

Results from consumer survey II

Vertrauen in verschiedene Staaten



Significant differences at p≤ 0.05

Gefördert durch:
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages
BÖLN
Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft

Corinna Feldmann
Agricultural and Food Marketing, University of Kassel
c.feldmann@uni-kassel.de | www.uni-kassel.de/agrar/alm
organicagriculturalsciences UNIKASSEL

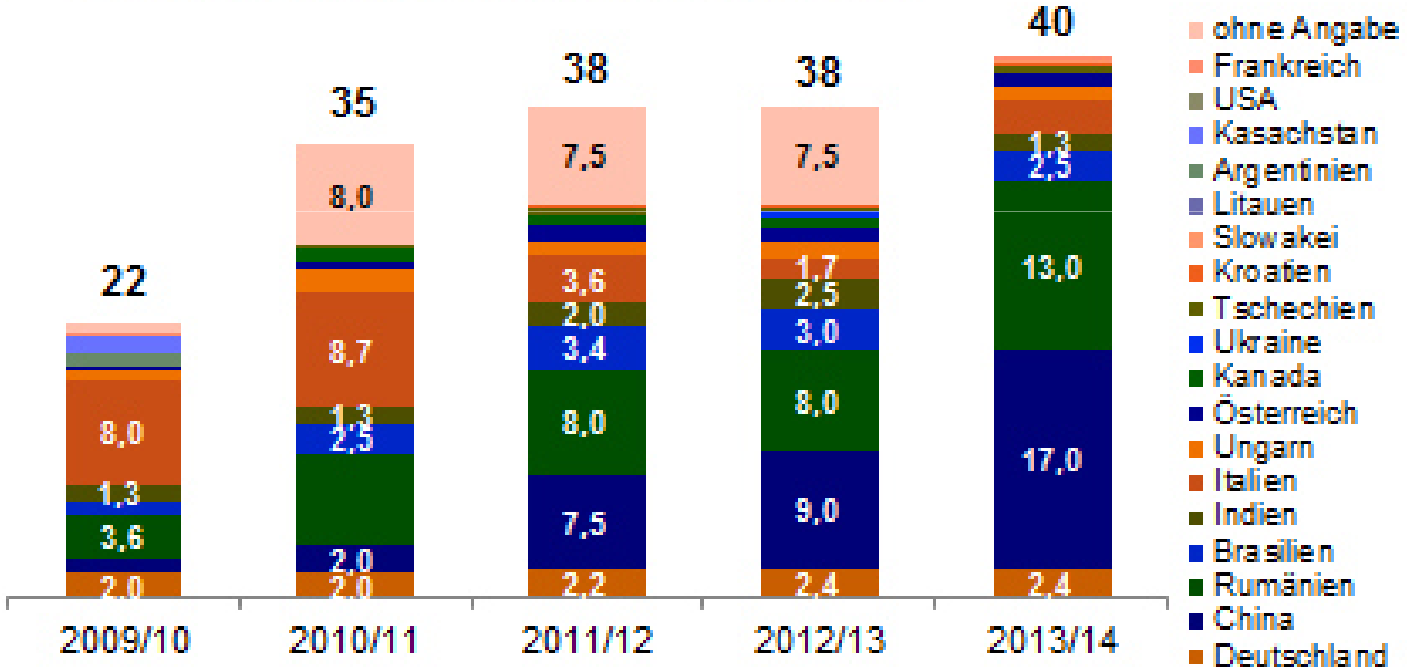
Aktuelle Bio-Rohstoffherkunft in Deutschland

Bio-Sojabohnen (inkl. Kuchen): Marktentwicklung nach Herkunftsländern

(Wirtschaftjahr Juli – Juni, Menge in 1.000 t)

- Sojabohnen kamen 2013/14 zu 94 % aus dem Ausland
- China und Rumänien sind die bedeutendsten Lieferanten
- Die Nachfrage in Deutschland steigt bei zunehmender Tierhaltung

China 42 %!



Quelle: AMI-Hochrechnung auf Basis der Befragung von Handelsunternehmen sowie der Auswertung von Meldungen zur deutschen Außenhandelsstatistik.

ÖKOSTRATEGIE

Fazit

- Zunehmende Kluft zwischen Bio-Rohstoffherkunft und Kundenerwartungen
- Bio = starke Positionierung
- ABER überall und daher Abnutzung der Exklusivität

Bio-Beef im McB

McDONALD'S® WELTPREMIERE IN DEUTSCHLAND

Gefällt mir 100 lieben es.

Zeit für Veränderungen! Nachdem wir 1971 den Burger in Deutschland gesellschaftsfähig gemacht haben, folgt 2015 der nächste Meilenstein: der erste Burger mit 100% Bio-Beef bei McDonald's für alle. Was das im Klartext bedeutet? Natürlich, dass Bio-Fleisch endlich da landet, wo es hingehört: in aller Munde. Bio-Beef bei McDonald's kommt für viele zwar unerwartet. Aber genau das bedeutet für viele eine kleine Revolution.

*Die Bio-Kennzeichnung bezieht sich ausschließlich auf das Rindfleisch und nicht auf den gesamten Burger.
© 2015 McDonald's. Solange der Vorrat reicht.
In allen teilnehmenden Restaurants. In Frühstückserestaurants ab 10:30 Uhr (sonn- und feiertags ab 11:30 Uhr).

