

U N I K A S S E L V E R S I T Ä T

Fachbereich
Ökologische Agrarwissenschaften

Fachgebiet
Agrar- und Lebensmittelmarketing

Steinstr. 19
D - 37213 Witzenhausen

Prof. Dr. Ulrich Hamm
Fone: +49- (0) 5542-98-1285
Fax: +49- (0) 5542-98-1286
e-mail: hamm@uni-kassel.de

Witzenhausen
18.11.2008

Vorhabensbeschreibung

Projektnummer 080E034

Marktanalyse für ökologische Aquakulturerzeugnisse

im Rahmen des

Bundesprogramms Ökologischer Landbau

Bekanntmachung Nr. 03/08/51 über die Durchführung von
Forschungs- und Entwicklungsprojekten (FuE-Projekten) für den Bereich Aquakultur
vom 25. März 2008

Themenschwerpunkt: 1.3 Ökonomische Analysen

1. Vorhabensbeschreibung

I. Ziele

Gesamtziel des Vorhabens

Zielsetzung des beantragten Projekts ist die Schaffung von Markttransparenz für den noch sehr kleinen, aber mittelfristig sehr stark expansionsfähigen Markt für ökologische Aquakulturprodukte aus deutscher Erzeugung. Über eine umfangreiche Marktstrukturanalyse entlang der gesamten Versorgungskette vom Handel über die Verarbeiter und Produzenten bis hin zu Futtermittellieferanten und Lieferanten von Zucht- bzw. Besatzfischen soll die Grundlage für eine valide Beurteilung der Marktsituation auf den einzelnen Marktstufen gelegt werden. Die Abschätzung der betriebswirtschaftlichen Konsequenzen der Umstellung der Karpfenerzeugung auf ökologische Wirtschaftsweise dient der Verbesserung der Entscheidungsgrundlage konventioneller Teichbewirtschafter.

Das Projekt soll allen Marktbeteiligten, einschließlich umstellungsinteressierten Betrieben, Informationen zur Verfügung stellen, die eine gezielte Planung von Produktion bzw. Einkauf und Absatz erleichtern. Gleichzeitig werden diese Informationen auch für Beratungseinrichtungen, für Verbände und Organisationen und nicht zuletzt für staatliche Entscheidungsträger interessant sein.

Bezug des Vorhabens zu förderpolitischen Zielen

Seit 2004 hat der Umsatz mit Öko-Lebensmitteln in Deutschland einen enormen Aufschwung verzeichnet und ist bis 2007 um mehr als 50% gestiegen. Inwiefern die deutschen Teichwirtschaften von dem allgemeinen „Bio-Boom“ in Deutschland profitieren konnten, ist unbekannt. Bei den Betreibern von konventionellen Teichwirtschaften scheint es jedoch viele Vorbehalte gegenüber einer Umstellung auf ökologische Produktion zu geben, wie Praktiker berichten. Probleme werden nicht nur in der Beschaffung von Futtermitteln, insbesondere für karnivore Arten wie Forellen, gesehen. Aus Anbietersicht bestehen zusätzlich Befürchtungen, dass eine unkoordinierte Umstellung von wenigen größeren Betrieben den kleinen volatilen Markt für Öko-Fisch schnell aus dem Gleichgewicht bringen könnte. Auf der Nachfrageseite wird hingegen von Händlern über eine mangelnde Versorgungslage vor allem aus heimischer Produktion geklagt. Angesichts der Präferenzen von Öko-Verbrauchern für regionale Produkte ist anzunehmen, dass ein erhebliches Marktpotential für Produkte aus der deutschen ökologischen Teichwirtschaft besteht.

