

WIE GESTALTET SICH DIE ZUKUNFT DER HEIMISCHEN AGRARERZEUGUNG VOR DEM HINTERGRUND EINES SICH WANDELNDEN WELTMARKTES?

CHRISTIAN EICHERT



Universität Hohenheim,
Institut für landwirtschaftliche Betriebslehre
eichert@uni-hohenheim.de



Quelle: Time magazine (2007)

Vergiss Öko, iss
was VON HIER!

2

Blick in die Branchenfachpresse führt Relevanz des
Themas „Regionalität“ vor Augen

Vortragsgliederung

Politische Rahmenbedingungen

- Faktenlage & Aussagen
- Schlussfolgerungen

Markt für Bioenergie

Märkte für Lebensmittel

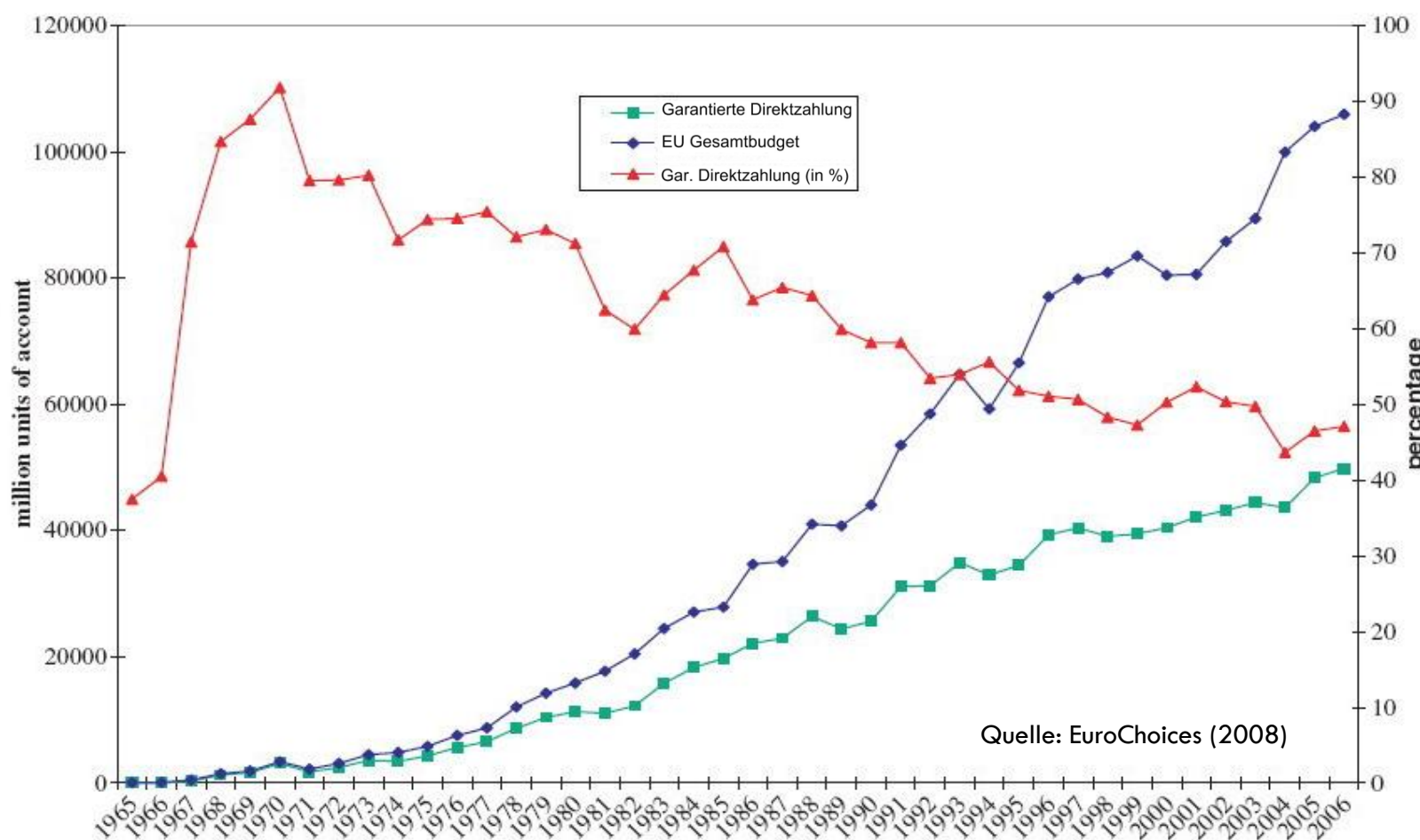
- International
- Heimischer Markt

Kritische Diskussion & Ausblick

4

Veränderte politische Rahmenbedingungen

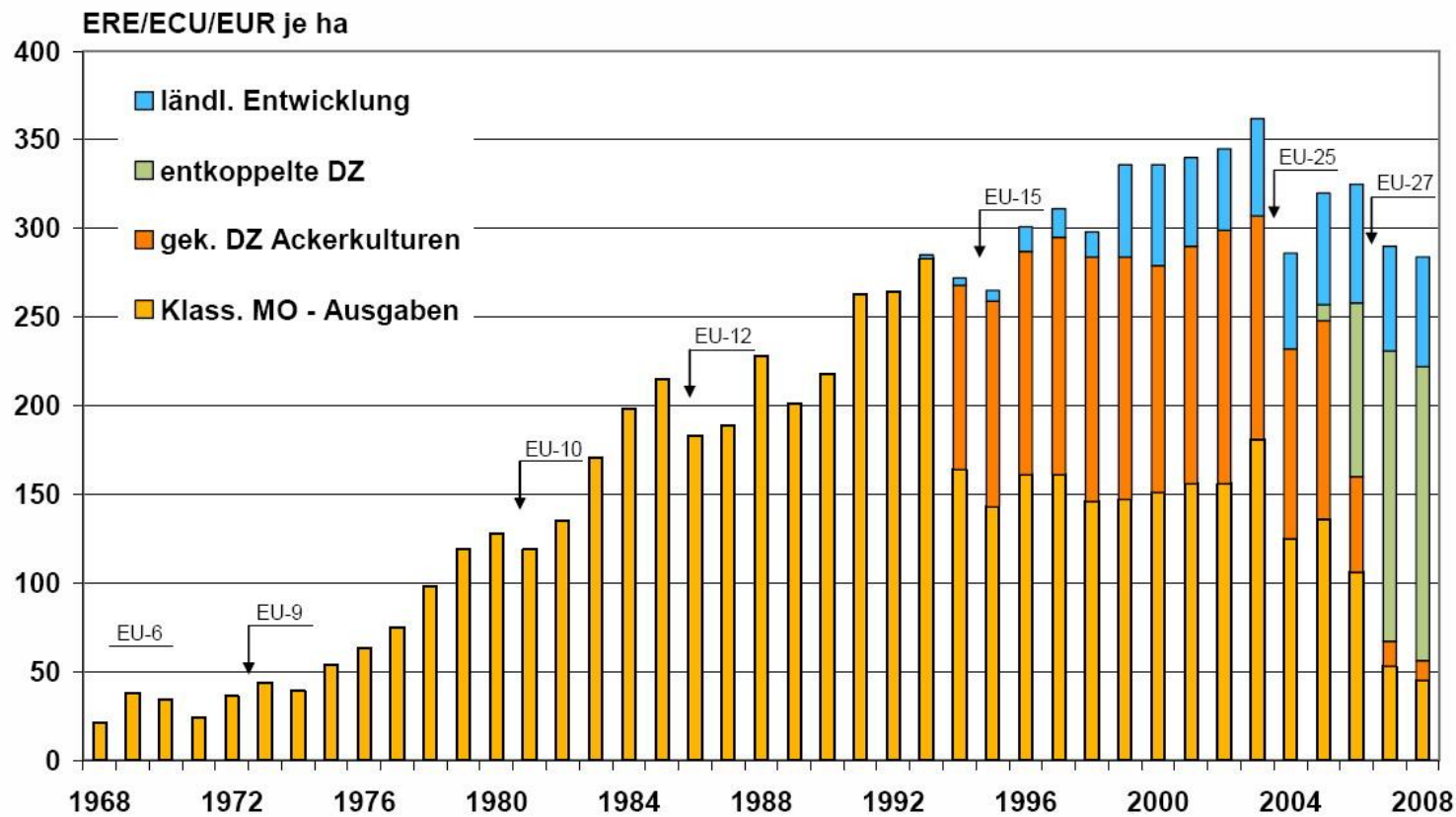
- Wohin steuert die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) der EU?
- Welche Auswirkungen hat dies für den heimischen Sektor?



5

Trend bei Zahlungen der GAP

- Abnahme der direkten (garantierten) Zahlungen wird sich (radikal) fortsetzen
- Zahlungen werden vermehrt an Bedingungen wie Tierwohl, Qualitäts- und Umweltauflagen geknüpft werden („Ökologisierung“)
- Im Zuge des Health Checks zeichnet sich weitere Umschichtung in 2. Säule ab



Anmerkung 1: bis 1980 ERE, 1981 - 1998 ECU, ab 1999 EUR

Anmerkung 2: bis 1972 EU-6, ab 1973 EU-9, ab 1981 EU-10, ab 1986 EU-12, ab 1995 EU-15, ab 2004 EU-25, ab 2007 EU-27.