Fazit

- Zunehmende Kluft zwischen Rohstoffherkunft und Kundenerwartungen
- Bio = starke Positionierung
- ABER überall und daher Abnutzung der Exklusivität
- Das weckt kritische Berichterstattung
- Bio-Rohstoffgeschichte / Herkunft wird relevanter!

Mengen-produkt

breites Sourcing

Heimisches Produkt

Sourcing beschränkt

Was können Verarbeiter tun? Warum Einsatz heimischer Rohstoffe?

Warum heimische Rohstoffe einsetzen?

Heimische Bio-Rohstoffe

QS Bio-Echtheit

direkt als Verarbeiter

Via EZG oder Bündler oder externen Kontrolleur

Wertschöpfungskette muss Verantwortung für Bio-Echtheit übernehmen!

Mengensicherung Bio+-Qualitäten

Bio-Image/ Positionierung

Offene Branchenprojekte

> Image absichern

> Trendthema Regionalität

> Bio mit Gesicht

Exklusive Positionierung

Heimische Rohstoffherkunft

Alleine oder als Bio-Sourcingclub

Sicherheit aus Sicht Der Landwirtschaft

Was bringt Landwirten Sicherheit?

Haupthebel für Absatzsicherheit ist die heimische Herkunftskommunikation!

- Auslobung der heimischen Rohstoffherkunft ggü. Verbrauchern
- Bio-Verbandsbindung und Darstellung der besonderen Rohstoffqualität
- Herkunftssiegel wie in Bio-Siegel Bayern

Was bringt Landwirten Sicherheit?

Weitere Sicherheitssignale, die für Einhalten von Vereinbarungen sorgen

- Bio-Positionierung Abnehmer und Handelspartner
- Investitionen des Abnehmers und seiner (Einzelhandels-) Handelspartner in Bio-Wachstum
- Langfristig rentable biogebundene Investitionen (getrennte Linien für Bio-Verarbeitung, Sojaaufbereitung, Bio-Marketingkommunikation)
- Investitionsbeteiligungen (bei Spezialkulturen wie Chicoree)
- Gemeinsame Erzeugungsplanung
- Abnahmegarantien mit Preiskorridoren

  - ggf. abgesichert durch Bank-Bürgschaften

Analyse sichere Beschaffungs-Strategien

Landwirte

Sicherheit /Kooperation

Verarbeiter/ Handel

Garantien

Garantien

Instrumente

Bio+Qualitäten

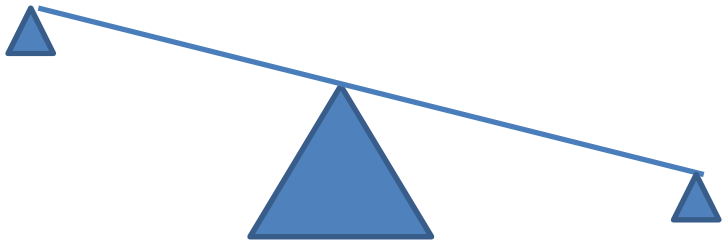
Investitionen in mehr Bio-Fläche, Stallbauten etc.

Kreditnehmer von Verarbeitern

Beteiligung an Verarbeitern (Molkereien etc.)

Langfristige Abmachungen

- **Menge**
- **Preis (Korridore)**
- **Verarbeitungs-Qualitäten**
- **Bio+Qualitäten**
- **Exklusivität**



Instrumente

(Herkunftsbezogene) Bio-(+) Positionierung

Kontrakte

Bürgschaften

Kredite an Ldw.

Investitions-beteiligungen Ldw.

Beratung

Mengenentwicklung abstimmen!

- **Milch** 2,5% Erzeugungsanteil
  Markt nimmt noch viel dt. Bio-Milch auf
- 10% Absatz-Wachstum / Jahr
- Verdrängung 30% Importanteil aus Dk und At
- **Eier** - 8 - 9% Erzeugungsanteil –
  großer Öko-Markt bei sehr großen Strukturen
- **Rindfleisch** –
  rd. 4 - 5% Erzeugungsanteil - nur ca. 10% Aufpreis für Bio
- **Geflügelfleisch** <
  1% Erzeugungsanteil
  Artgerechte Haltung schwierig bei Hybriden, Knappheit Eiweißfutter
- **Schweine**
  1% Erzeugungsanteil –
  Hohe Investitionen Stallbau v.a. für Sauenhaltung, Knappheit Eiweißfutter, Gefahr von Bio-Schweinezyklus

