



-- Policy Paper --

Nachhaltige Metropolenregion - Entwicklung einer nachhaltigen Land- und Ernährungswirtschaft am Beispiel des Großraums Berlin- Brandenburg

Erstellt von:

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) gGmbH
Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin
Tel.: +49 30 884594-0, Fax: +49 30 8825439
E-Mail: gerd.scholl@ioew.de
<http://www.ioew.de>

Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau
Berlin-Brandenburg (FÖL) e.V.
Marienstraße 19-20, 10117 Berlin
Tel.: +49 30 28482440, Fax: +49 30 28482448
E-Mail: m.wimmer@foel.de
<http://www.foel.info>

Gefördert vom Bundesministerium
für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau

Dieses Dokument ist über <http://forschung.oekolandbau.de> verfügbar.



Die inhaltliche Verantwortung für den vorliegenden Abschlussbericht inkl. aller erarbeiteten Ergebnisse und der daraus abgeleiteten Schlussfolgerungen liegt beim Autor / der Autorin / dem Autorenteam.
Bis zum formellen Abschluss des Projektes in der Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau können sich noch Änderungen ergeben.



Nachhaltige Metropolenregion

Entwicklung einer nachhaltigen Land- und Ernährungswirtschaft am Beispiel des Großraums Berlin-Brandenburg

Policy Paper

Gerd Scholl (IÖW)

unter Mitarbeit von Amelie Nowak (IÖW), Lasse Schulz (IÖW),
Michael Wimmer (FÖL), Sibylle Lösch (FÖL)

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) gGmbH

Potsdamer Str. 105
10785 Berlin
Tel. 030-884594-0
Fax 030-8825439
E-Mail gerd.scholl@ioew.de
www.ioew.de

in Kooperation mit

Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) e.V.

Marienstraße 19-20
10117 Berlin
Tel. 030- 28482440
Fax 030- 28482448
E-Mail m.wimmer@foel.de
www.foel.info



Mit uns Bio erleben

Gefördert vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau

Förderkennzeichen: 04OE046

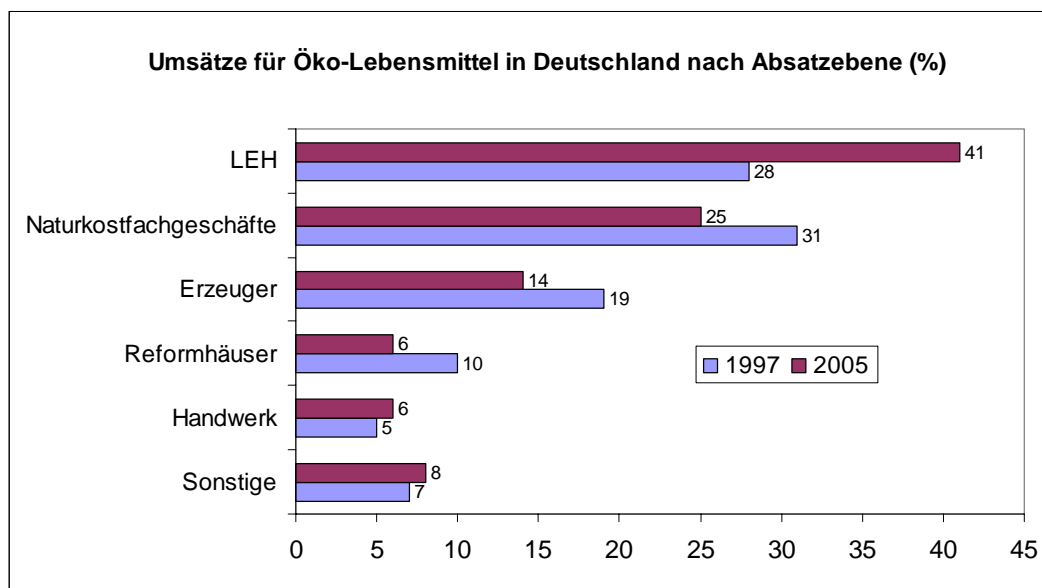
Berlin, April 2007

In diesem Papier werden Stand und Entwicklungsperspektiven der ökologischen Land- und Ernährungswirtschaft in der Metropolenregion Berlin-Brandenburg – vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung des Bio-Marktes – skizziert. Die wesentlichen Strukturmerkmale der regionalen Bio-Branche werden beschrieben und Handlungsempfehlungen für politische Entscheidungsträger formuliert.

