

Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH

Sonja Illert

ANBAU UND VERMARKTUNG VON BIO-GEMÜSE IN DEUTSCHLAND

Bio-Gemüse anbauen und vermehren, verarbeiten und vermarkten

12. Wintertagung 12.03.2015 in Güstrow

Die Agrarmarkt Informations-Gesellschaft erstellt unabhängig und übergreifend aktuelle Fakten und Analysen für das gesamte Agribusiness.



natürlich informiert.

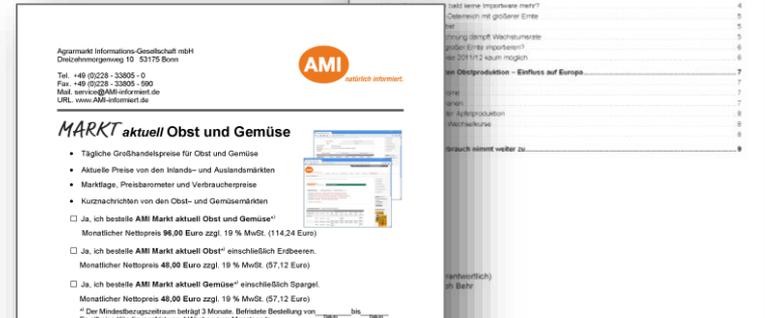
Zur AMI – Agrarmarkt Informations-GmbH



Die Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI) hat am **2. Juni 2009** ihre Arbeit aufgenommen.

Zur Zeit sind etwa **40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** in der AMI tätig.

Wir erstellen aktuelle Markt- und Preisberichte zu allen Sektoren des Agrarmarktes um alle Marktteilnehmer mit **zuverlässigen und neutralen Marktinformationen**, Daten und Analysen zu versorgen.



Unsere Standorte



Hauptstandort
Bonn-Friesdorf
Dreizehnmorgenweg 10

Tel. (0228) 33805-0
Fax (0228) 33805-590
info@AMI-informiert.de
www.AMI-informiert.de



Büro Hamburg
Großmarkt



Büro Berlin
Wilmerdorf
Wilhelmsaue 37



Gliederung



- Anbau von Bio-Gemüse in Deutschland
- Einkaufsmengen der Haushalte an:
 - Bio-Frischgemüse
 - Verarbeitetes Bio-Gemüse
- Marktentwicklungen Bio- Möhren
- Trends am Öko-Markt
Wie positioniert sich Bio-Gemüse?
- Zusammenfassung

Öko-Gemüseanbau in Deutschland 2013

AMI

im Freiland

Öko-Anbaufläche in ha



Öko-Anteil an der gesamten Freilandgemüsefläche in %

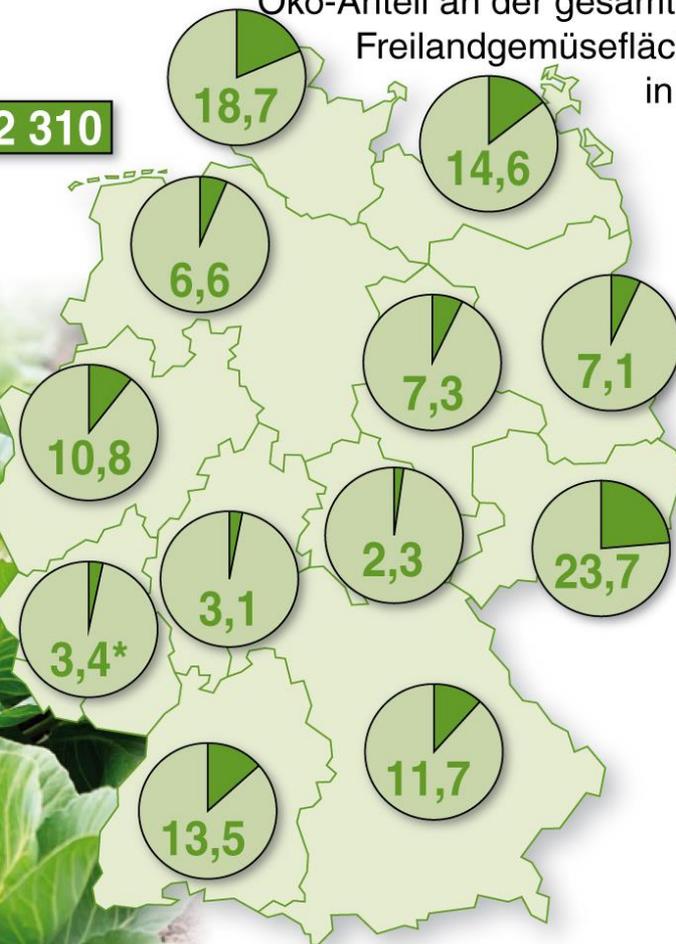


Foto: Sunny Forest - Fotolia

Anbau Gemüse (Bio. und konventionell) in Mecklenburg-Vorpommern 2014

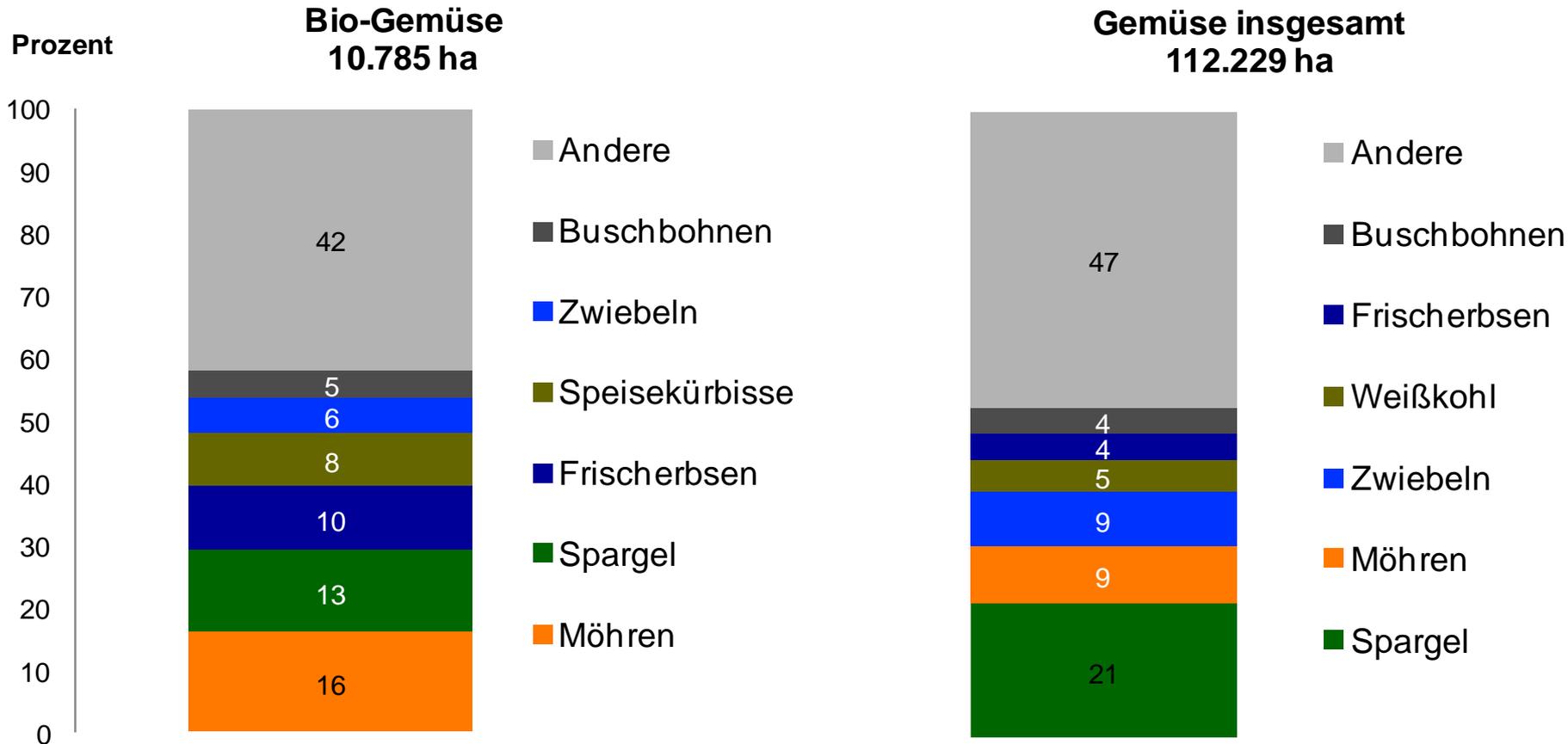


- Gemüsefläche insgesamt: 1.787 ha
- 1,6% der bundesdeutschen Freilandfläche

- Kohl: 488 ha (Broccoli, Rosenkohl)
- Blatt- und Stängelgemüse 965 ha (Salate, Spargel)
- Wurzel- und Knollengem. 218 ha (Möhren)

- Bio-Gemüse 2014: 255,2 ha, -2,6 % zum Vorjahr
Anteil an Gesamtgemüse 14,3% (Vorjahr 14,6 %)

Anbau Bio-Gemüse Freilandflächen in Deutschland 2013



Quelle: Stat. Bundesamt



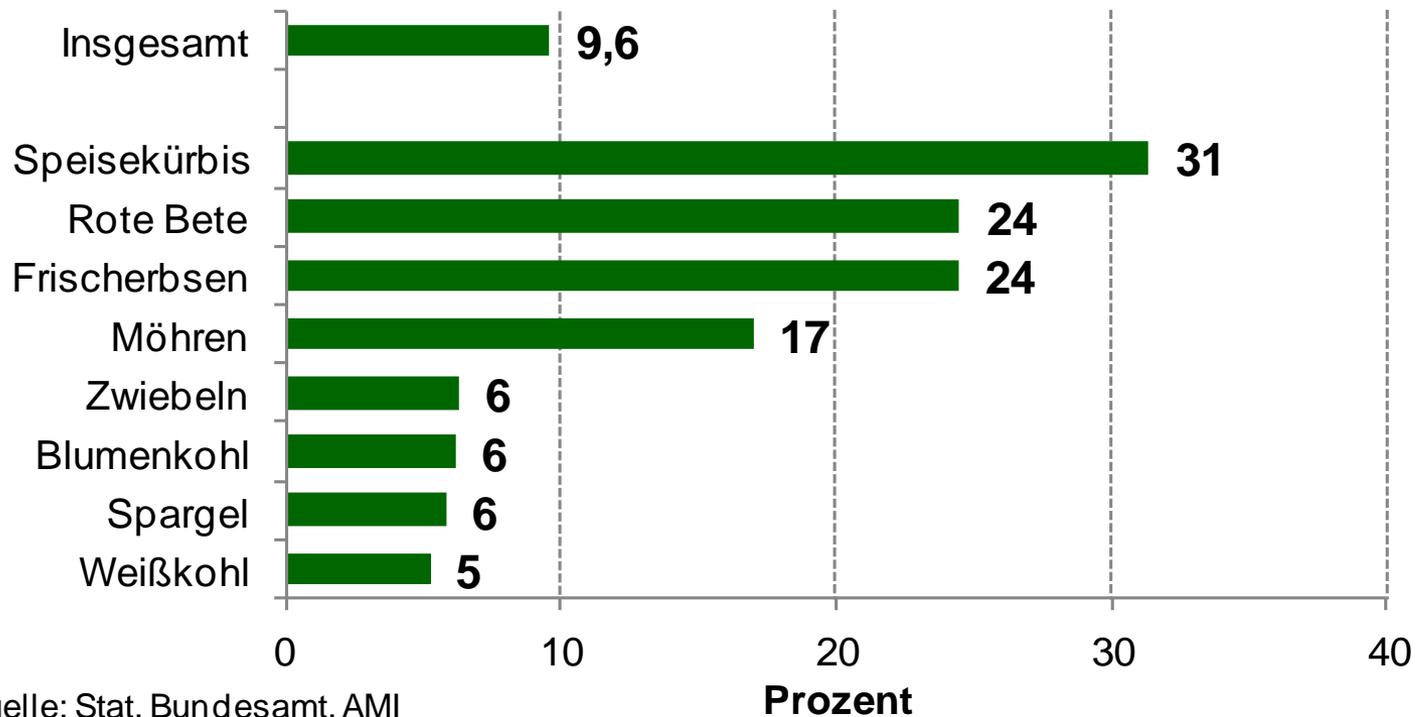
Anteil Bio-Gemüse an der Gesamtfläche: 9,6 %