Beschaffungs-Kooperationen

1. Sourcingclubs
2. Branchenprojekte

Exklusive Kooperation

> Bilateral oder als

> Bio-Sourcingclubs

Ölmühle Moog GmbH /Judith Faller-Moog

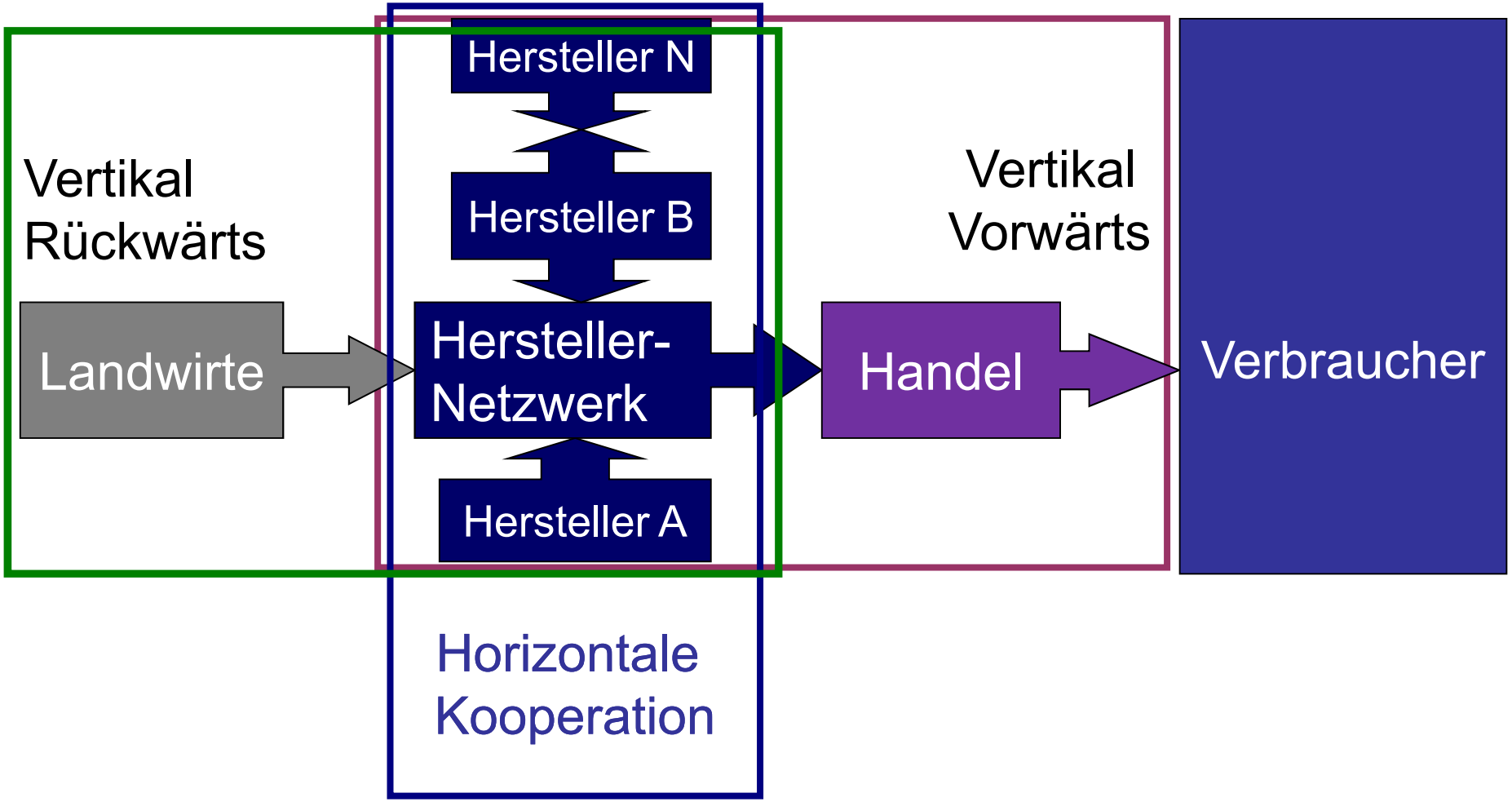
- **Zwölf Landwirte und sechs heimische Öle im ersten Jahr**

  Öle aus Nord- und Ost-Deutschland.

- „Entdecken Sie unsere heimischen Bio-Öle und erfahren Sie mehr zum Thema ökologische Landwirtschaft in Deutschland:“

  Hanföl »Aus unserer Heimat.«
  Leindotteröl »Aus unserer Heimat.«
  Leinöl »Aus unserer Heimat.«
  Rapsöl »Aus unserer Heimat.«
  Senföl »Aus unserer Heimat.«
  Sonnenblumenöl »Aus unserer Heimat.«

Horizontale Kooperation von Herstellern



EZGen
Kennen wir…

ÖKOSTRATEGIE

3. Offene Kooperation > Branchen-kommunikation

Offene Kooperationen /Branchenkommunikation

Zielsetzung mehr Einsatz heimischer Bio-Rohstoffe

1. Image & Authentizität Bio absichern = heimische Landwirtschaft
2. Expansion Ökolandbau in Deutschland unterstützen

Branchenprojekte MehrBio.de

Bio-Kartoffel-Erzeuger e.V. http://www.mehrbio.de/

(Bayerisches) Bio-Siegel dt. Verbandsstandard

Bio-Siegel in Verbindung mit dem Herkunftsnachweis

- Das Produkt wurde nach den Bestimmungen der EG-Öko-Verordnung
- in Kombination mit höheren Qualitätskriterien des "Bio-Siegels" erzeugt
- alle Schritte von der Erzeugung der Rohstoffe über die Verarbeitung bis zur Ladentheke in „Bayern“ oder in "Deutschland“
- 1/3 darf von außerhalb stammen

© ÖkoStrategieWissen&Beratung Dr. Dienel 2016
Verwendung im Rahmen der bio-offensive zulässig.
Weitergabe nur nach vorheriger Absprache mit