Einführung

Der Bio-Markt boomt. Nachdem in den Jahren 2004 und 2005 bereits zweistellige Zuwachsraten im Markt für Bio-Lebensmittel erzielt wurden, stieg der Umsatz in 2006 abermals zweistellig um 15 Prozent. Erreicht wurde ein Marktvolumen von rund 4,5 Milliarden Euro, was einem Anteil am Gesamtlebensmittelmarkt von rund drei Prozent entspricht.

Von diesem Wachstum hat der konventionelle Lebensmitteleinzelhandel (LEH) stärker profitieren können als die Naturkostfachgeschäfte. Der Trend zur Verschiebung in konventionelle Absatzkanäle wird sich mit dem starken Bio-Engagement der Discounter und großer Vollsortimenter wie Edeka, Rewe oder Tengelmann fortsetzen. Gleichwohl wird der Fachhandel ein Grundpfeiler der Bio-Vermarktung bleiben.



Quelle: Prof. Dr. Ulrich Hamm, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing, Universität Kassel

Bio-Lebensmittel entwachsen damit zunehmend der Nische. Der Anteil von Personen, die angeben häufig Bio-Produkte einzukaufen, liegt laut „Ökobarometer 2007“ mittlerweile bei 21 Prozent der Bevölkerung. 56 Prozent der deutschen Verbraucher kaufen Bio-Ware immerhin noch gelegentlich. Während Ersthörer häufiger den Naturkostfachhandel aufsuchen, greifen die Gelegenheitskäufer eher im konventionellen Supermarkt zum Bio-Produkt.

Bio-Branche in Berlin-Brandenburg

Brandenburg nimmt mit 9,7 Prozent – dies entspricht 130.000 Hektar – bundesweit den Spitzenplatz hinsichtlich der ökologischen Anbaufläche ein. Die Veredelungs- und Verarbeitungsstrukturen in der Metropolenregion sind hingegen vergleichsweise schwach entwickelt: In Berlin und Brandenburg gibt es zusammen 197 reine Verarbeitungsbetriebe, was nur etwa einem Fünftel der Zahl bayerischer Öko-Verarbeiter entspricht. Hinzu kommt, dass die Bio-Verarbeitung in Ostdeutschland von relativ jungen, teils sehr kleinen und oftmals unterkapitalisierten Betrieben getragen wird.

	Öko-Betriebe insgesamt*	reine Erzeuger	Erzeuger mit Verarbeitung	reine Verarbeiter
Berlin	101	11	1	89
Brandenburg	720	545	67	108
Bayern	5.734	4.213	590	931
Deutschland	21.145	14.544	2.466	4.135

Quelle: ZMP 2006 (* ohne importierende und Futtermittel aufbereitende Betriebe und ohne reine Handelsunternehmen), Stand 31.12.2005

Gleichzeitig bietet der Berliner Ballungsraum, der einer der größten Bio-Märkte Europas ist, ein enormes **Absatzpotenzial**. Der Bio-Anteil ist bei zentralen Warengruppen in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen, was in 2006 zu erheblichen Marktvolumina geführt hat.¹

Bio-Absatz in Berlin-Brandenburg				
Warengruppen	Mengenanteil Bio (%)			Bio-Menge, absolut
	2004	2005	2006	2006
Eier	1,8	2,2	2,5	13,0 Mio.
Käse	1,1	1,4	1,3	749 t
Frischobst	1,0	1,2	2,0	5.303 t
Frischgemüse	1,8	2,2	2,6	4.797 t
Kartoffeln	2,9	3,0	3,3	3.801 t
Brot	2,1	2,8	3,0	4.001 t