Quelle: Agrarbericht der Bundesregierung

6

Trend bei Zahlungen der GAP

- Geringer Anteil klassischer Marktordnungszahlungen

Landwirte rufen trotz guter Ernte nach Unterstützung

Landesbauernverband zufrieden mit Getreideernte – Hohe Düngemittelpreise drücken die Stimmung – Reizthema Biokraftstoffe

KÖNGEN. Die Bauern im Land erwarten eine überdurchschnittliche Getreideernte. Viele Betriebe ächzen jedoch unter den hohen Energiepreisen. Bauernpräsident Rukwied fordert Preisgarantien, Steuersenkungen und weitere Förderung von Biokraftstoffen.

Von Felix Holtermann

Die Getreideernte ist weitgehend abgeschlossen. Landesweit eingefahren sind Wintergerste und -raps, noch auf den Feldern stehen in einigen Regionen Weizen, Braugerste und Hafer. Besonders günstige Witterungsbedingungen herrschten im Südwesten; im Nordosten hatten die Bauern mit Trockenheit zu kämpfen. „Insgesamt war die Ernte in Baden-Württemberg leicht überdurchschnittlich, mit regionalen Schwankungen“, sagte Joachim Rukwied gestern auf der Erntepresskonferenz in Köngen. Der Präsident des Landesbauernverbands rechnet mit fünf bis zehn Prozent höheren Erträgen als im vergangenen Jahr, bei zufriedenstellender Qualität. Rukwied betonte, dass man die Steigerungen nicht überbewerten dürfe: 2007 sei ein äußerst schlechtes Jahr gewesen.