ÖKOSTRATEGIE
WISSEN & BERATUNG
DR. WOLFRAM DIENEL

Im Lumbsch 4
04416 Markkleeberg

www.oeko-strat.de
dienel@oeko-strat.de

Tel.: ++49. 341. 350 49 37
Mobil: ++49. 171 970 85 59
Fax.: ++49. 341. 350 49 38

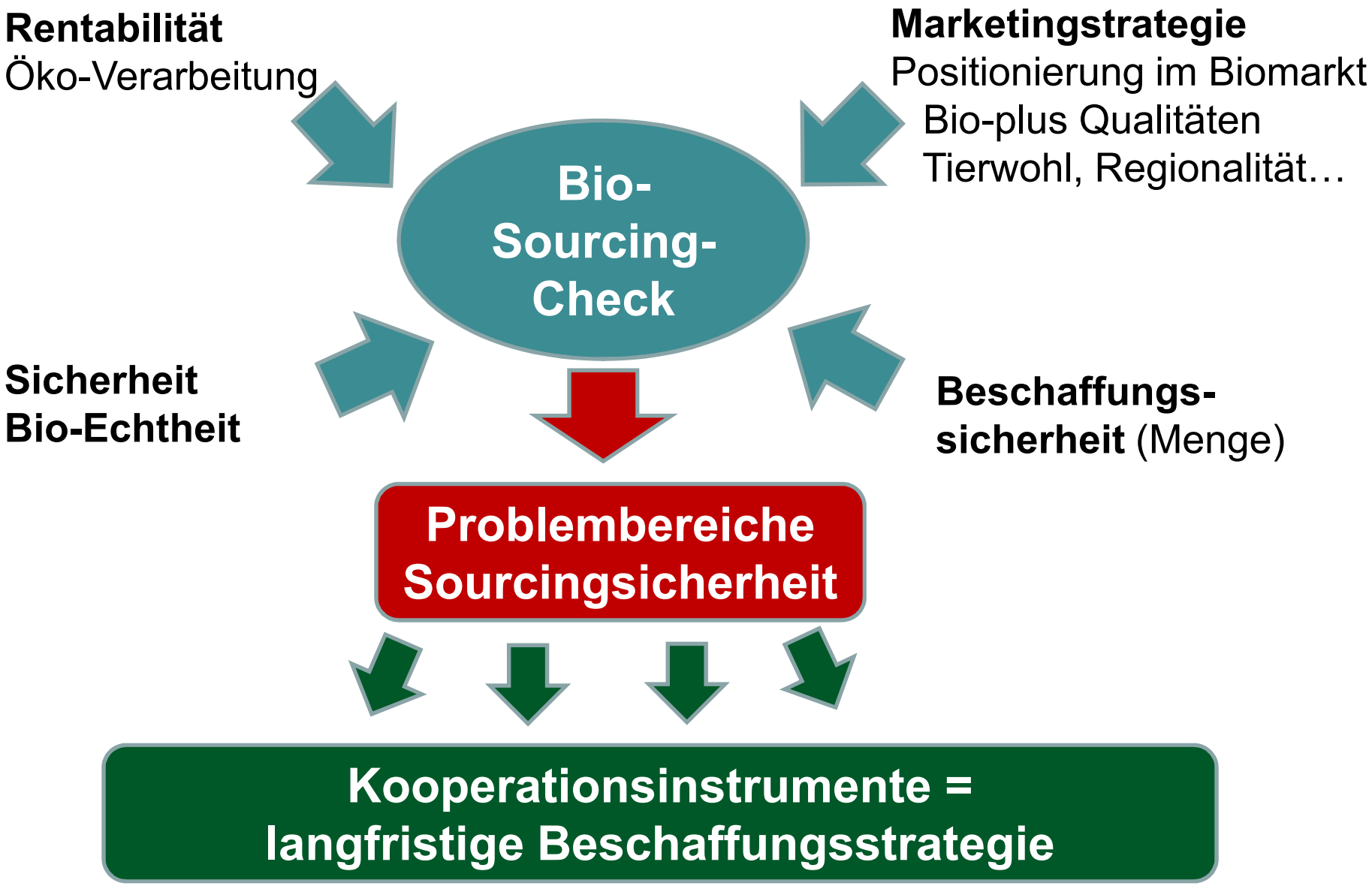
Zeithorizont Sicherheit Bio-Beschaffung

Kurzfristig	
operativ Spot-Markt	1 Jahr

Mittelfristig	
Strategische Lieferbeziehung	3 – 5 Jahre

Langfristig	
Förderung Bio-Umstellung	10 Jahre

Analysebereiche Bio-Sourcing-Check



ÖKOSTRATEGIE

bio offensive
Hier ist mein Markt.

AKTUELLES SEMINARE ÜBER BIO-OFFENSIVE KONTAKT

Suchen

"BIO IST DIE LANDWIRTSCHAFT DER ZUKUNFT"

WOLLEN SIE ES GENAU WISSEN? Hier erfahren Sie mehr

FÜR LANDWIRTE FÜR VERARBEITER MARKTPARTNER BERATUNGSPARTNER PRESSE DOWNLOADS

ONLINE-SELBSTTEST FÜR LANDWIRTE

Eine Einschätzung zur Betriebssituation gibt der Selbsttest.

Erfahren Sie mehr...

BERATUNGSPARTNER IN IHRER NÄHE

Wir arbeiten eng mit etablierten Beratungsorganisationen des ökologischen Landbaus zusammen.

Erfahren Sie mehr...

BETRIEBSCHECK FÜR LANDWIRTE

Ein Angebot der bio-offensive ist der kostenlose Betriebs-Check für konventionelle Landwirte.

Erfahren Sie mehr...

SO FUNKTIONIERT BIO

Beim Umgang mit der Natur und vor allem dem Boden sind viele Gesichtspunkte zu beachten, wie eine ausgewogene Fruchtfolge.

Erfahren Sie mehr...