Quelle: ZMP-Analyse 2007 auf Basis GfK-Haushaltspanel

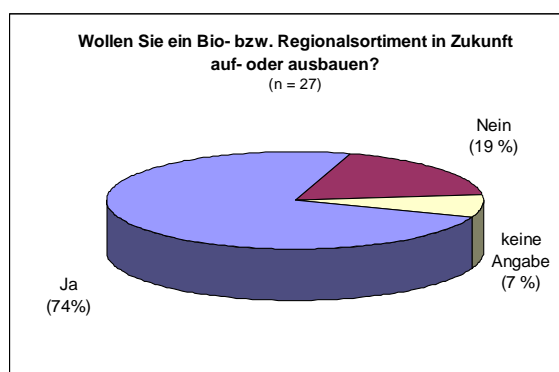
¹ Laut ZMP ist davon auszugehen, dass das GfK-Haushaltspanel den Biomarkt nur zu etwa 66 Prozent abdeckt. Zum einen, weil Fachhandelskunden unterrepräsentiert sind, zum anderen weil einige Bio-Einkäufe, z.B. bei Obst und Gemüse, nicht bewusst getätigt und von daher nicht angegeben werden. Der tatsächliche Absatz an Bioware dürfte die angegebenen Mengen also noch deutlich übersteigen.

Auf der **Handelsstufe** zeigen sich große strukturelle Unterschiede zwischen Berlin und Brandenburg. Die Hauptstadt verfügt über ein dichtes Netz von Naturkostläden und Bio-Supermärkten. Die Zahl großflächiger Standorte hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen und wird weiter wachsen. In Brandenburg erfolgt die Verteilung der Bio-Ware hingegen stärker via Direktvermarktung bzw. über den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel. Der Fachhandel ist hier deutlich unterrepräsentiert.

Einkaufsstätten des Naturkost-fachhandels	Berlin	Brandenburg	Gesamt
Bio-Höfe mit Direktvermarktung (Hofläden)	7	129	136
Abo-Kisten	3	19	22
Öko-Märkte	9	0	9
Wochenmärkte mit Bio-Anbietern	14	0	14
Lieferdienste	8	46	54
Reformhäuser	75	23	98
Feinkost	18	3	21
Bio-Bäckereien (Verkaufsstellen)	23	7	30
Bio-Fleischereien (Verkaufsstellen)	12	1	13
Naturkostgeschäfte	130	36	166
Bio-Supermärkte	25	0	25
Bio-Discounter	2	0	2
Eine-Welt-Laden	20	35	55

Quelle: FÖL (2006)

Von wachsendem Interesse für die regionale Bio-Vermarktung ist der **selbstständige Lebensmitteleinzelhandel (SEH)**. SEH-Märkte sind inhabergeführt, verfügen über ein Vollsortiment mit Frische-Schwerpunkt, legen viel Wert auf Kundennähe und können – neben dem Grundsortiment das sie von ihren Zentralen, vor allem Edeka und Rewe, erhalten – Ware direkt von freien Lieferanten beziehen. Nach einer Umfrage des IÖW (Scholl 2006) im SEH von Berlin-Brandenburg möchten knapp drei Viertel der befragten Märkte ihr Bio- bzw. Regionalsortiment zukünftig auf- bzw. ausbauen. In erster Linie soll der Obst- und Gemüsebereich erweitert werden, danach folgen das Trockensortiment sowie das Fleischprogramm in SB-Qualität.



Der regionale Naturkostfachhandel wird von vier **Großhandelsunternehmen** versorgt, von denen drei in der Region angesiedelt sind. Diese sind auf den Vertrieb von Bio-Lebensmitteln spezialisiert. Hinzu kommt ein weiterer Großhändler, der eine konventionelle und eine im Ausbau befindliche (regionale) Bio-Range führt. Dieses Unternehmen beliefert schwerpunktmäßig konventionelle Einzelhändler mit Bio-Sortiment.

Stand und Perspektiven der Bio-Branche in Berlin-Brandenburg

Obst, Gemüse, Kartoffeln

Regionales Obst und Gemüse wird in Brandenburg von 77 Betrieben auf insgesamt rund 2.100 Hektar erzeugt. Das Feldgemüse wird über den regionalen Bio-Großhandel bzw. Wochenmärkte, Abo-Kisten und Hofläden direkt in der Region vermarktet. Baumobst – überwiegend auf Streuobstflächen – steht nur in geringen Mengen zur Verfügung. Darüber hinaus werden kleinere Mengen Beerenobst in der Region angebaut.