Anbau Bio-Gemüse

Bio-Anteile bei Anbauflächen 2013



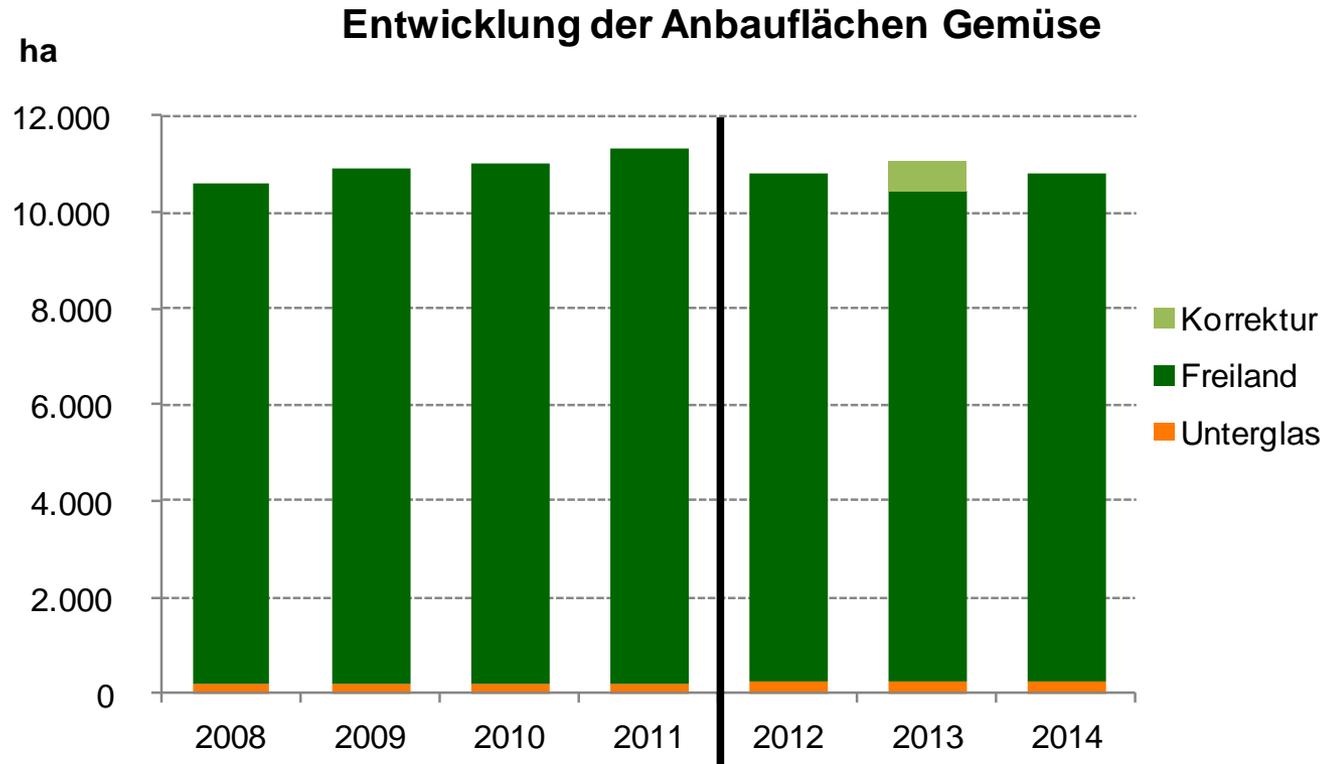
Bio-Anteile ausgewählter Gemüsearten



Quelle: Stat. Bundesamt, AMI

Anbau Bio-Gemüse

Entwicklung der Anbauflächen



Quelle: Öko-Kontrollstellen, Stat. Bundesamt, AMI

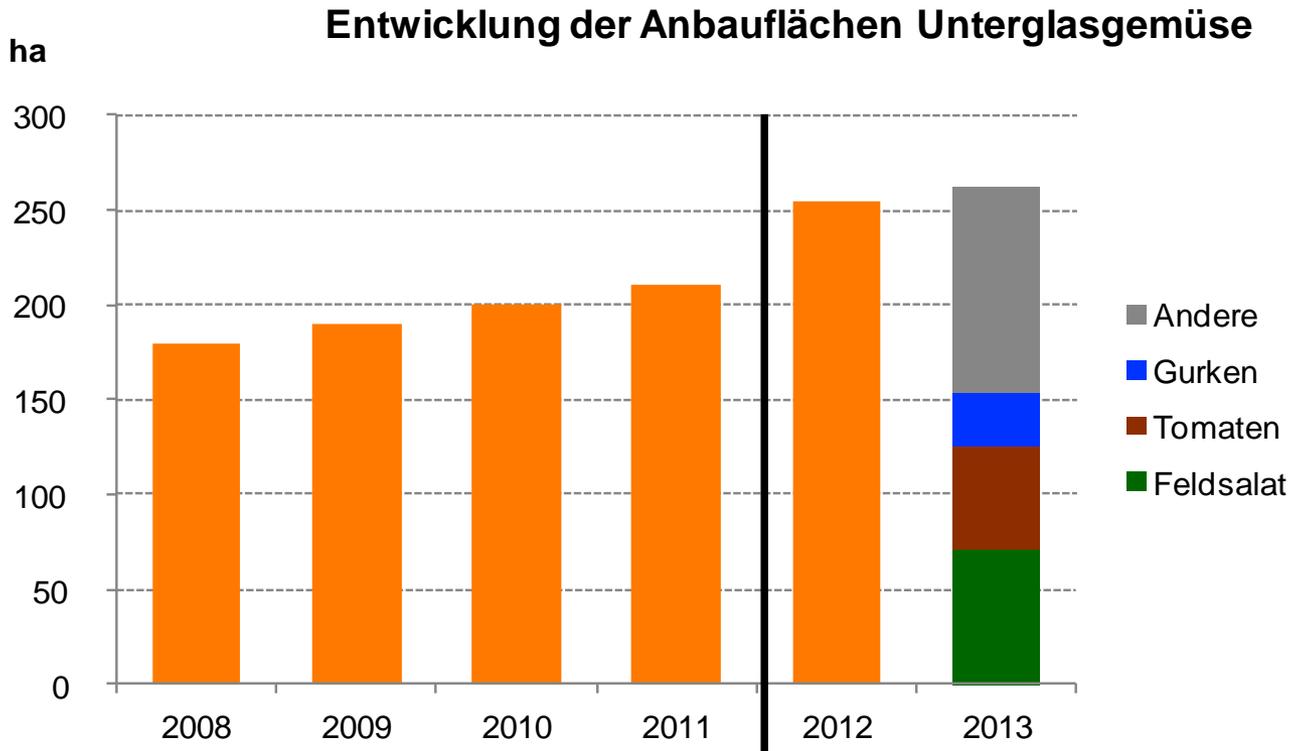
Veränderte
Methodik



Weitgehend stabile Anbauflächen.