Insgesamt sind die Anbauflächen für Getreide deutlich gewachsen, allein in Baden-Württemberg um 5,8 Prozent. Grund ist die schlechte Vorjahresernte: Nachdem die weltweite Nachfrage über dem Angebot lag, setzte die EU für 2008 erstmals ihre Getreideimportzölle und das Flächenstilllegungsprogramm aus. Das Extremjahr 2007 machte



7

Aussagen von Bauernpräsident Rukwied in der STZ vom 21. August 2008:



Aussagen von Bauernpräsident Rukwied

8

- Landesbauernverband erwartet stark schwankende Marktpreise
 - Getreidepreis wird durch Ölpreis und Finanzmärkte beeinflusst
- "Um die Bauern zu schützen, müssen hier neue Wege gegangen werden", forderte Rukwied. Als Beispiel nannte er staatliche Preisabsicherungen und langfristige Lieferverträge, die Abnahmepreis und -menge garantieren.

Aussagen von Bauernpräsident Rukwied

9

- „Wir brauchen nicht noch mehr Cross-Compliance-Verpflichtungen“
- „Auch nach dem Jahr 2013 benötigen wir Bauern Zahlungen aus der Ersten Säule, ohne die wären wir nicht wettbewerbs- und existenzfähig“

(Aussagen Bauernkundgebung Ravensburg 2008)



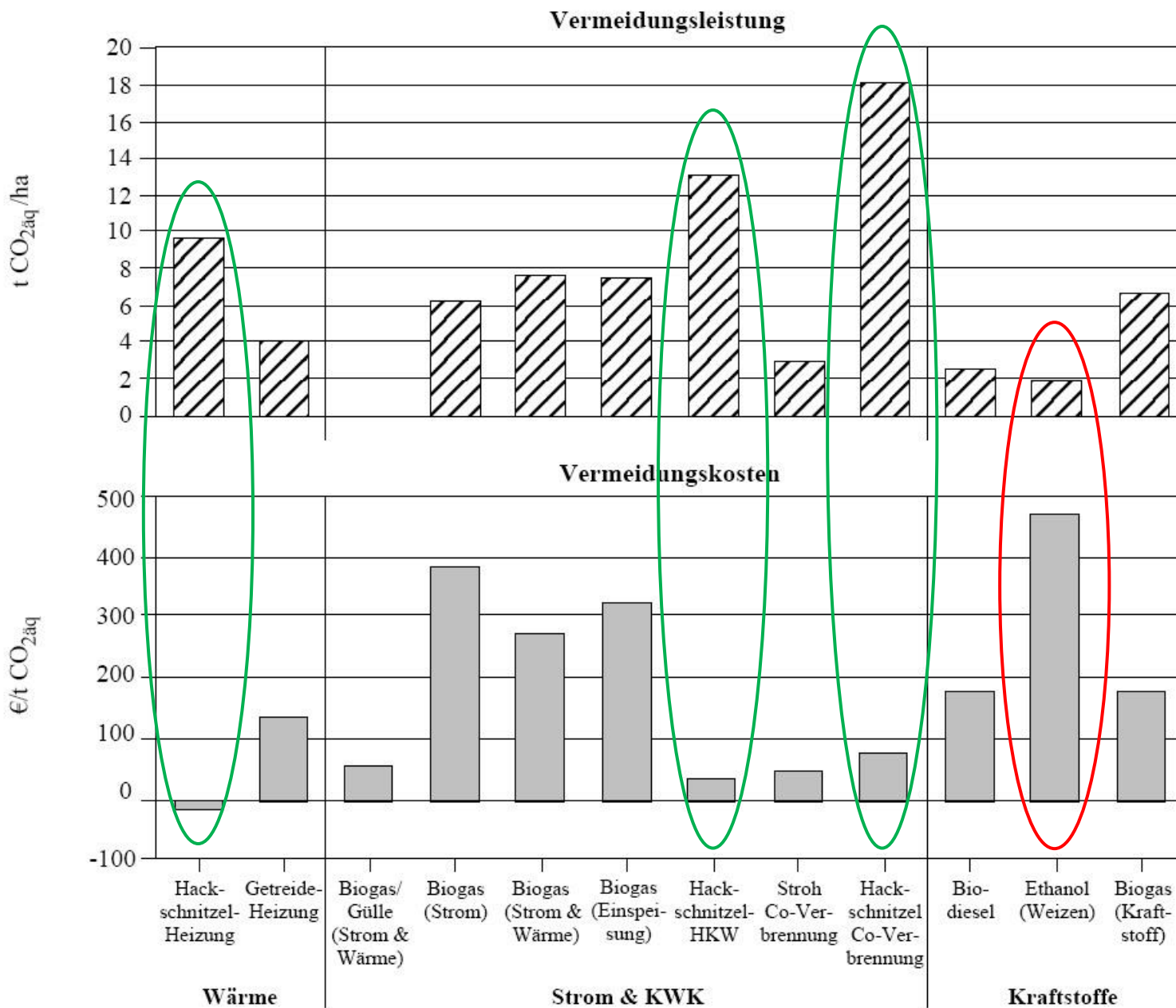
Rede auf dem dt. Bauerntag 2008

- Fischer Boel forderte die deutschen Bauern auf, mit ihrem Angebot stärker dem Markt zu folgen:
- „Die Märkte wollen hohe Qualität“, nicht billigen Käse und billige Milch.
- „In Asien (entstehen) neue Märkte. Wenn wir diese Gelegenheit nicht nutzen, werden es die Neuseeländer tun, und wir bleiben zurück“