In Brandenburg gibt es drei Kartoffel-Erzeuger, die zwischen 80 und 100 Prozent der von ihnen produzierten Bio-Speisekartoffeln an einen regionalen Großhändler vermarkten, der hauptsächlich den Berliner Naturkostfachhandel bedient. Weitere Erzeuger vermarkten geringere Mengen hauptsächlich via Ab-Hof-Verkauf oder an einzelne Großabnehmer.

Milch und Molkereiprodukte

Das Bio-Milchaufkommen in Brandenburg beträgt geschätzte 20 bis 23 Millionen Kilogramm pro Jahr. Aufgrund fehlender Bio-Verarbeitungskapazitäten kann ein Großteil dieser Menge nicht regional vermarktet werden.

Es gibt derzeit zwei Öko-Meiereien in Brandenburg, die zusammen ein Fünftel des Gesamtvolumens aufnehmen. Die Ökohof Brodowin Meierei ist ein Demeter-Betrieb, der pro Jahr zwei Millionen Liter Bio-Milch zu Milch, Butter, Quark, Schnittkäse und Mozzarella verarbeitet. Geplant ist eine Produktionserweiterung, nach der u. a. Jogurt, Sahne sowie Ziegenmilchprodukte hergestellt werden können. Der zweite Betrieb, die Hofmolkerei Münchehofe, die im Besitz der Gläsernen Meierei ist, erfasst jährlich 2,8 Millionen Liter Bio-Milch. Diese werden zu Frischmilch, Quark, Sahne, Jogurt und Schnittkäse weiterverarbeitet. Auch hier ist ein Erweiterungsbau in Planung.

Verbrauchsmenge (2005)	Pro-Kopf in D (kg)	Bio-Mengen-Anteil in D (%)	Bio-Pro-Kopf gesamt in Berlin (1.000 t)	Bio-Pro-Kopf gesamt in Brbg. (1.000 t)
Konsummilch	65,8	6,6	14.744	11.113

Quellen: www.milchindustrie.de, Michels/Bien (2007), Statistisches Bundesamt, eigene Berechnung

Ein Ausbau regionaler Veredelungsstufen scheint in diesem Bereich also ausgesprochen sinnvoll – insbesondere, wenn man sich vergegenwärtigt, dass allein bei Bio-Milch in der Metropolenregion fast 26 Millionen Kilogramm pro Jahr verzehrt werden. Probleme zeigen sich allerdings bei der Kapitalbeschaffung. Zudem muss das Produkt-Know-how deutlich verbessert werden, um im Wettbewerb mit den marktdominanten westdeutschen Molkereien – vor allem Molkerei Söbekke, die jährlich 42 Millionen Kilogramm Bio-Milch verarbeitet, und Andechser Molkerei – bestehen zu können.

Getreide

Beim Konsum- und Futtergetreide überwiegt ebenfalls der überregionale Absatz. Bei geschätzten 30.000 Hektar Getreidefläche in Brandenburg und einem Ertrag von 20 bis 30 Dezitonnen pro Hektar ergibt sich ein Bio-Getreidevolumen von zirka 75.000 Tonnen. Die Getreidemenge von geschätzten 3.000 Tonnen, die von allen Bio-Bäckern der Region jährlich verarbeitet wird – zum Vergleich: die Münchner Hopffisterei verarbeitet 8.200 Tonnen Bio-Getreide pro Jahr –, entspricht damit rein rechnerisch lediglich vier Prozent der insgesamt zur Verfügung stehenden Menge.

Große regionale Bio-Bäckereien	Jährlich verarbeitete Getreidemenge (t)	Jährlich produzierte Brotmenge (t)
Märkisches Landbrot	960	1.600
BioBackHaus	700	1.200
Beumer & Lutum	300 – 400	500 – 667*
Ufabäckerei	200	300 – 350
Summe	2.160 – 2.260	3.600 – 3.817

Quelle: Unternehmensangaben, eigene Berechnung; *geschätzt

Die von den 19 Bio-Bäckereien in der Region produzierte Brotmenge dürfte den Bedarf allerdings schon zu einem großen Teil abdecken. Nach GfK-Haushaltspanel, dessen Angaben allerdings nur eine Untergrenze für den tatsächlichen Verbrauch markieren, liegt für Berlin-Brandenburg der Bio-Absatz bei Brot nämlich bei 4.000 Tonnen pro Jahr (s. o.). Eine deutliche Erhöhung der regionalen Wertschöpfung bei Brot- und Backwaren wird sich also nur bei einer weiterhin positiven Marktentwicklung lohnen – wovon jedoch auszugehen ist.