Anbau Bio-Gemüse

Entwicklung der Anbauflächen



Quelle: Öko-Kontrollstellen, Stat. Bundesamt, AMI veränderte Methodik



Stetiger Flächenanstieg von 3-6 % pro Jahr

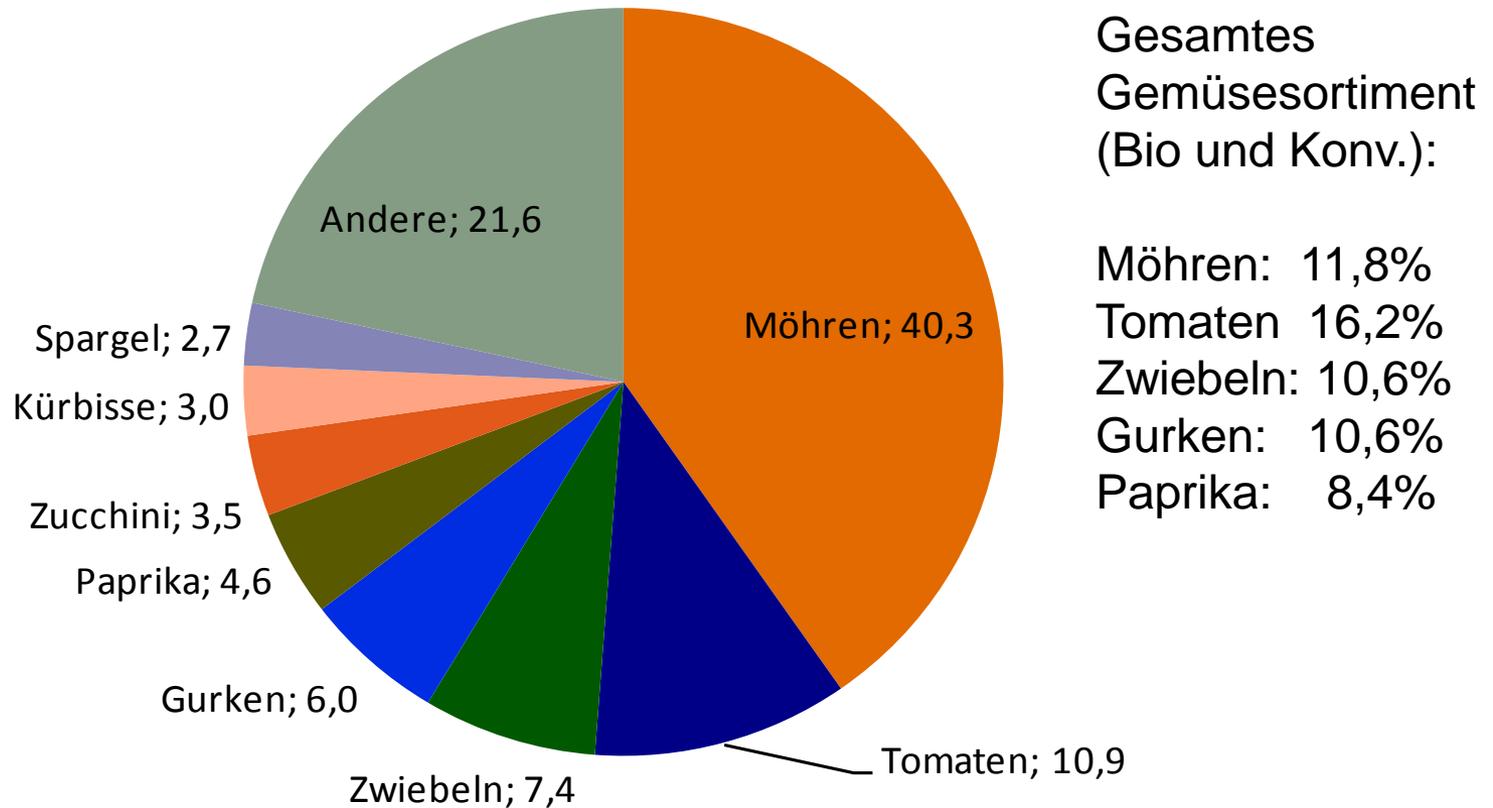
Verbrauch – Frischgemüse

Sortiment Bio-Gemüse



Verbrauch – Frischgemüse

Sortiment Bio-Gemüse Einkaufsmengen 2014



Verbrauch Frischgemüse Konsum unter der Lupe – Methodik das GfK-Haushaltspanel

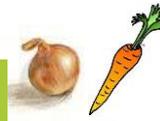


Wo ?

Wer ?



Was ?



Wann ?



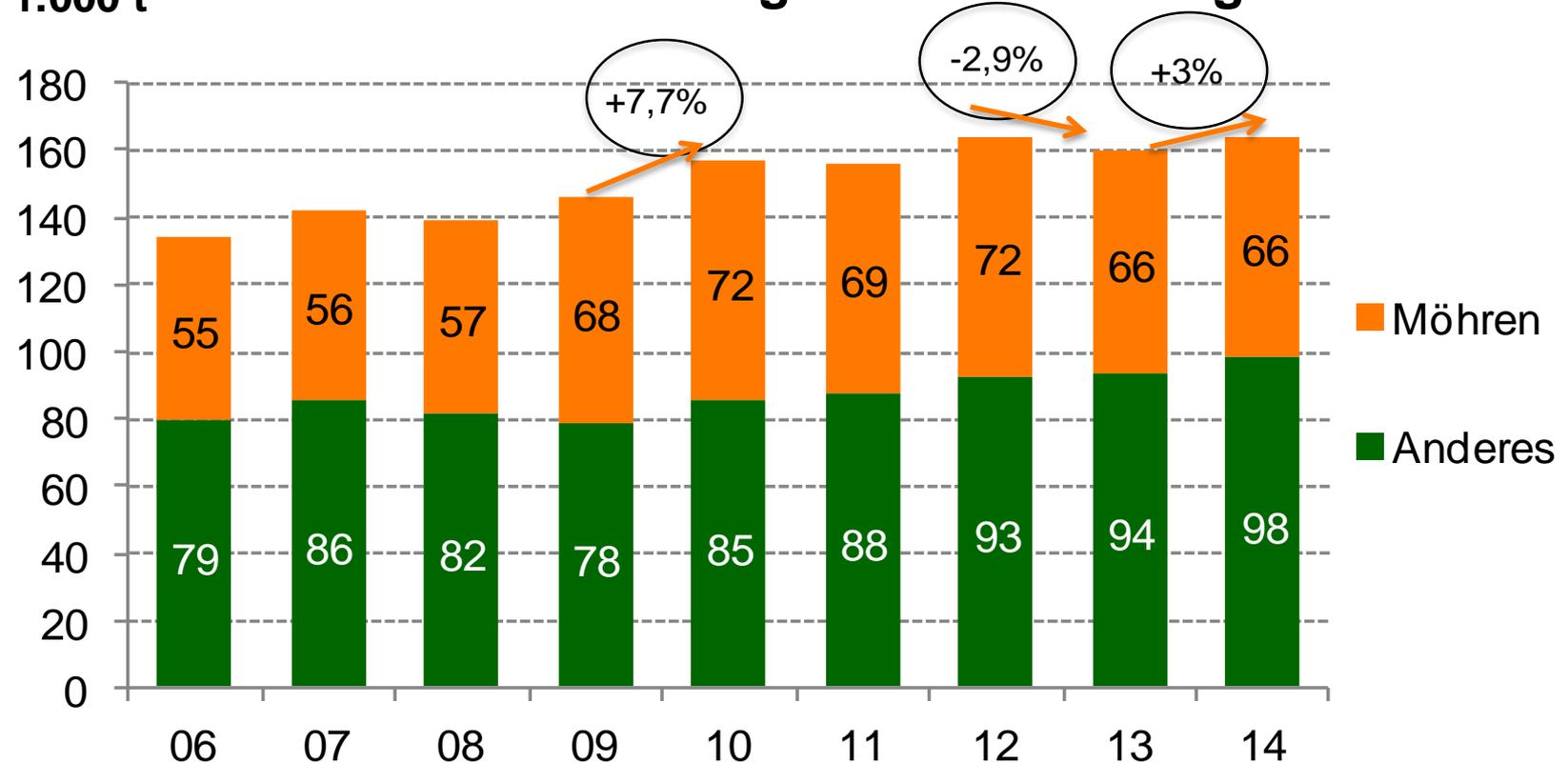
„Der Käufer“
kauft
welche Menge ?
zu welchen Preisen ?

Verbrauch Frischgemüse



Einkaufsmengen an Bio-Frischgemüse

1.000 t



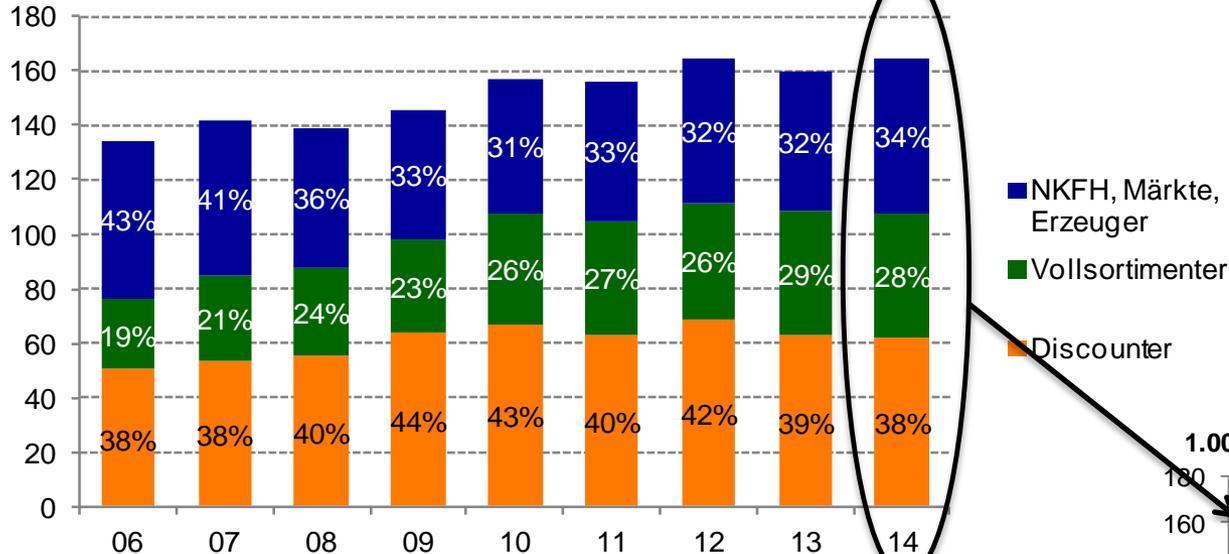
Quelle: AMI-Analyse der GfK-Paneldaten

Verbrauch Frischgemüse



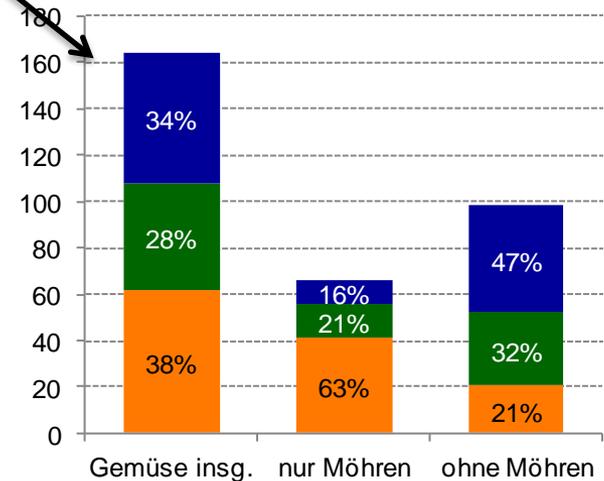
Einkaufsmengen an Bio-Frischgemüse nach Einkaufsstätten