Märkte für Bioenergie

- Politisch gewollte Leistung durch Landwirtschaft
- Garantierte Preise nur auf der Einnahmeseite
- Problem der Kostennachteile speziell ggü. Ländern wie Brasilien





Quelle: Wissenschaftlicher Beirat Agrarpolitik beim BMELV (2007)

Märkte für Bioenergie

14

- „NaWaRo-Bonus“ überdenken
 - ▣ Langfristig garantierte Einspeisevergütung lässt Investition lukrativ erscheinen
 - ▣ Volatilität der Rohstoffmärkte und veränderliche Kosten für Input bleibt bei Betrachtung oft unberücksichtigt
 - ▣ Drosselung einiger Biogasanlagen im letzten Jahr (z.B. Verbio / Schwedt)
- Dänemark, Österreich als Positivbeispiele
 - ▣ Holznutzung
 - ▣ BHKW
- Faire Bewertung muss Speicherbarkeit und Transportfähigkeit des Energieträgers berücksichtigen
 - ▣ „Wärme“ ist nicht beliebig transportierbar
 - ▣ Mobile Gesellschaft ist Fakt

Märkte für Bioenergie

15

- „Insgesamt kommt der Beirat (...) zu dem Ergebnis, dass die deutsche Bioenergiepolitik grundlegend überdacht werden sollte.“
- Deutsches Biomasse-Forschungszentrum (DBFZ) in Leipzig eröffnet

Märkte für Lebensmittel

- Internationale Veränderungen
- Auswirkungen auf den heimischen Markt
- Ansatzpunkte für Regionalvermarktung

Blick über den Ozean.....

17

- Nachbarschaftseffekte* gewinnen vor dem Hintergrund steigender Ölpreise (wieder) an Bedeutung
- Jeff Rubin (Ökonom, CIBC Markets Bank):
 - ▣ „Transportkosten sind Sand im Getriebe der Globalisierung“
 - ▣ Transportkosten größtes Hindernis für den internationalen Handel

* Geografische Nähe zwischen Erzeugung und Konsum

Blick über den Ozean....

18

- Nachbarschaftseffekte* gewinnen vor dem Hintergrund steigender Ölpreise (wieder) an Bedeutung
 - „Marokkanische“ Krabben und „isländische“ Sushi vor dem Aus?
 - Ikea verlegt seine Produktionsstätten für den US-Markt nach Nordamerika