SOURCING-LEUCHTTURMPROJEKTE UND BERATUNG

Projekte zu Verarbeiter/Händler-Erzeuger-Kooperation

INFORMATIONEN FÜR MARKTPARTNER

Sie handelt mit ökologischen Produkten und suchen neue regionale Lieferanten?

Erfahren Sie mehr...

FORDERER

rentenbank

Das Projekt bio-offensive wird unterstützt aus Fördermitteln der Landwirtschaftlichen Rentenbank.

www.rentenbank.de

AKTUELLES

SEMINARE

30.08.2015 (Sonntag)

ANGEBOT VON 29 UMSTELLERTAGEN - DEUTSCHLANDWEIT

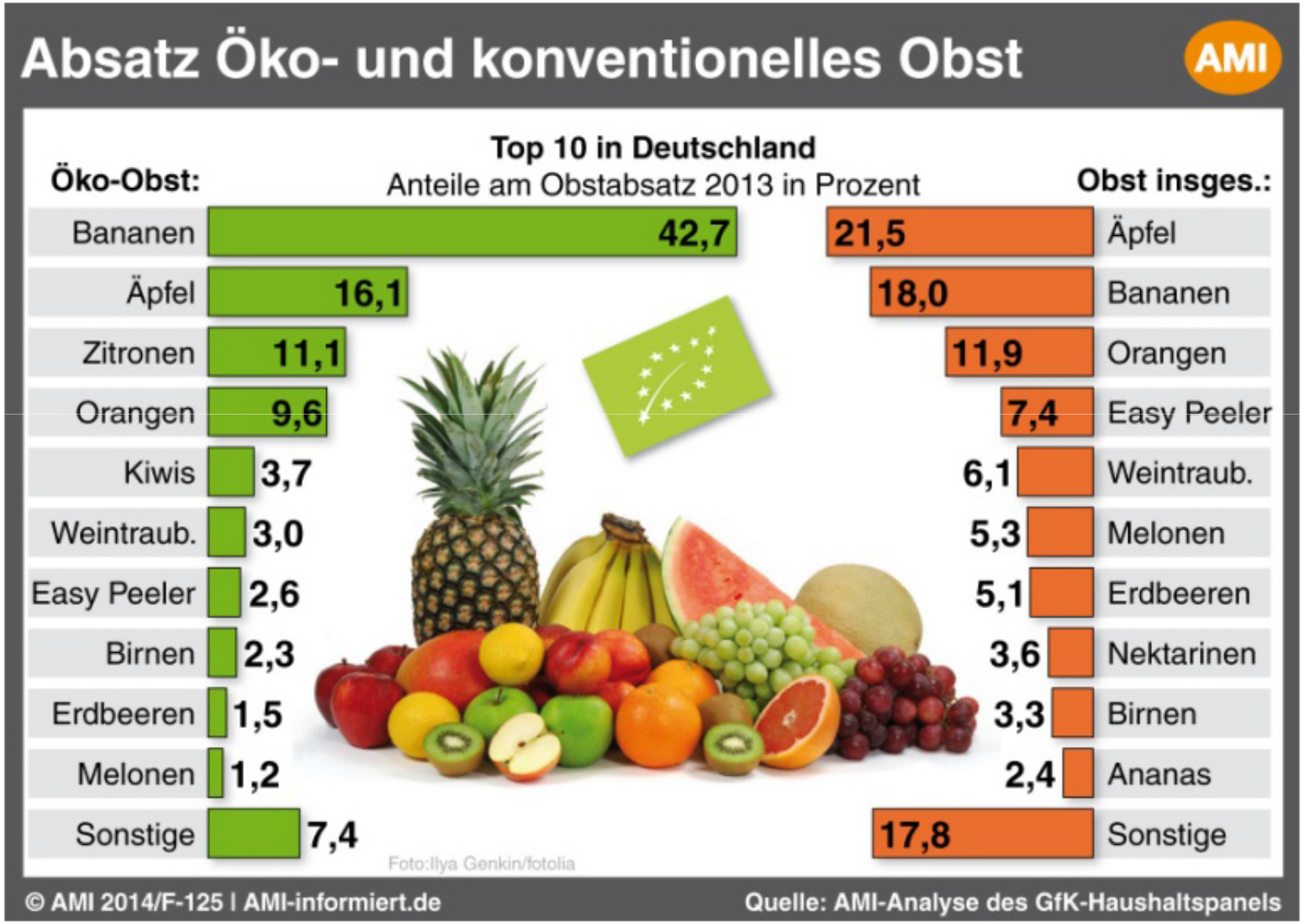
Was sind Umstellertage? Umstellungsinteressierte Landwirte werden dadurch angesprochen und motiviert, indem sie die Gelegenheit erhalten, die Praxis des Ökolandbaus auf einem Betrieb zu erfahren und zu erleben. Dieser unmittelbare Erfahrungsaustausch von Landwirt zum Landwirt ist von zentraler Bedeutung für die Akzeptanz von Innovationen sowie von neuen Betriebskonzepten. Um diesen Erfahrungsaustausch zu ermöglichen wird im Rahmen der bio-offensive diese Begegnungsmöglichkeit geschaffen. Dafür werden deutschlandweit insgesamt 29 Umstellertage auf Biobetrieben angeboten, die die Praxis des Ökolandbaus überzeugend veranschaulichen und vermitteln können.

bio offensive
Hier ist mein Markt.