Fleisch und Wurst

Auch bei Fleisch- und Wurstwaren fällt der regionale Vermarktungsanteil bislang niedrig aus, weil Schlachtungs-, Zerlegungs- und Verarbeitungskapazitäten fehlen. Im Jahre 2003 gab es in Brandenburg 402 Öko-Betriebe mit einem Viehbestand von 46.901 Tieren (ohne Geflügel). Die Rindfleisch-Erzeugung dominiert: Allein 75 Prozent des gesamten Viehbestandes sind Rinder, die von verbandsgelungenen Betrieben gehalten werden. Die Verbandsware wird vor allem über die Erzeugergemeinschaften Biopark-Marktgesellschaft, Biofleisch Nord-Ost sowie die Naturland-Marktgesellschaft erfasst und meist überregional vermarktet.

Die Schlachtung der Brandenburger Bio-Tiere erfolgt heute noch überwiegend in konventionellen Schlachtstätten. Von den Schlachthöfen wird die Ware an Zerlege- und Verarbeitungsbetriebe, u. a. Ludwigsluster Fleisch- und Wurstwaren, Bio-Fleischerei Feindura und ab Herbst 2007 Bio-Fleischerei Bollewick im Süden Mecklenburg-Vorpommerns, sowie an kleinere Lohnfleischereien geliefert.

Verbrauchsmenge (2005)	Pro-Kopf in D (kg)	Bio-Mengen-Anteil in D (%) *	Bio-Pro-Kopf gesamt in Berlin (t)	Bio-Pro-Kopf gesamt in Brbg. (t)
Rindfleisch	12,2	4	1.657	1.249

Quellen: BMELV, BLE (2005), Statistisches Bundesamt, eigene Berechnung; *gilt für 2003

Das aktuelle Vermarktungsvolumen für regionales Bio-Fleisch wird auf 150 bis 200 Tonnen pro Jahr geschätzt (Rock et al. 2006). Getragen wird dies in erster Linie von der Bio-Fleischerei Feindura. Im Vergleich allein zu der in der Metropolenregion verzehrten Menge an Öko-Rindfleisch von etwa 2.900 Tonnen wird deutlich, in welchem geringem Maße der Bedarf regional gedeckt wird bzw. welche Potenziale für eine Ausweitung regionaler Wertschöpfung bestehen.

Getränke und Säfte

Die Bio-Getränke-Produktion ist in der Metropolenregion von geringer Bedeutung. Einige landwirtschaftliche Betriebe bieten Säfte aus Eigenproduktion in Direktvermarktung an. Daneben gibt es Lohn-Mostereien mit Bio-Range, beispielsweise die auf Sanddorn-Produkte spezialisierten Betriebe „Süßmost & Weinkelerei Hohenseefeld GmbH“ sowie „Christine Berger GmbH & Co. KG“. Ein weiterer Getränkeanbieter ist das Unternehmen „A. Dohrn & A. Timm GmbH & Co. KG“ im Brandenburgischen Diedersdorf, das sowohl Eigenmarken als auch diverse Handelsmarken und Lizenzprodukte produziert. Die regionale Beschaffung hat einen hohen Stellenwert. So werden beispielsweise 70 Prozent der verarbeiteten Karotten von Brandenburger Erzeugern geliefert. Mit der Marke „Grünfink“ unterhält Dohrn & Timm zudem ein Sortiment von Bio-Obst- und Gemüsesäften (Apfel-Holunderbeer, Pflaume, Fliederbeer, Zitrone bzw. Karotte, Tomate, Sellerie, Rote Beete). Die dafür verwendete Rohware machte im Jahre 2004 zirka zehn Prozent der insgesamt bei Dohrn & Timm verarbeiteten Rohware aus.