1.000 t

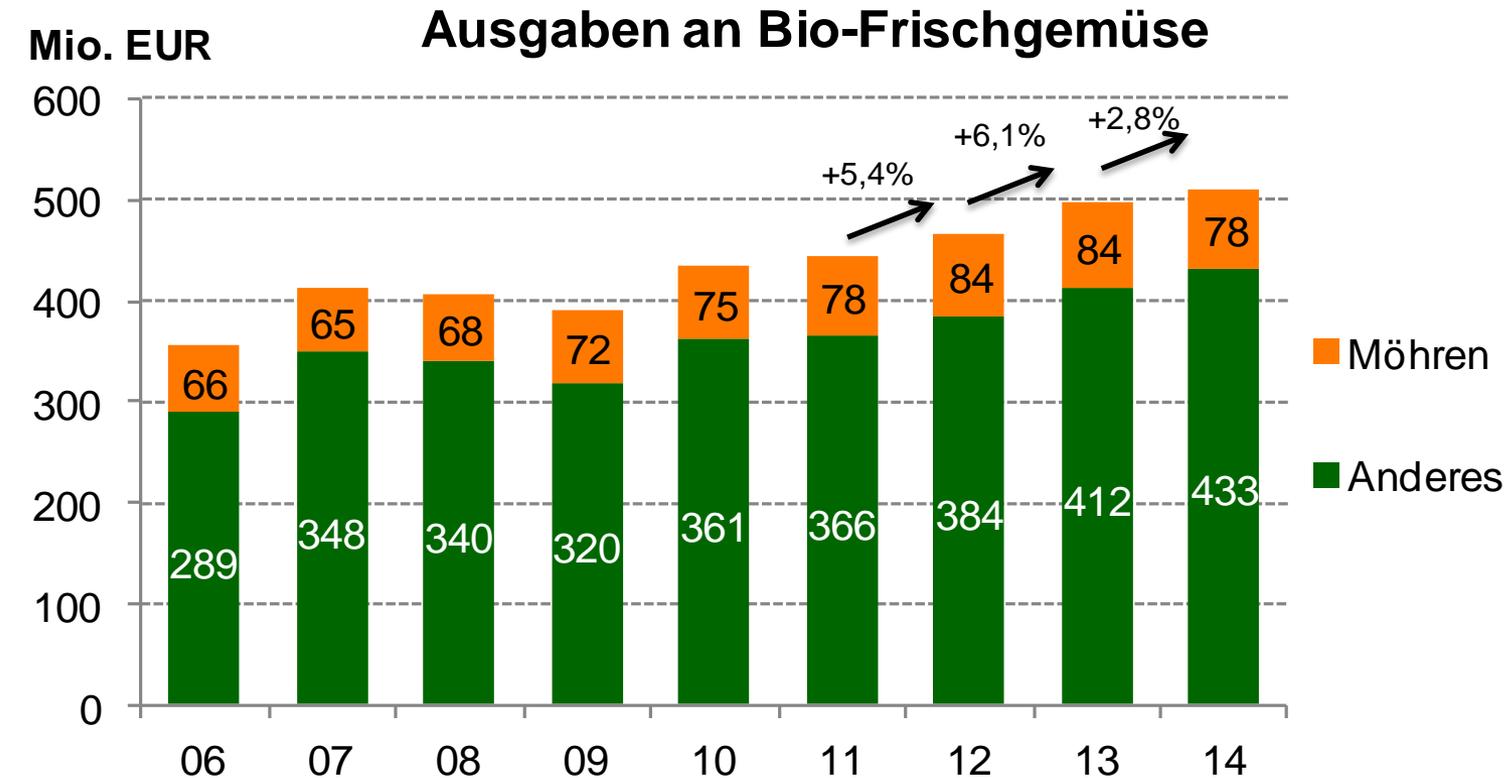


Quelle: AMI-Analyse der GfK-Paneldaten

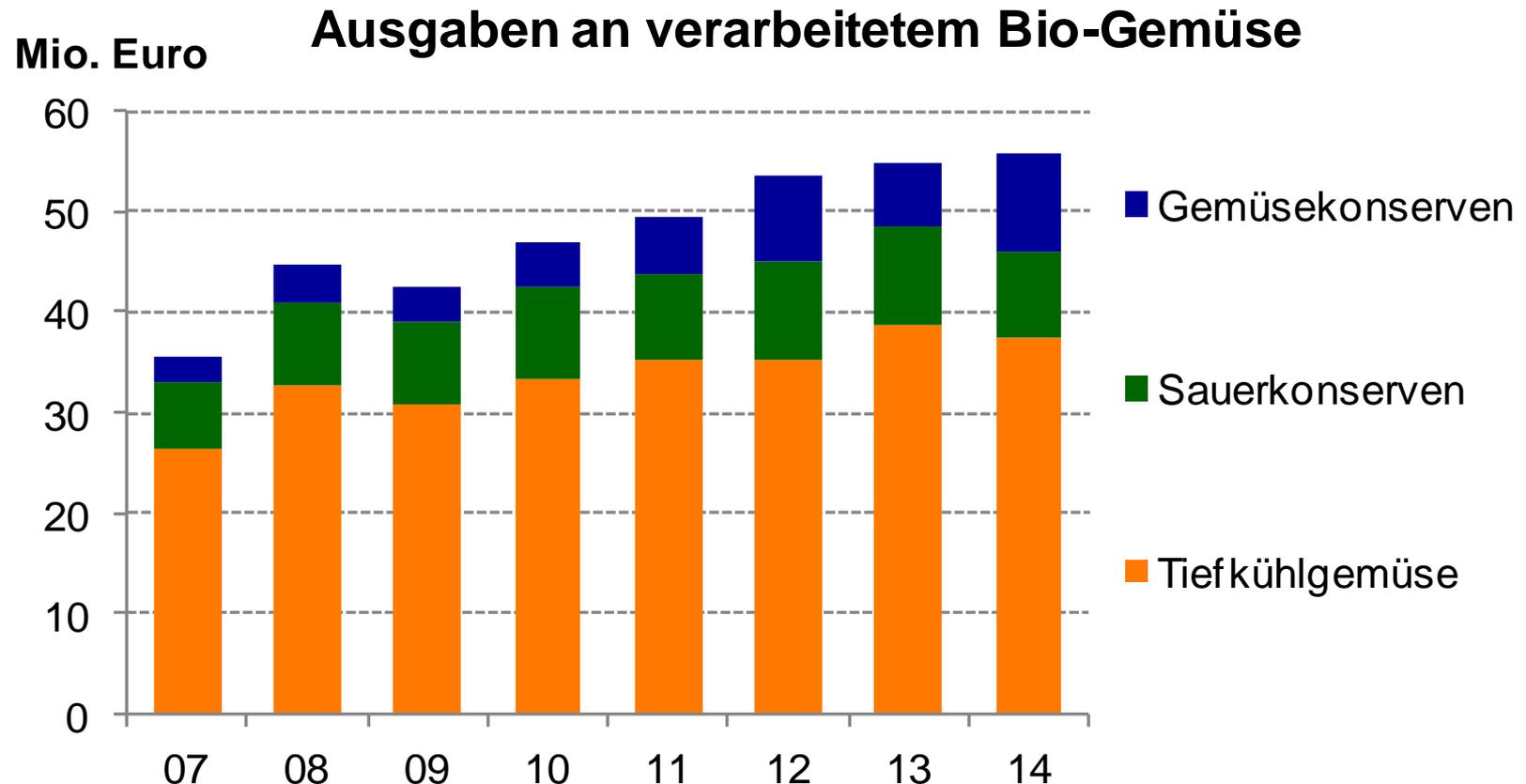
1.000 t



Verbrauch Frischgemüse



Verbrauch verarbeitetes Bio- Gemüse

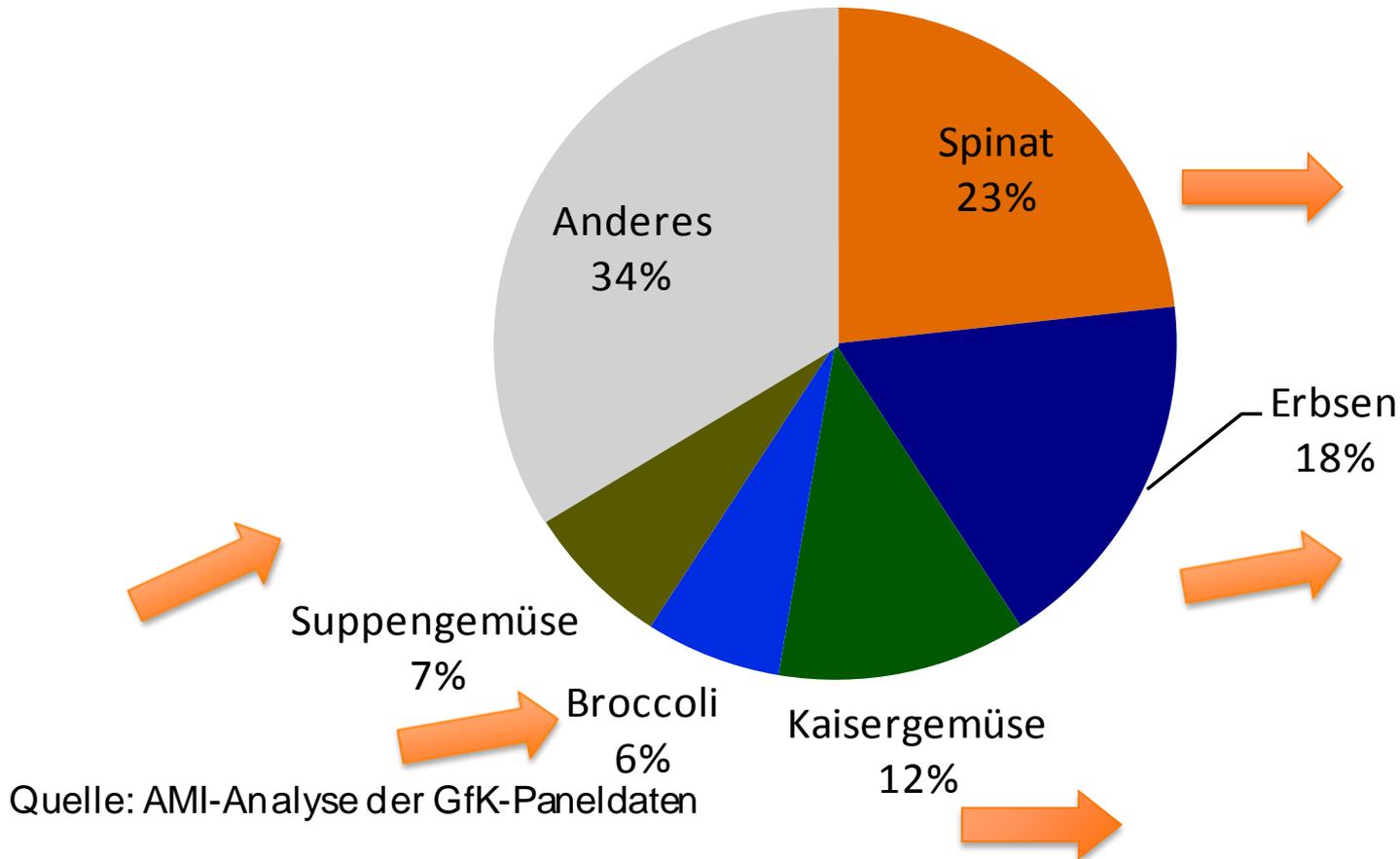


Quelle: AMI-Analyse der GfK-Paneldaten

Verbrauch verarbeitetes Bio-Gemüse



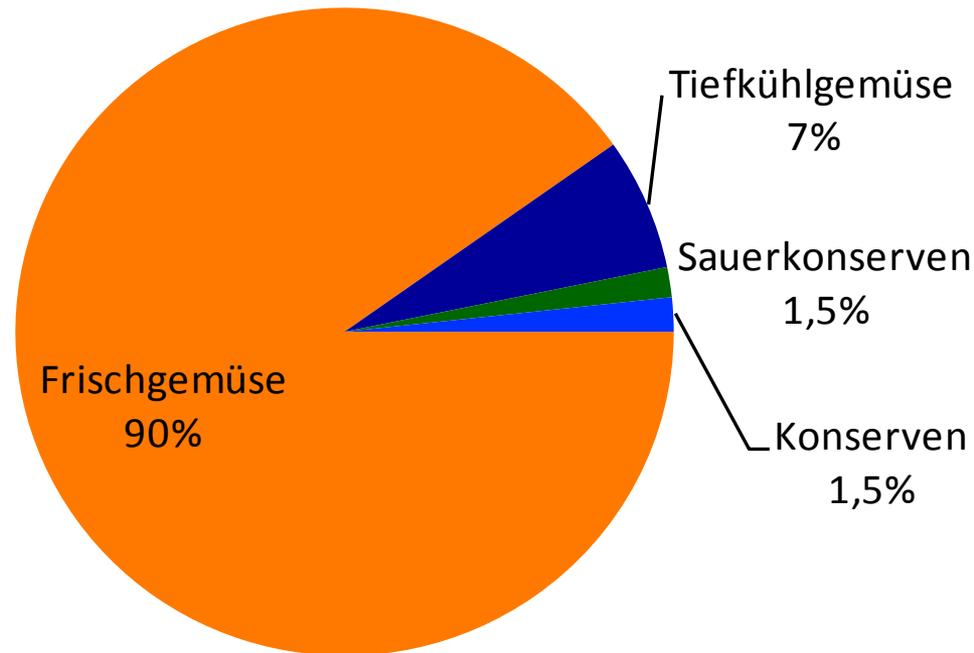
Anteile bei rohem Tiefkühlgemüse 2014



Verbrauch verarbeitetes Bio-Gemüse



Anteile am Umsatz mit Bio-Gemüse 2014



Quelle: AMI-Analyse der GfK-Paneldaten

MÖHREN

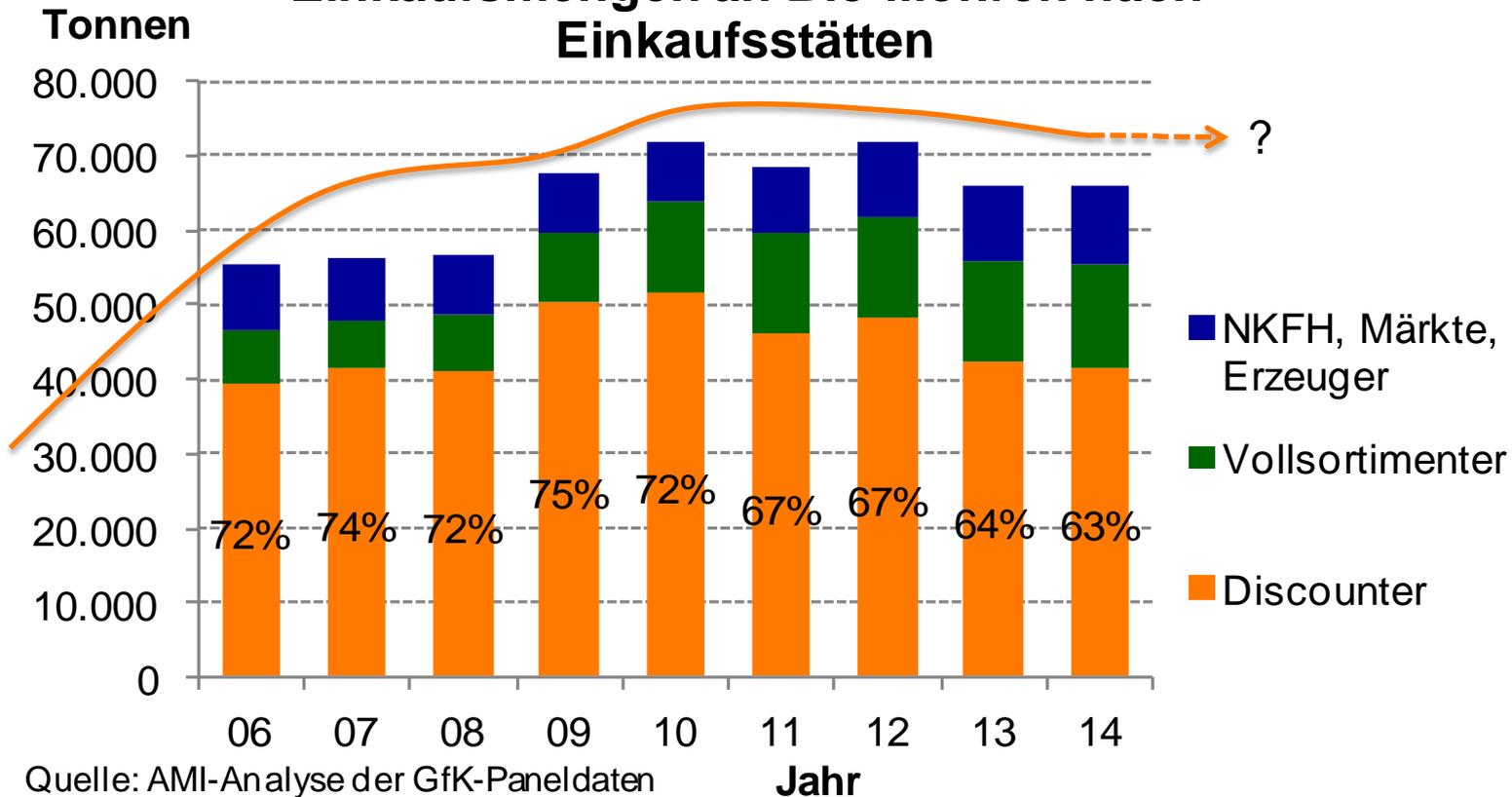


- Stärkste Kultur im Freilandanbau von Gemüse (1.730 ha)
- Dominiert Bio-Gemüseverbrauch (41% Marktanteil)
- Hohe Bio-Anteile bei Produktion und Verbrauch

MÖHREN Einkaufsstätten



Einkaufsmengen an Bio-Möhren nach Einkaufsstätten



➔ **Discounters bestimmen Einkaufsmengen bei Bio-Möhren**

Werbeaktionen für Bio-Möhren

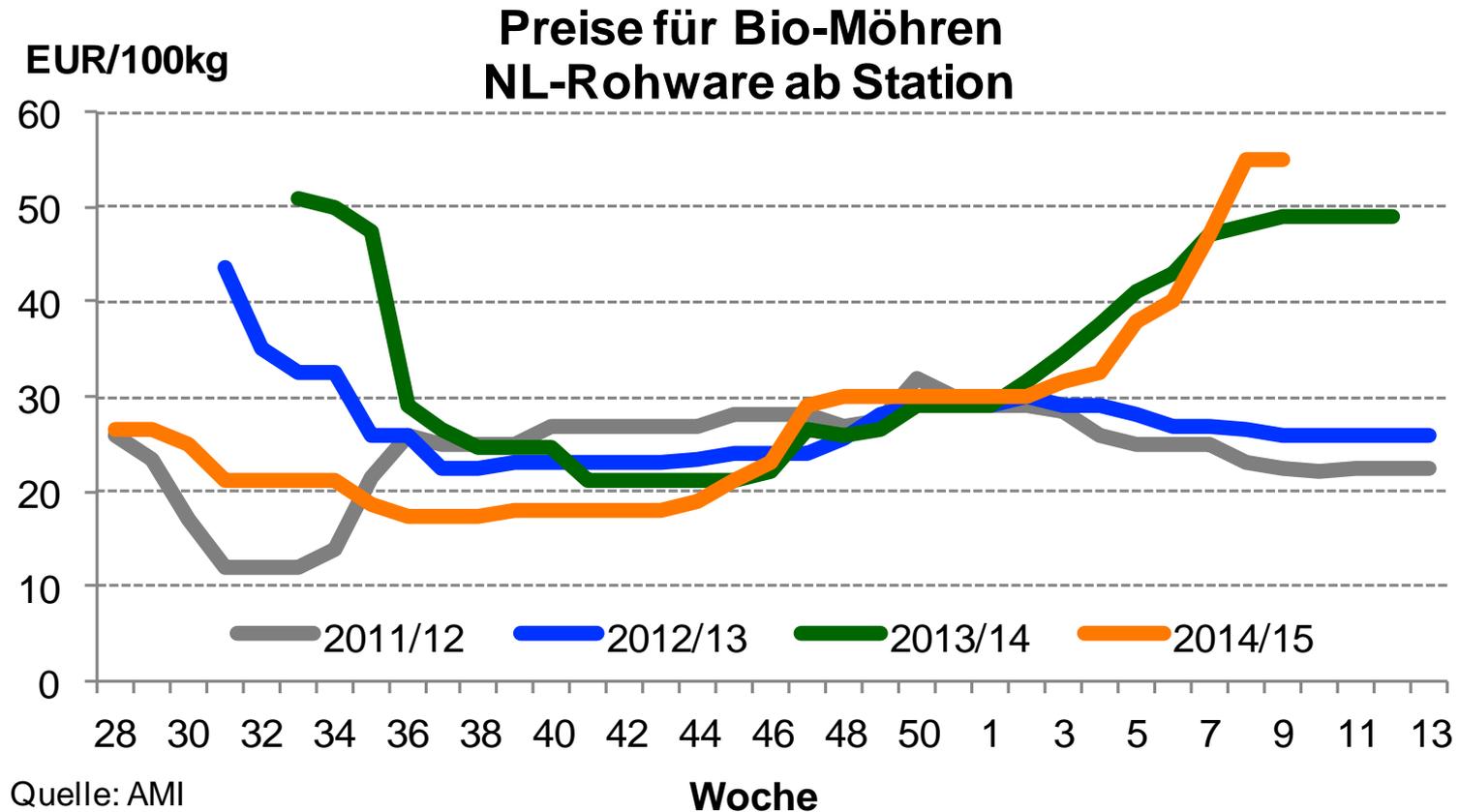


In der gleichen Woche (KW 40) werden Bio-Möhren beworben bei:

- Dennree/Denns: dt. 1,29 EUR/1kg lose