Elemente der bio-offensive

- Betriebscheck für landwirtschaftliche Erzeuger
- Fachschulkonzept zum Ökolandbau in der Berufsausbildung
- Umstellertage für Landwirte bundesweit
- **Konzepte und Begleitung innovativer Erzeuger-Verarbeiter-Kooperationen („Leuchttürme“)**
- **Sourcing Check für Bio-Hersteller**

Bio-Banane Bio-Obst Nr. 1



ÖKOSTRATEGIE

Bio + national + Bioland: deutsche Obstbauern

STRATEGIE

Garantieinstrumente Beschaffungssicherheit

- **(1) Verlässliche Geschäftsbeziehungen anbieten** (Status Vorzugskunde erlangen)**.**
- Dauerhafte - regelmäßig wiederholte - Geschäftsbeziehung
- Marke mit Bio verknüpft - aktive, langfristig ausgerichtete Bio+-Positionierung
- Bio-Verbandsware oder regionale Herkünfte bevorzugen und auf Produkt ausloben
- Frühzeitige Zahlungszeitpunkte oder bilateral vereinbarte Vorabgeschäfte
- Höhere Preise bieten durch höhere Wertschöpfung aus Bio-Rohstoffen

- **(2) Abgestimmte Produktionsplanung**
- Kontrakte über Jahres-Mengen und Qualitäten (Sortenwahl)
- Preisvereinbarungen / Vereinbarung von Preiskorridore
- Einkauf über Erzeugergemeinschaften oder andere erzeugernahe Rohstoffhändler

- **(3) Engere Kooperationsinstrumente**
- Bank-Bürgschaften zur Absicherung Preisvereinbarungen
- Kredite und Liquiditätsbeihilfen für Erzeuger
- Umstellungsbeihilfen – höhere Preise und Abnahmegarantien für Umstellungsware bestimmter Qualitäten oder Regionen / Kreditzugang direkt oder über Bürgschaften
- Systemfinanzierung von Engpassfaktoren in Erzeugung und Absatz

- **(4) Vertikale Integration der Erzeugerstufe**
- Partielle Investitionsbeteiligungen in der Landwirtschaft, z.B. Boden oder Technik
- Eigene Anbauprojekte auf Pachtbasis
- Übernahme landwirtschaftlicher Erzeugerbetriebe

Kooperation Bio-Soja Nordwest-Deutschland

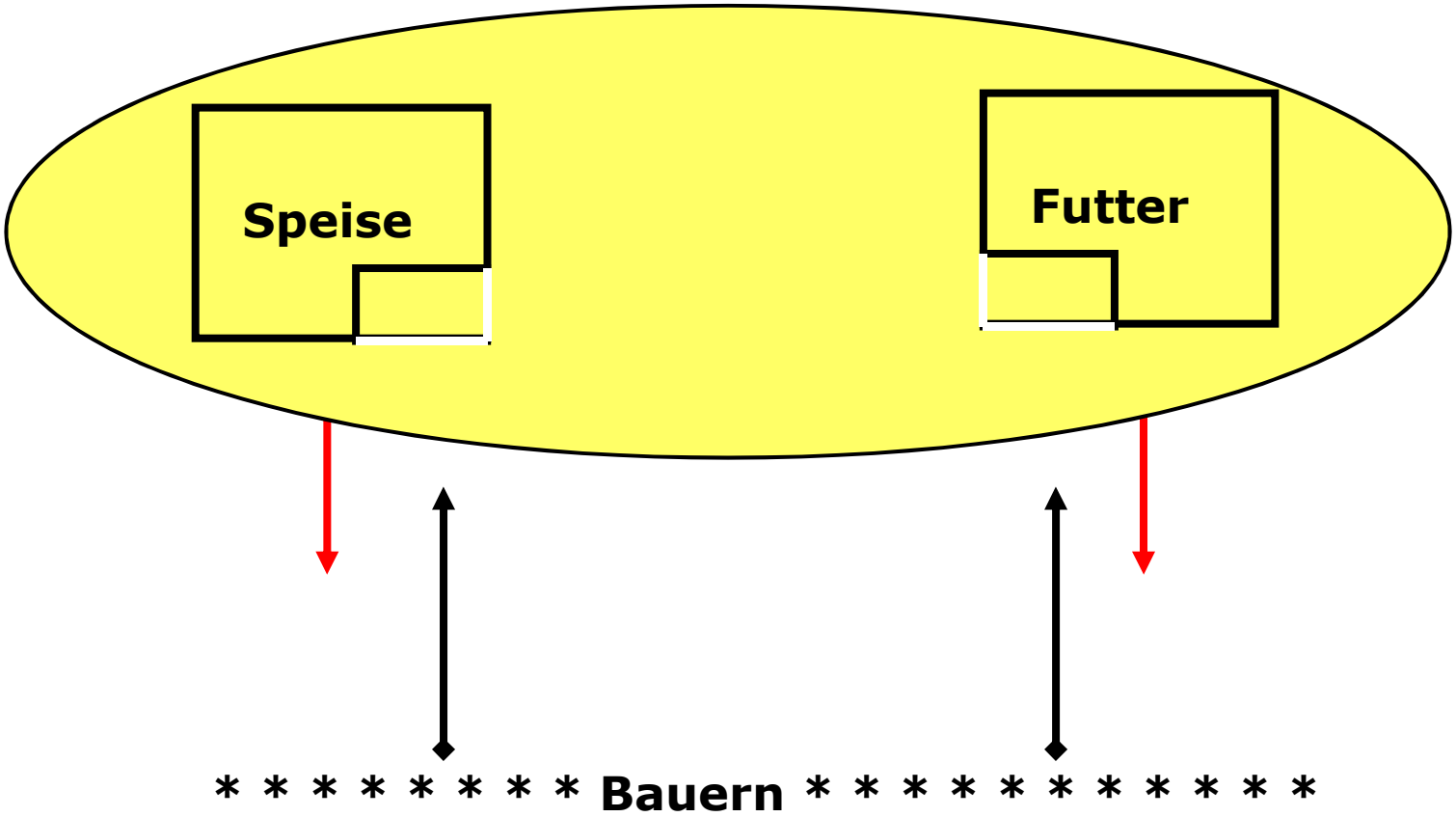
Vernetzung Verarbeiter von Futter- und Speisesoja mit Bündler und Landwirten, um