Fazit

Der Überblick zeigt, dass Regionalvermarktung in nennenswertem Umfang bisher lediglich bei Saison Gemüse, Frischmilch und Getreide gelingt. Bei Molkereiprodukten sowie bei Fleisch und Wurstwaren sind die regionalen Wertschöpfungspotenziale bei Weitem nicht ausgeschöpft.

Was kann die Politik tun?

Die Chancen, die sich für das Land Brandenburg aus der derzeitigen Marktentwicklung und dem hohen Interesse an regionaler Ware am Berliner Markt ergeben, hat auch die Brandenburger Landesregierung erkannt. Sie hat im November 2006 beschlossen, einen Teil der vorgesehenen Mittelkürzung im Ökolandbau zurückzunehmen. Erzeugerbetriebe, die heute auf Bio umstellen, können jedoch aufgrund der Umstellungsfristen faktisch erst in zwei bis drei Jahren handelbare Bioware anbieten. Für eine rasche und spürbare Erhöhung des Anteils regionaler Ware am Berliner Markt müssen daher bestehende Bio-Betriebe für die Erzeugung gesuchter Produkte sowie neue Betriebe für weitergehende Veredelungsstufen gewonnen werden.

Das Brandenburger Landwirtschaftsministerium will zu diesem Zweck einen Landesaktionsplan entwickeln. Seine Umsetzung soll dazu beitragen, die Absatzchancen für „Bio made in Brandenburg“ konsequent für die Erhöhung der regionalen Wertschöpfung und damit die Erhaltung und Schaffung von Arbeitsplätzen in der Metropolenregion zu nutzen. Im Rahmen einer konzertierten Aktion aus Verwaltung, Verbänden, Beratungs- und Vermarktungsakteuren sollen existierende und neue Betriebe, die gezielt für den Bedarf des Berliner Marktes produzieren und verarbeiten wollen, motiviert und bei der Marktentwicklung und -erschließung unterstützt werden.

Eher kurzfristige Maßnahmen dafür sind u. a.:

- öffentliche Unterstützung der regionalen Bio-Branche,
- Erleichterung des Flächenerwerbs von treuhändisch verwalteten Flächen,
- unbürokratische und ressortübergreifende Begleitung bestehender Investitionsvorhaben, z.B. durch aktive Vermittlung zur Investitionsbank Brandenburg,
- Übernahme von Landesbürgschaften bei Investitionskrediten, da trotz überzeugender Konzepte oftmals die Kreditwürdigkeit mangels Sicherheiten von den Banken nicht anerkannt wird,
- Förderung von Maßnahmen zur Produktentwicklung und Qualitätssicherung, u. a. um den Know-how-Vorsprung westdeutscher Bio-Hersteller, etwa im Bereich der Molkereiprodukte, allmählich zu verringern.

Eher mittel- bis langfristige Maßnahmen dafür sind u. a.:

- Gewährung eines erhöhten Fördersatzes für Investitionen in die ökologische Tierhaltung von 35 Prozent im Gegensatz zu 30 Prozent bei konventioneller Tierhaltung,
- Gewährung eines erhöhten Fördersatzes bei Erstinvestitionen im Rahmen der Marktstrukturverbesserung von 30 Prozent beim Ökolandbau im Gegensatz zu 25 Prozent bei konventioneller Bewirtschaftung,
- Einrichtung eines revolvingierenden Fonds für die Gewährung zinsgünstiger Investitions-Darlehen für die Entwicklung der ökologischen Lebensmittel-

wirtschaft im Rahmen des ELER-Entwicklungsplans für Berlin-Brandenburg,

- Ausweitung der Beratungsmöglichkeiten für interessierte Öko-Betriebe.