- HIT: dt/NL 0,99 EUR/1kg Schale
- Famila: dt. 0,99 EUR/1kg-Beutel
- Netto: dt. 0,77 EUR/1kg-Beutel



MÖHREN



MÖHREN

Aldi-Süd und die Bio-Möhre



Sie befinden sich hier: [Sortiment](#) → [Rezepte](#) → [Möhren Rezepte](#) → [Möhreneintopf](#)

Preissenkung Aus unserem Sortiment Selber Einmachen EXPRESSI **Rezepte** Eigenmarken Produktwelten Halloween P >

Rezept der Woche
Möhren Rezepte
Möhren-Avocado Wrap
Möhren-Smoothie
Möhren-Kartoffelrösti
Möhreneintopf
Möhren-Avocado-Salat mit Lamm
Möhren-Biergulasch
Möhren-Tartelettes
Gemüse-Nudel-Pfanne
Spaghetti-Salat
Möhren-Meerrettich-Creme
Möhren in der Pfanne
Möhrennudeln mit Basilikum-Pesto
Möhren Cupcakes

Rezept: Möhreneintopf

Zubereitung:

Die Nackenkoteletts unter fließend kaltem Wasser abspülen, mit Küchenpapier abtupfen, vom Knochen lösen und in mundgerechte Stücke schneiden. Zwiebeln abziehen und in Würfel schneiden. Möhren schälen, waschen, abtropfen lassen und in Scheiben schneiden. Butter in einem ausreichend großen Topf erhitzen und die Zwiebelwürfelchen darin 3-4 Minuten glasig anschwitzen.