> Verwertungssicherheit zu schaffen für Erzeuger

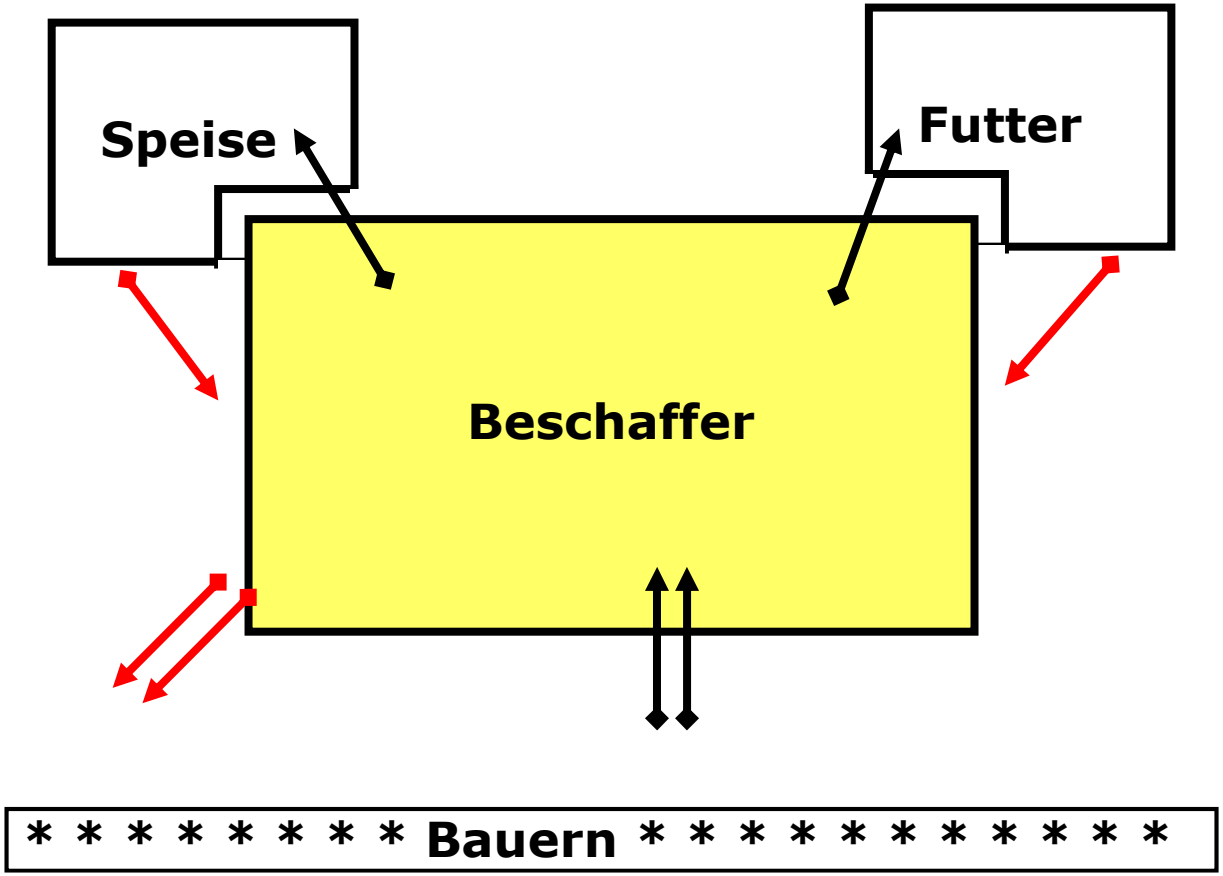
> sowie Lager- und Reinigungskapazitäten rentabel auszulasten.

(KÖN Henning Niemann / Biolandhof Engemann)