Zur Verbesserung der Absatzbedingungen Brandenburger Bio-Produkte sind darüber hinaus folgende Maßnahmen sinnvoll:

- Interessierte Erzeuger, Verarbeitungsbetriebe oder Investoren müssen wissen, welche Erzeugnisse der Berliner Markt benötigt. Ein fundierter Marktüberblick ist gerade für Existenzgründer und Investoren eine wichtige Entscheidungshilfe und schafft Planungssicherheit für unternehmerisches Engagement. Daher sollten entsprechende Daten systematischer als bisher erhoben, aufbereitet und den Marktakteuren zur Verfügung gestellt werden.
- Andere Beispiele regionaler Bio-Vermarktung haben gezeigt, dass durch die Etablierung einer Regionalmarke und der dazu gehörigen Vermarktungsagentur die Zusammenarbeit verschiedener Akteure in der Wertschöpfungskette verbessert, der Abverkauf in den Einzelhandel erhöht und der Wiedererkennungswert beim Endverbraucher gesteigert werden kann. Das Land Brandenburg sollte daher derartige Bemühungen im Zuge des Ausbaus regionaler Produktions- und Verarbeitungskapazitäten mit entsprechenden Mitteln für die Konzeptentwicklung und -implementierung unterstützen. Dabei kann beispielsweise auf den vorliegenden Entwurf einer Dachmarke für Bio aus Berlin-Brandenburg aufgebaut werden.

Quellenverzeichnis

- BLE, Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2005): Marktinformationen zu Öko-Fleisch & -Fleischwaren/Wurst in Deutschland, Bonn (<http://www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/bestellformular/pdf/030505.pdf>)
- FÖL, Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (Hrsg.) (2006): Der Bio-Einkaufsführer für Berlin-Brandenburg 2006/2007, Berlin (http://www.bio-berlin-brandenburg.de/fileadmin/Bilder/Rubriken/Einkaufsfuehrer/EKF_2006_2007.pdf; 10.01.2007)
- Michels, Paul; Bien, Barbara (2007): Verbrauchertrend Bio. Aktuelle Entwicklungen der Verbrauchernachfrage in Deutschland, Bonn (http://www.zmp.de/mafo/downloads/BioFach150207_VInternet.pdf)
- Rock, Frieder; Wimmer, Michael; Lösch, Sibylle; Becker, Alexandra; Hellwig, Lina; Wannemacher, Daniela; Scheftelowitz, Mattes (2006): Untersuchung zu strukturellen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Vermarktung von Brandenburger Biofleisch und Entwicklung eines umsetzungsfähigen Konzeptes, Bericht, Berlin (http://www.foel.de/fileadmin/Bilder/Pressemitteilungen/Marktforschungsstudie_Biofleisch.pdf; 04.12.2006)
- Scholl, Gerd (2006) Nachhaltige Metropolenregion - Entwicklung einer nachhaltigen Land- und Ernährungswirtschaft am Beispiel des Großraums Berlin-Brandenburg. Auswertung einer Handelsbefragung. Bericht, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) gGmbH, Berlin (<http://orgprints.org/9298/>)
- ZMP (2006): Strukturdaten der nach der Verordnung (EWG) Nr.2092/91 des Rates vom 24. Juni 1991 wirtschaftenden Unternehmen in Deutschland nach Unternehmensformen sowie der bewirtschafteten Fläche, Stand 31.12.2005, Bonn (<http://www.zmp.de/oekomarkt/unternehmen.pdf>)

Weiterführende Informationen

- Hilbermann, Veronika u. a. (2006): Wohlstand hat viele Gesichter. Was bewirkt bio in der Region?, Berlin (http://www.regionaler-wohlstand.de/ausstellung_w/broschuere/pdf/broschuere.pdf)
- Nölting, Benjamin; Boeckmann, Tina (2005): Struktur der ökologischen Land- und Ernährungswirtschaft in Brandenburg und Berlin – Anknüpfungspunkte für eine nachhaltige Regionalentwicklung, discussion paper Nr. 18/05, Zentrum für Technik und Gesellschaft, Technische Universität Berlin, Berlin (http://www.ztg.tu-berlin.de/pdf/Nr_18_Noelting-Boeck.pdf)
- Rock, Frieder (2004): Infrastrukturentwicklung und Finanzierung von Biolandbau, -verarbeitung und -vermarktung in den neuen Ländern, Projektbericht für den Auftraggeber BMVBW / Bundesanstalt für Bauwesen und Raumordnung Bonn, Berlin (<http://www.fhochx.de/download/OekolnfrastrukturOstKurz.pdf>)

www.oekolandbau.de

www.bio-berlin-brandenburg.de