* Geografische Nähe zwischen Erzeugung und Konsum

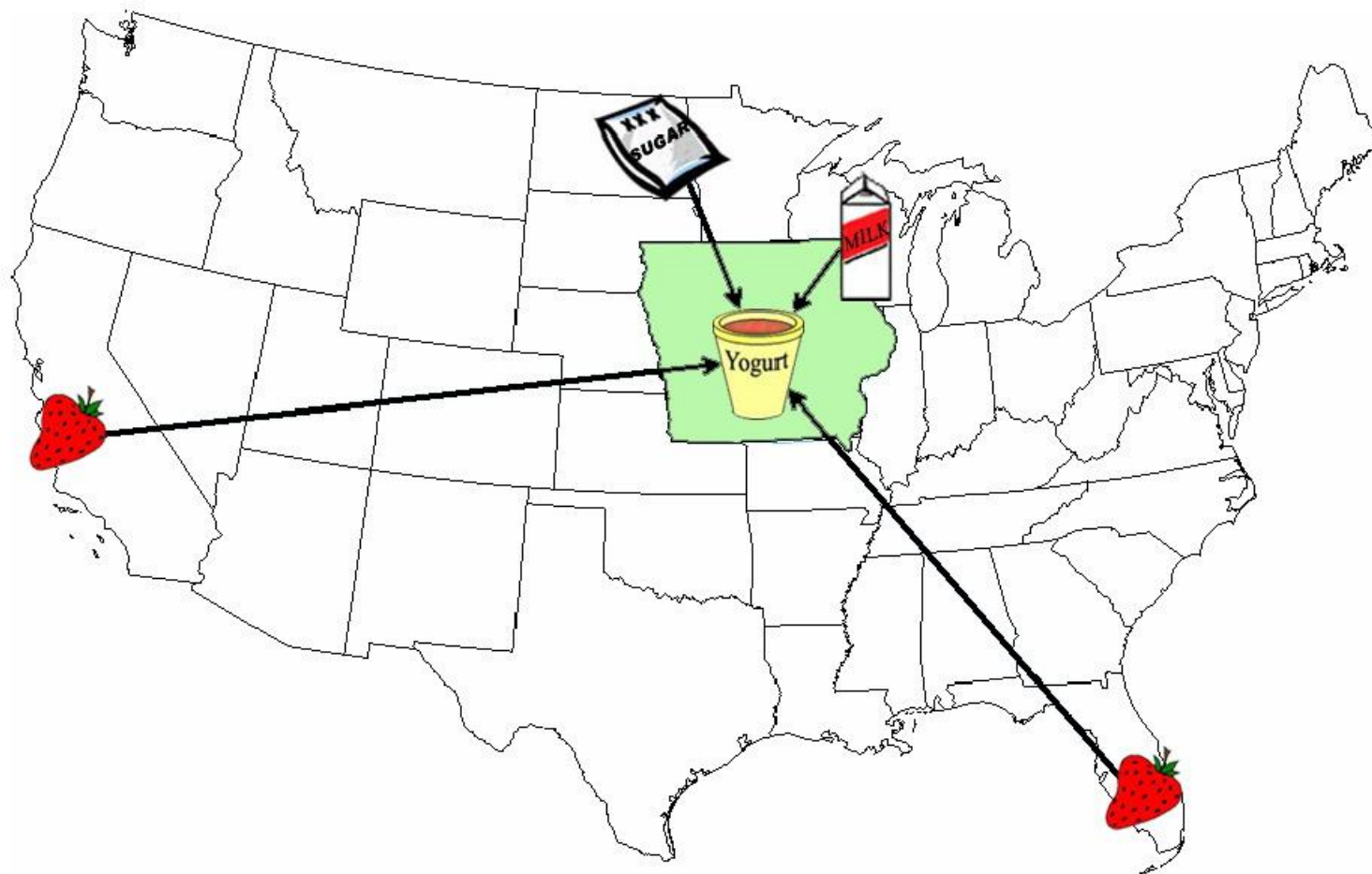
Auswirkungen auf den Markt

19

- Regionaler Rohstoff- und Warenbezug gewinnt sowohl aus ökonomischen, als auch aus ökologischen Überlegungen an Bedeutung
- Frage nach den *food miles* wird relevant

Food miles – Bsp. Erdbeerjoghurt

20



Quelle: Leopold Centre (2005)

Auswirkungen auf den Markt

21

- Regionaler Rohstoff- und Warenbezug gewinnt sowohl aus ökonomischen, als auch aus ökologischen Überlegungen an Bedeutung
- Frage nach den *food miles* wird relevant
- Verbraucher hinterfragt Herkunft
- Wal Mart startet Offensive für den regionalen Warenbezug, um lange Transportwege zu umgehen

=> Ökonomie & Ökologie = Regionalität

Buy Local

Summer is a great time to buy fresh, locally grown fruits and vegetables.



Quelle: Wal Mart (2008)

22

Auswirkungen auf den Markt

ecofit – Biogemüse aus der Region

Bio Batavia Eisberg
rot oder grün, aus Bemhausen
Stück

€ **-.95**

Bio Zuckermais
aus Bemhausen, Stück

€ **-.75**

Bio Kürbis Hokkaido
aus Denkendorf, 1 kg

€ **1.10**

Bio Apfel Elsta
aus Lauffen/Neckar, 1 kg

€ **2.55**

Birnen Williams Christ
aus Lauffen/Neckar, 1 kg

€ **2.60**

Zwetschgen
vom Bodensee, 1 kg

€ **3.50**

Auswirkungen auf den Markt

Quelle: Migros Deutschland (2008)

Markt oder Politik?

24

„Jetzt kommt etwas Einzigartiges auf den Teller und in das Glas: Heimat.“

„Kurze Wege, frische Ware, mehr Kontrollen“



Quelle: Edeka Südwest (2008)

Quelle: MBW Marketinggesellschaft mbH (2008)