Geplanter Projektverlauf

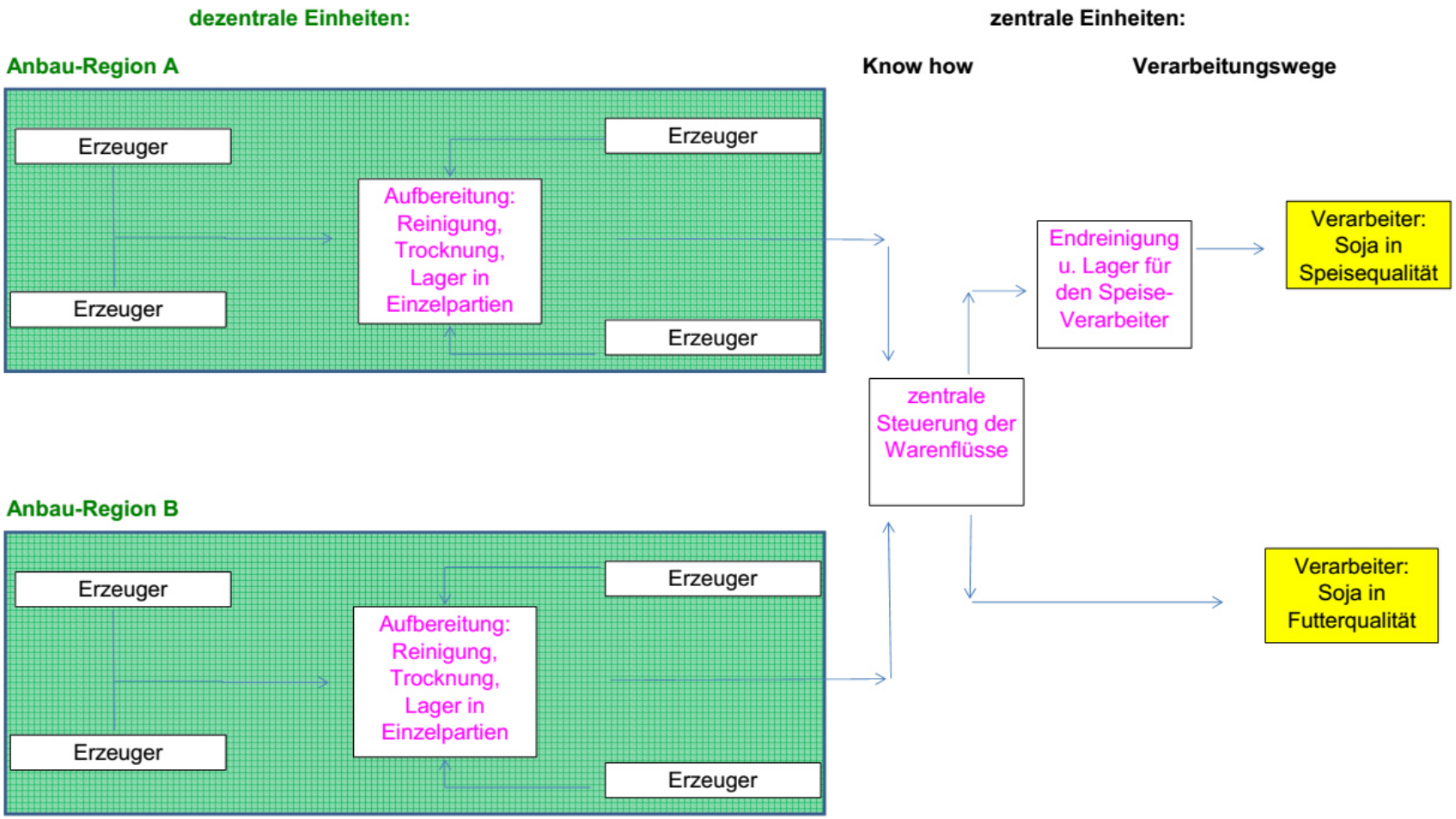


Dem Bedarf angepasster Projektverlauf



Soja-Projekt Nordwestdeutschland

Flussdiagramm im Leuchtturmprojekt "Regionales Bio-Soja"



Anmeldung

Anmeldung bis zum 10. März 2014:

Biolandhof Engemann
Zum Südholz 11
34434 Willebadessen-Eissen
www.engemann-bio.de

Telefon.: 05644-9811123 - Alexander Krahn

Fax.: 05644-9811169

Mail: a.krahn@engemann-bio.de

Name: .....

Straße: .....

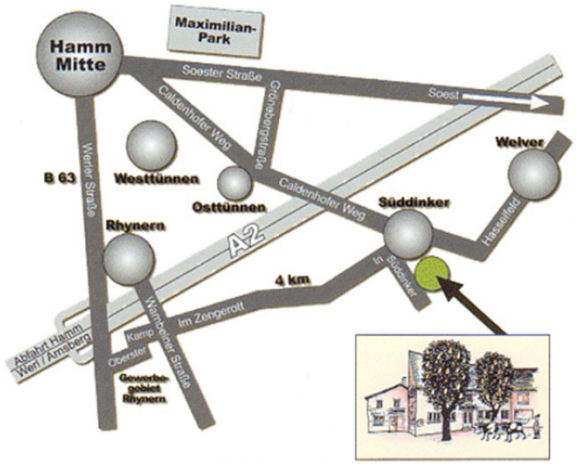
PLZ + Ort: .....

Telefon: .....

Hiermit melde ich ..... Personen zum 1. heimischen Bio-Soja-Forum am 18. März 2014 in Hamm-Süddinker an.

Projekt-Partner:

Anfahrt



Tagungsort: **Landrestaurant „Haus Splietker“**
In Süddinker
59069 Hamm-Süddinker
Tel.: 02385-2340

Anfahrt: A2 Hannover/Oberhausen bis Abfahrt Hamm, Arnsberg, Werl.

Dort rechts abbiegen.

An der nächsten Ampel links in Richtung Gewerbepark Rhynern abbiegen.

An der nächsten Kreuzung geradeaus in Richtung Süddinker der Straße 4 km folgen. Gaststätte und Parkplatz liegen auf der rechten Seite.

Einladung:

1. heimisches Bio-Soja-Forum

am 18.März 2014 in Hamm

gefördert im Rahmen der Bio-Offensive