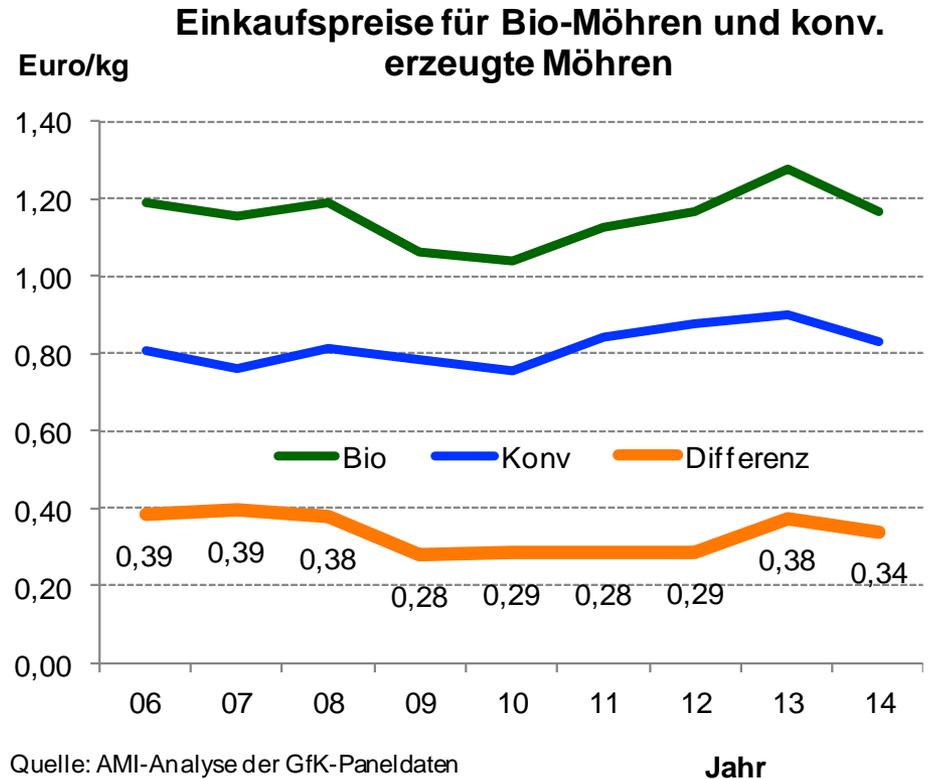
Dann die Möhrenscheiben dazu geben und weitere 8-10 Minuten anschwitzen. Dabei mit etwas Salz und Pfeffer würzen. Mit Brühe aufgießen, langsam zum Kochen bringen

Zutaten für 4 Personen:

- 700 g Nackenkotelett
- 3 Speisewiebeln
- 800 g BIO Möhren
- etwas MILFINA® Butter
- 1 l LE GUSTO® Klare Brühen im Glas, Sorte: Gemüse oder Rind

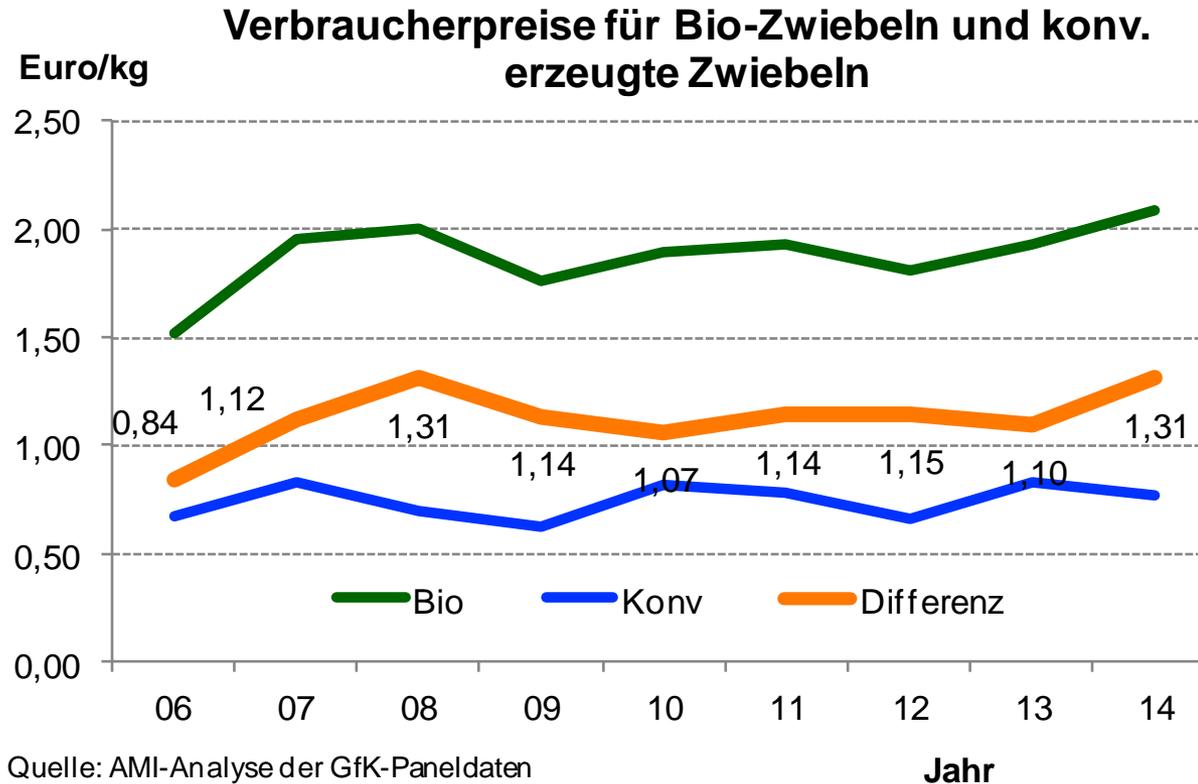
MÖHREN

Preise Bio gegenüber konventionell



ZWIEBELN

Preise Bio gegenüber konventionell



MÖHREN

Kennzeichnung des Marktes



- Hoher Discountanteil
2014: 63% der Bio-Möhren werden in Discountern gekauft
- Vermarkter sind überwiegend auch konventionelle Betriebe (mit eigenen Bio-Linien)
- Produkt ist zum großen Teil standardisiert (1kg-Beutel).
- Möhren werden von einem Teil der Discounter zentral eingekauft, die Preise werden für mehrere Wochen/Monate im voraus festgelegt.
- Relativ hohe Markttransparenz.
- Eine enge Relation des Bio-Möhrenpreises zum Preis für konventionelle Möhren wird unterstellt.
- Vergleichsweise geringen Aufpreis für das Bio-Produkt.
- Ganzjährige Warenverfügbarkeit.
- Gute Haltbarkeit des Produktes.

Trends am Bio-Markt

Wie positioniert sich Gemüse?



Convenience



Regionalisierung Regionalkonzepte



Vegetarisch Vegan

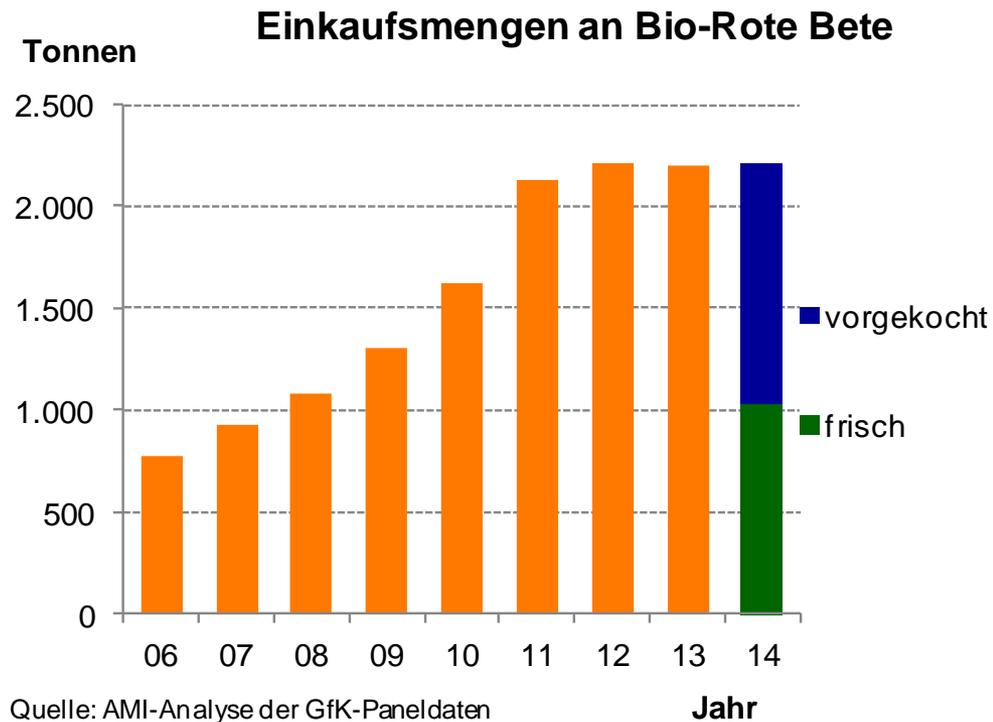


ROTE BETE

Aspekt Convenience



Geschält, vorgekocht,
vakuumpverpackt



frisch

FRUCHTGEMÜSE

Aspekt Regionalität - Regionalkonzepte



- Neue große Anlagen sind in die Produktion gegangen (Westhof, Reichenau)
- Regionalkonzepte erfolgreich



Unsere Heimat – echt & gut
Bio-Gurken aus Deutschland,
Klasse II, Stück



FRUCHTGEMÜSE

Aspekt Regionalität - Regionalkonzepte



Unsere Heimat – echt & gut
Bio-Gurken aus Deutschland,
Klasse II, Stück



Aspekt Regionalität – Regionalkonzepte



Produzentenseite

- Regionale Zusammenschlüsse
(z.B. Pilotprojekt zur Stärkung der Vermarktung regionaler Bio-Lebensmittel: Ost-Westfalen-Lippe (OWL) und Edeka Minden-Hannover)
- Erzeugerorganisationen
- Öko-Verbände
- Kleine
Produzentenzusammenschlüsse
- Einzelne Produzenten

Abnehmerseite

- Lebensmitteleinzelhandel
- Naturkostfachhandel
- Großhandel
- Hofladen
- Abo-Kisten