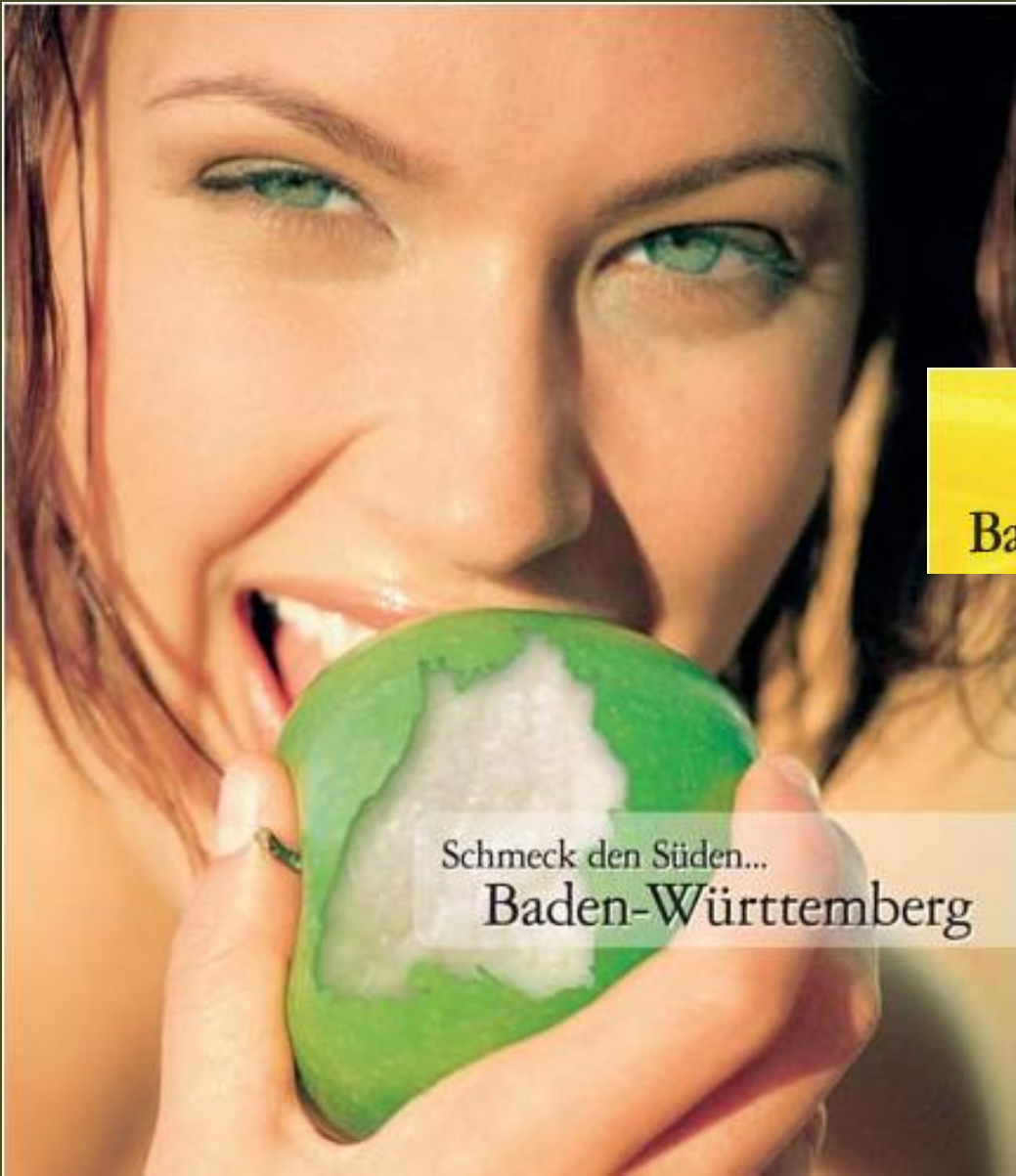
UNSERE HEIMAT
echt & gut

Marke
Produkte
Qualität & Sicherheit
Produzenten
Partner
Rezepte aus der Heimat
Home

EDEKA Südwest

**Es gibt viele Möglichkeiten, die Heimat zu erkunden.
Jetzt sogar auf Ihrem Tisch.**

Jetzt kommt etwas Einzigartiges auf den Teller und in das Glas: Heimat. EDEKA Südwest bietet Ihnen mit der Marke „Unsere Heimat – echt & gut“ viele gute Lebensmittel aus dem Südwesten Deutschlands. Erkunden Sie doch mal, was wir Ihnen auftragen.



Schmeck den Süden
Baden-Württemberg

Schmeck den Süden...
Baden-Württemberg

Quelle: MBW Marketinggesellschaft mbH (2008)

Der sensibilisierte Verbraucher

27

- Bewusstsein der Verbraucher ggü. Lebensmittel wird u.a. beeinflusst durch
 - mikrobakterielle Kontaminationen und Pestizidrückstände
 - Fettanteile & Inhaltsstoffe
 - Debatten um Gentechnik, Nanotechnologie
 - Medien
 - Industrialisierung und Internationalisierung der Ernährungsindustrie
 - Fehlende Transparenz und Kontrollmöglichkeiten

Der sensibilisierte Verbraucher

28

- Bedeutungszuwachs von
 - ▣ Transparenz,
 - ▣ Qualität und
 - ▣ Nähe
- Folglich steigt Attraktivität und Chance für den ländlichen Raum, als „Qualitätsraum“ wahrgenommen zu werden

Empfehlungen Verbraucherkommission Baden-Württemberg



29

- Stärkung und Kommunikation regionaler Produktion und Vermarktung saisonaler Produkte
- Orientierung auf qualitativ hochwertigere Produkte
 - Erzeugung qualitativ hochwertiger und unbelasteter Lebensmittel
 - Regionale Herkunft sagt noch nichts über Rückstandsbelastung aus
 - „Bevorzugung entsprechender Produkte durch die Verbraucher ist nur dann sinnvoll, wenn diese Produkte auch tatsächlich Vorteile gegenüber vergleichbaren Produkten nicht-regionaler Herkunft besitzen.“ (siehe nächste Folie)
 - Vorteile wie Erhalt von Kulturlandschaft, Stärkung von Wirtschaftsregionen deutlicher kommunizieren

Empfehlungen Verbraucherkommission Baden-Württemberg



30

- Ökomonitoring-Programm Verbrauchern und Produzenten besser bekannt machen
 - ▣ Nutzung für weitere Verbesserung der Qualität von Lebensmitteln
 - ▣ „Grundlage und Ansporn für eine weitere Verbesserung der Produktqualität“

Politische Ansatzpunkte

31

- MLR beteiligt sich im Zuge der Nachhaltigkeitsstrategie am Projekt „Hochwertige Lebensmittel aus unserem Land“
 - ▣ Erhaltung und Stärkung regionaler Landwirtschaft und Verarbeitung
 - ▣ Herausstellung der Vorzüge heimischer Produkte und regionaler Wirtschaftskreisläufe ggü. Wirtschaftsbeteiligten und Verbrauchern

Politische Ansatzpunkte

32

- Erfolgreiche Konzepte, mittels denen Regionalität und heimische Erzeugung in BW gefördert wurde und werden:



+



...und ihre Umsetzung im Markt



33

- (Am Beispiel der Modellregion Reutlingen; Plenum-Förderung und Teilnahme an RegionenAktiv)
- Projekte und Initiativen, die durch die Maßnahmen gefördert und weiterentwickelt wurden:
 - www.albhoftour.de
 - www.alb-leisa.de
 - www.albbueffel.de
 - www.albkaes.de
 - www.albschneck.de
 - www.alb-dinkel.de
 - Machbarkeitsstudie über die Erstellung eines regionalen Schlachthofs (vgl. „Erfolgsgeschichte“ Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall)
 -

Umsetzung im Markt

34

- „Radikalste“ Form, Qualität und Regionalität zu vereinen:



- Kombination aus *Regio* und *Öko* bieten Chancen für heimische Agrarerzeugung
- Politik unterstützt Marktentwicklung und fördert Regionalstrukturen

Umsetzung im Markt

35

- Politik war (bei der Einführung des Siegels) deutschlandweit Vorreiter („*Wir können alles....*“), läuft der Entwicklung aber momentan hinterher
 - ▣ Flächenzuwächse finden vermehrt in anderen Bundesländern / im Ausland statt
- Ausweitung der Öko-Förderung wäre ein klares politisches Bekenntnis zu einer regionalen Qualitätsoffensive
- Denkbar wäre auch ein umfassender Aktionsplan zur Förderung der ökologischen Produktionsweise, wie es Berlin-Brandenburg vorgemacht hat

Kritische Diskussion & Ausblick

- Internationale Debatten zur Zukunft der Agrarwirtschaft
- Auswirkungen auf den heimischen Sektor
- Märkte als Chance – Nutzung von Innovationspotential
- Ausblick Milchmarkt
- Fazit

Bericht des Weltagrarrats



37

- Bericht Frühjahr 2008 veröffentlicht
- „Agrarexperten für radikale Wende“
 - ▣ In der durch Experten geforderten „Agrarrevolution“ müssten die lokalen Produzenten wieder zu „Managern ihrer Ökosysteme“ werden (Quelle: Stuttgarter Zeitung, 16. April 2008)
- Dies gilt m. E. nach nicht nur im internationalen Kontext, sondern kann auch als wichtige Aussage für unsere heimische Agrarproduktion verstanden werden

„Manager seines Ökosystems“ – Bedeutung für Landwirte in BW



38

- Analyse des heimischen Marktes und des näheren Umfelds
- Was lässt die Struktur meines Betriebes zu?
- Wo bieten sich Chancen?
 - Bündelung der Kräfte in Form von Erzeugerzusammenschlüssen
 - Aufbau innovativer Direktvermarktung (Bsp.):
 - Hofeigener Käse (Zusammenarbeit mit einer mobilen Käserei)
 - Hof-Eis
 - Hof-Café
 - Urlaub auf dem Bauernhof heute schon wichtiges Standbein

„Manager seines Ökosystems“ – Bedeutung für Landwirte in BW

39

- **Transparenz in der Produktion**
 - „Nah am Verbraucher“
 - „Gläserne Produktion“ als Chance einer direkten Kommunikation mit dem Verbraucher
 - Hoffeste, Schule auf dem Bauernhof
- **Nachvollziehbarkeit der Herkunft**
 - Beispiel Kooperation mit Migros Reutlingen

Märkte als Chance

40

- Handlungsspielräume in der Vermarktung nutzen!
- Innovationspotentiale Ausschöpfen – das Beispiel „Milchwirtschaft“
- Aussagen von Präsident Kuhn zur Debatte um einen Milchfond in eben diese Richtung

Kommentare

Milch ist nicht gleich Milch

Die Kürzung der Agrarhilfen ist auch eine Chance für die Bauern

Quelle: Süddeutsche Zeitung, 28. Juli 2008

Märkte als Chance

41

„Was den deutschen Milchviehhaltern fehlt, sind Konzepte für eine geschickte Vermarktung. Bestes Beispiel dafür ist die Mineralwasserbranche.“

- Wasser wie Milch homogenes Gut
- Markt ausdifferenziert und vielfältig
- Preisspektrum teilweise erheblich

„Wasser ist eben nicht gleich Wasser.“

Märkte als Chance

42

**JETZT PFLÜCKEN:
KRUMBACH BIO**



„Schmeckt noch besser als aus Nachbars Garten“

Märkte als Chance

43

„Für die Milch von glücklichen Kühen wäre sicher so mancher Verbraucher bereit, tiefer in die Tasche zu greifen. So verkauft etwa ein Schweizer Bergbauer seine Milch nach Hanglagen - ähnlich wie es beim Wein üblich ist - mit großem Erfolg und zu einem Preis, der deutlich über dem üblichen Niveau liegt.“

„Solche Ideen werden jedoch in der Regel nicht in nüchternen Büros von Ministerien geboren.“

Äußerer Zwang zur Marktentwicklung



44

Vergleich der Szenarien für den Ausstieg - Milchpreis - 2008 = 100



Quelle: Heißenhuber (2008), nach Bensted-Smith, GD Landwirtschaft (2008)

Äußerer Zwang zur Marktentwicklung



45

- Herausforderungen der Zukunft machen gerade im Milchbereich weitere Innovationen unumgänglich!
 - ▣ Abschaffung Quotenregelung
 - ▣ Marktwirtschaft entscheidet über Fortbestand
- Veredelung der Milch (genossenschaftlich) selbst in die Hand nehmen!

Fazit

46

- Radikaler Wandel der Agrarpolitik steht bevor
- Wettbewerb um Preis kann nicht gewonnen werden



PENNY
MARKT



FRISCHER!