**Ziel: Absatz muss
gesichert sein!**

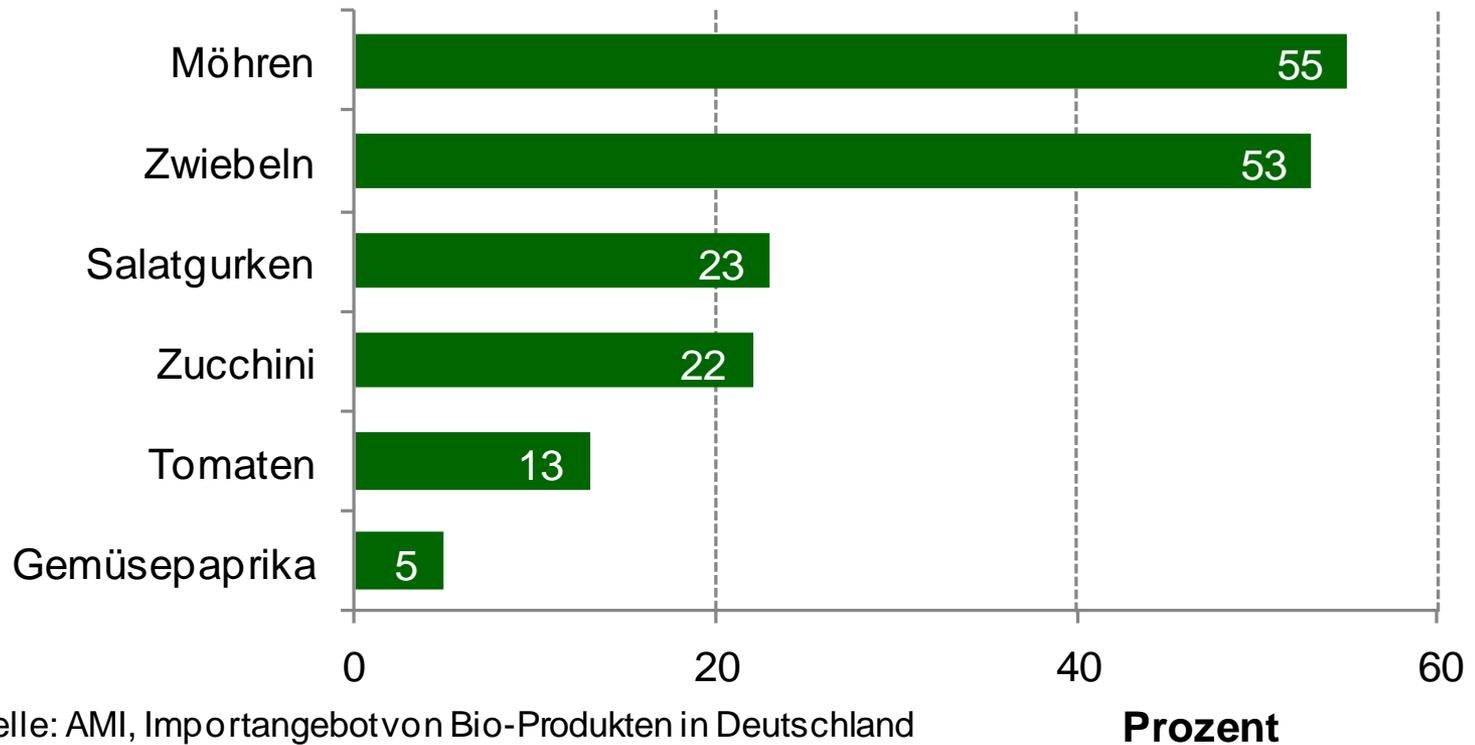


**Selbstversorgungsgrad
erhöhen**

Selbstversorgungsgrade bei Bio-Gemüse



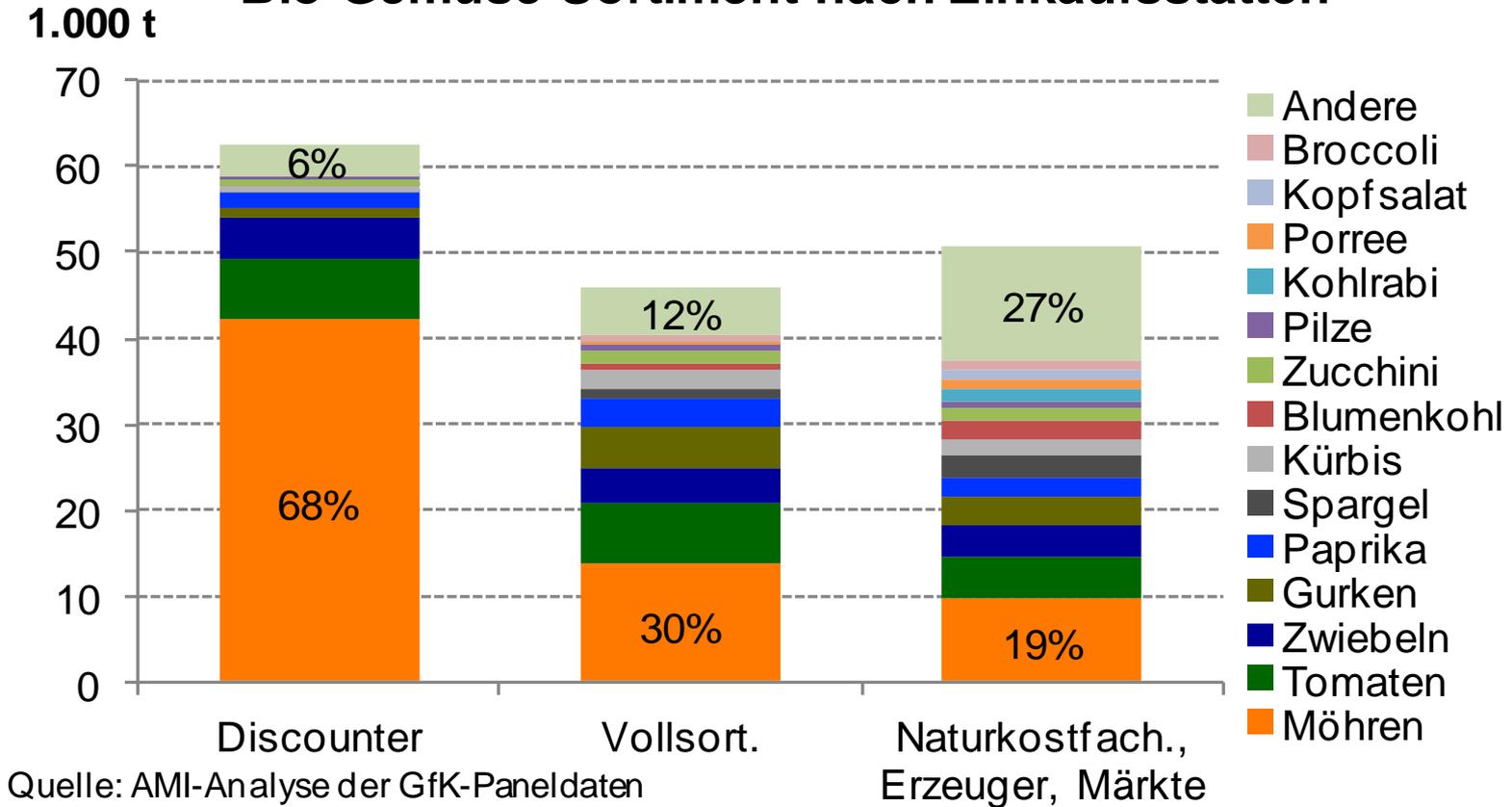
Selbstversorgungsgrade bei Bio-Gemüsen 2013/14



Sortimente nach Einkaufsstätten



Bio-Gemüse-Sortiment nach Einkaufsstätten



Sortimente nach Einkaufsstätten



Naturkostfachhandel



Vollsortimenter im
Lebensmitteleinzelhandel

Zusammenfassung



- Bio-Anbaufläche ist stabil bis ganz leicht ansteigend.
- Bio-Gemüsemarkt zeigt bisher Wachstumsraten für nahezu alle Produkte.
- Auch da, wo aktuell kein Wachstum mehr zu verzeichnen ist, (z.B. Möhren) ist der Wunsch der Vermarkter nach mehr deutscher Ware groß – Preisspielraum begrenzt!
- Nachfrage nach regionaler Ware groß – Absatz muss gesichert sein!
- Absatz am Bio-Gemüsemarkt bietet hinsichtlich seiner Produktvielfalt und der unterschiedlichen Absatzwege vielfältige Möglichkeiten.
- Discounter bieten die Chance auf den Absatz großer Mengen, z.B. Möhren.
Vorteil: Es wird eine große Fläche biologisch bewirtschaftet.
Gefahr: Der Preisdruck kann extrem sein! Produktionsprozesse müssen optimiert sein, um konkurrenzfähig zu sein! Marktmechanismen für Massenware gelten auch für Bio: hohe Konkurrenz, wenig Individualität.
- Traditioneller Einzelhandel unterstützt Regionalprojekte. Schafft es aber auch, mal große Mengen über Werbeaktionen wegzudrücken. Ware wird dem Verbraucher meist vorverpackt angeboten.
- Naturkostfachhandel ist ein stabiles bis leicht steigendes Segment für eine breite Produktgruppe, Ware wird im oberen Preisbereich gehandelt. Rasante Mengensteigerungen für ein Produkt nicht zu erwarten. 2014 recht deutlich steigendes Segment.

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.**

AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH
Dreizehnmorgenweg 10
53175 Bonn
www.ami-informiert.de

Die Agrarmarkt Informations-Gesellschaft erstellt unabhängig und übergreifend
aktuelle Fakten und Analysen für das gesamte Agribusiness.



natürlich informiert.

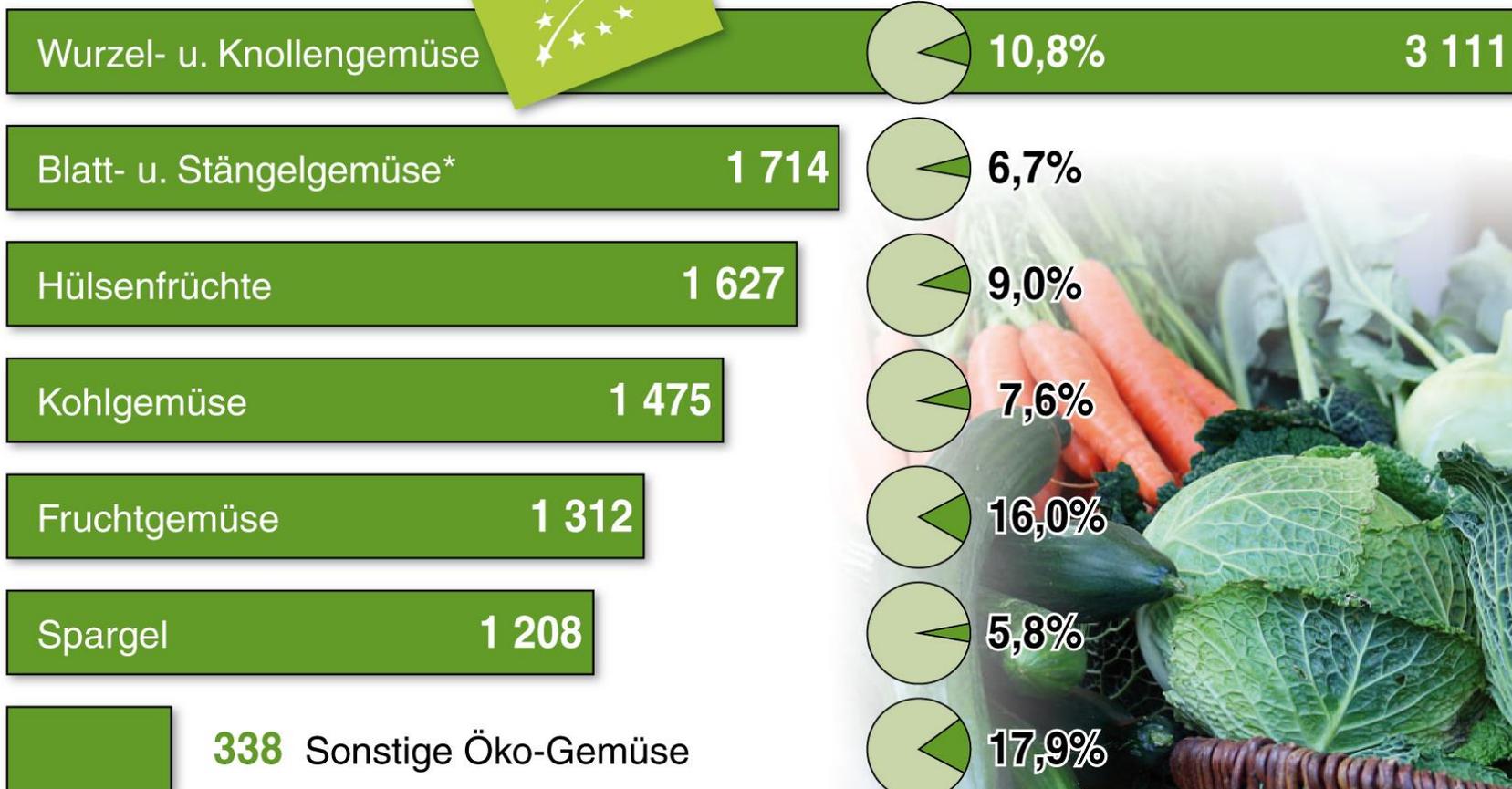
Anbau von Öko-Gemüse im Freiland 2013

AMI

in Deutschland

Öko-Anbaufläche in ha

Öko-Anteil an der jeweiligen
Freilandgemüsefläche



© AMI 2014/F-378 | AMI-informiert.de

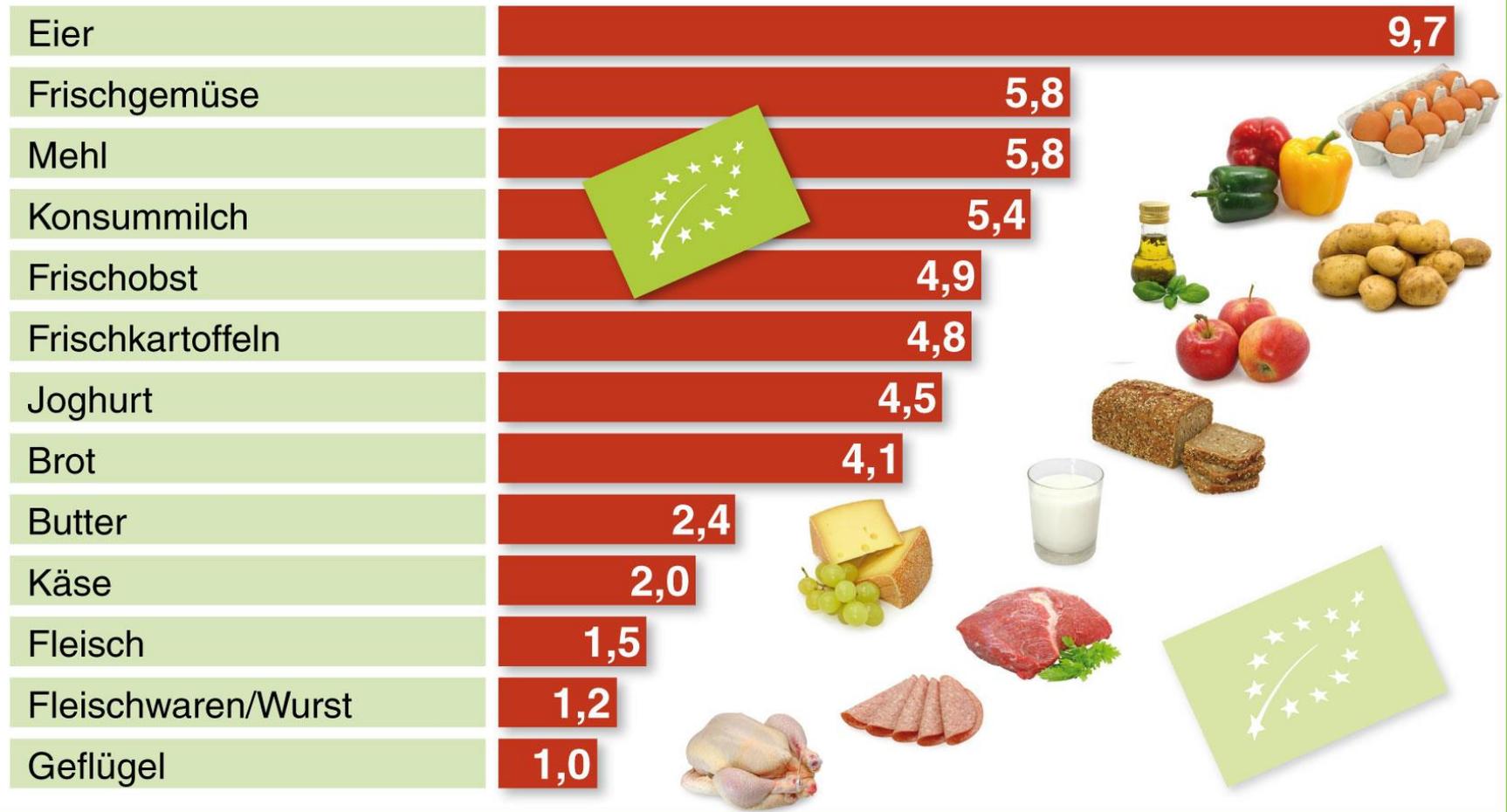
*ohne Spargel

Quelle: Statistisches Bundesamt

Ökoprodukte: Nachfrage privater Haushalte 2014

AMI

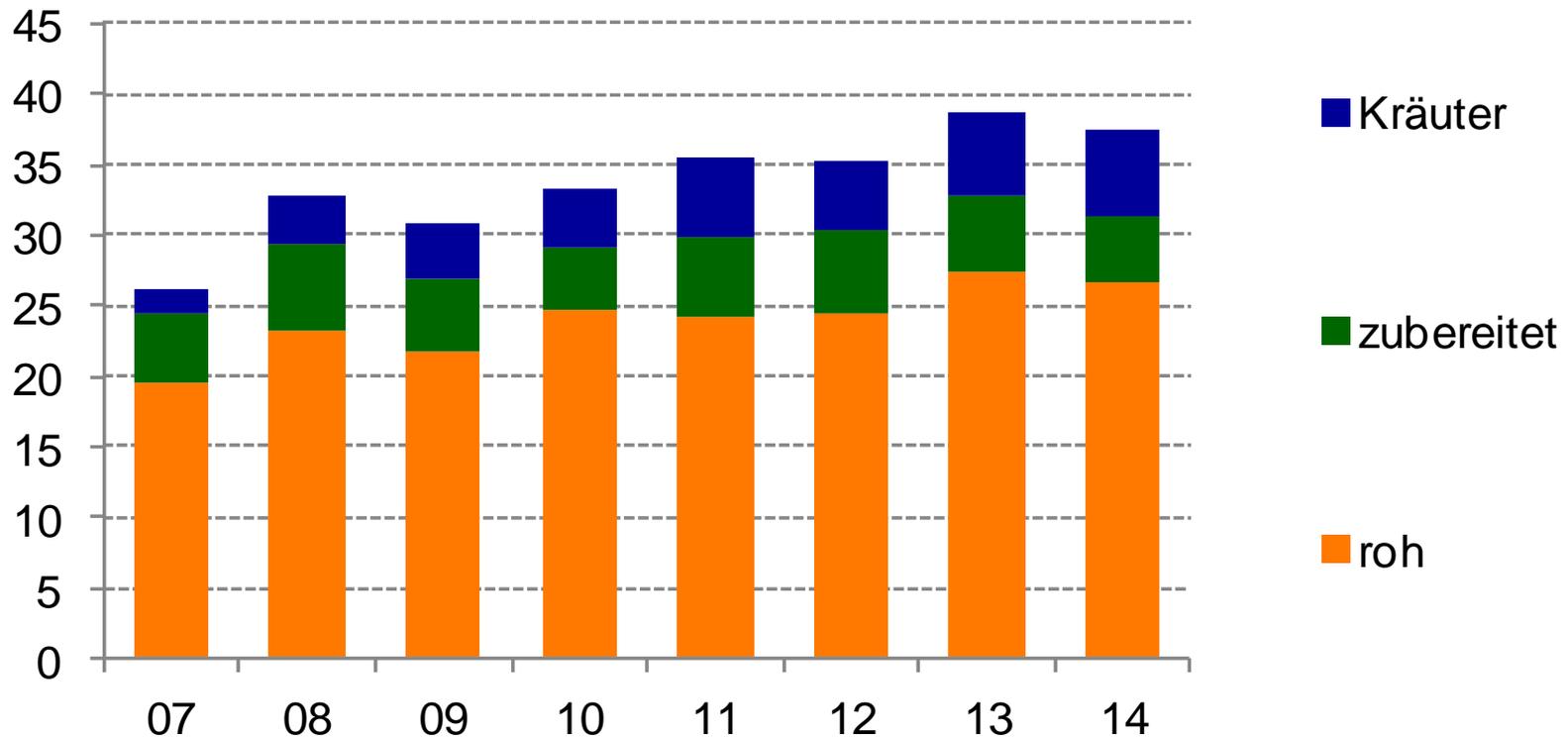
Anteil der Einkaufsmenge von Produkten aus ökologischer Erzeugung
Deutschland, in Prozent



Verbrauch verarbeitetes Bio-Gemüse



Mio. Euro Ausgaben für Tiefkühlgemüse



Quelle: AMI-Analyse der GfK-Paneldaten