Kartoffeln
Deutschland, Hkl. I,
Kocheigenschaft und
Sorte siehe Etikett
10 kg Sack!
1 kg = 0.20
1.99

Broccoli
Deutschland
500 g Packung
1 kg = 1.76
~~1.19~~ **0.88**
26% BILLIGER

Fazit

48

- Radikaler Wandel der Agrarpolitik steht bevor
- Wettbewerb um Preis kann nicht gewonnen werden
- Heimischer Sektor muss Regionalität als Vermarktungsargument weiter entwickeln
 - Ökonomische und ökologische Vorteile
 - Qualitätsbegriff aufgreifen und definieren
 - (Aktuelle Debatte in Brüssel ernst nehmen)
 - Vertrauen und Reputation aufbauen
 - Qualität kommunizieren (Staat und Markt)
 - Verbraucher für heimische Produkte begeistern!



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Gentechnik in BW?

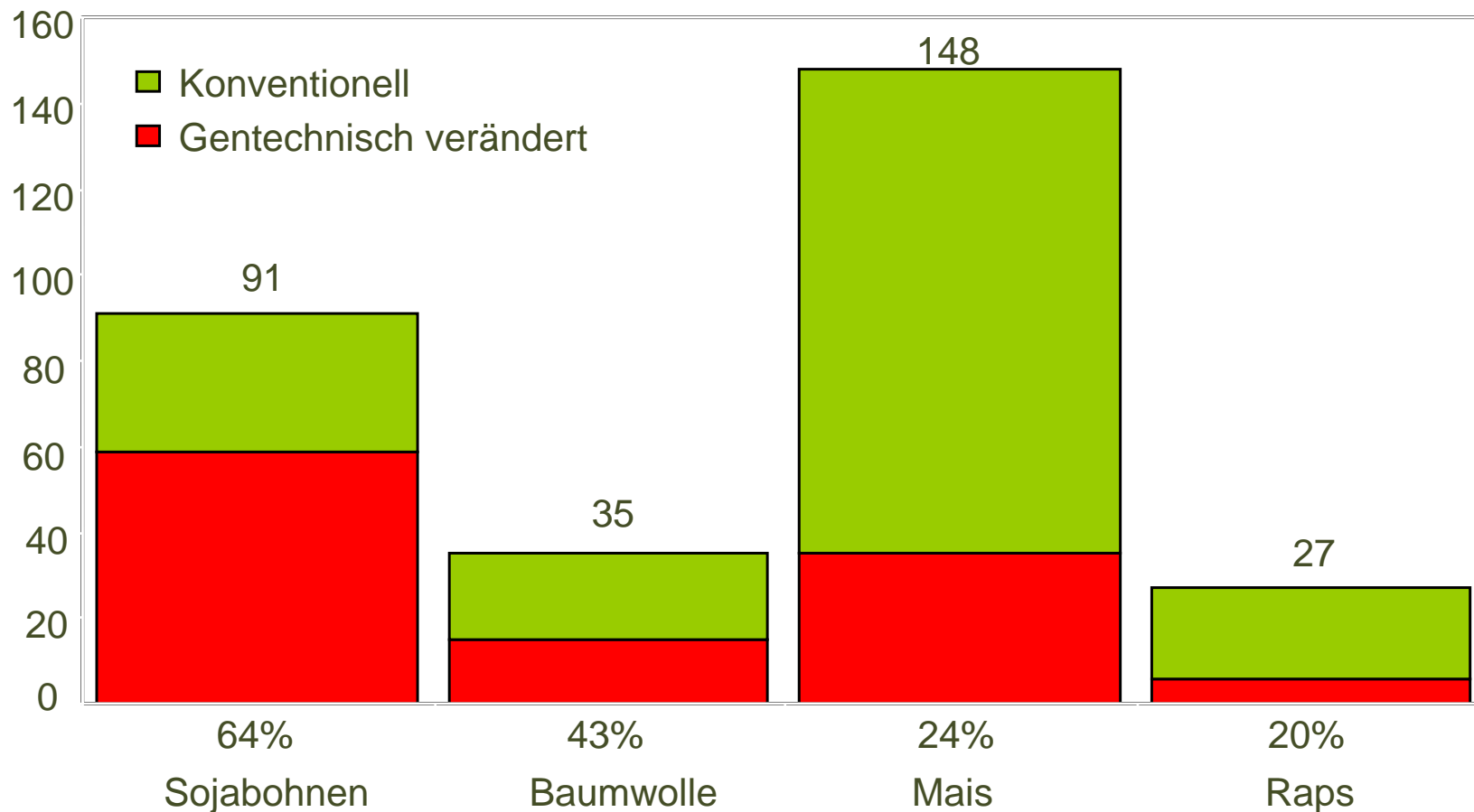
50

- $\frac{3}{4}$ der Verbraucher in BW lehnen Einsatz rundweg ab
- Politik nicht bereit, den Verbraucherwünschen Rechnung zu tragen: „Sowohl-als-auch“
- Koexistenz aus Sicht der Verbraucherkommission BW „nicht möglich“
- Kleinstrukturiertheit verbietet Einsatz faktisch

- Abschottung / Abkopplung Weltmarkt zunehmend schwierig
 - 43% der Baumwollfläche Gentech-Saatgut
 - 64% der Sojafläche Gentech-Saatgut

Gentechnik - Fakten

Weltweite Anteile an GVO-Flächen (%) für Hauptfruchtarten (in Millionen ha) in 2007



Quelle: nach James (2008); ISAAA Report 2007

- Aspekt der Abhängigkeit der Bioenergie-Erzeugung von Rohstoff-Preisen