Die Beschreibung der Strukturen und die Identifikation der Schwachstellen in der gesamten Wertschöpfungskette für ökologische Aquakulturerzeugnisse (einschließlich der Produktion, Verarbeitung und Handel) sind die Voraussetzung für die Entwicklung zielgerichteter Maßnahmen zur Förderung der Bedeutung der ökologischen Aquakultur in Deutschland durch die Akteure im Markt. Die gewonnenen Ergebnisse lassen somit einen wichtigen Beitrag zur besseren Erschließung des Marktpotentials für Öko-Fisch aus deutscher Erzeugung erwarten.

Wissenschaftliche und/oder technische Arbeitsziele des Vorhabens

Folgende Fragestellungen sollen im Rahmen der Analyse geklärt werden:

Wirtschaftlichkeit der Umstellung der Karpfenerzeugung: Welche wirtschaftlichen Konsequenzen hat die Umstellung der Karpfenerzeugung auf ökologische Wirtschaftsweise? (in sich abgeschlossenes Teilprojekt)

Marktstruktur: Wie viele Erzeuger, Verarbeiter und Händler von Produkten der deutschen ökologischen Teichwirtschaft gibt es wo? Welche Mengen werden jeweils in welcher Form angeboten? Welches sind die wichtigsten Bezugsquellen für Produktionsmittel und Rohwaren und woher stammen sie?

Marketingstrategien: Welche Marketingstrategien verfolgen die Marktakteure im Hinblick auf ihre Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik?

Marktverhalten: Welche Konzentrationsprozesse bzw. Tendenzen zur Marktbeherrschung gibt es auf den einzelnen Wirtschaftsstufen? Wo liegen Ungleichgewichte zwischen den Wirtschaftsstufen vor? Können diese Ungleichgewichte möglicherweise durch Kooperationen ausgeglichen werden?

Geschäftsbeziehungsqualität: Welche Anforderungen sind an Erzeuger und an Verarbeiter bzw. den Handel zur Verbesserung der Beziehungen zu stellen?

Die Beantwortung der aufgeworfenen praxisnahen Fragen wird die Informationsbasis für Entscheidungsträger der ökologischen Teichwirtschaft erhöhen. Einerseits werden den Betreibern von ökologischen Teichwirtschaften sowie umstellungsinteressierten Betriebsleitern fundierte Informationen zur Planung ihrer Produktion und des Absatzes an die Hand gegeben. Andererseits kann die höhere Markttransparenz zu verbesserten Möglichkeiten des Rohwarenbezugs von Verarbeitungs- und Handelsunternehmen beitragen. Aus den Ergebnissen abgeleitete Handlungsempfehlungen im Hinblick auf erfolgversprechende Marketingstrategien legen den Grundstein für eine Ausdehnung der ökologischen Aquakultur in Deutschland.

II. Stand der Wissenschaft und Technik; bisherige Arbeiten

Stand der Wissenschaft und Technik

Es gibt auf dem Gebiet der ökologischen Aquakultur erst wenige wissenschaftliche Veröffentlichungen. Dies dürfte vor allem daran liegen, dass die ökologische Aquakultur verglichen mit dem ökologischen Landbau erst eine sehr kurze Geschichte hat.

Die von der BLE finanzierte Studie von Teufel et al. (2004) beschreibt die Strukturen und die Probleme der ökologischen Fischproduktion und gibt damit einen guten ersten Überblick; allerdings dürften viele Angaben mittlerweile veraltet sein. Auch wenn die Zahl der ökologischen Aquakulturbetriebe eine zunehmende Tendenz aufweist, waren zumindest vor fünf Jahren Produktions- und Vermarktungsschwierigkeiten für das geringe Umstellungsinteresse konventioneller Fischwirtschaften verantwortlich. Teufel et al. (2004) hatten damals unter Betreibern ökologischer Teichwirtschaften eine hohe Unzufriedenheit mit ihrer ökonomischen Situation festgestellt. Als bedeutender Hinderungsgrund für die

Ausweitung der ökologischen Teichwirtschaft wurden in der Studie Schwierigkeiten bei der Etablierung geeigneter Vermarktungswege genannt. Kleine, unregelmäßig bereitgestellte Mengen und hohe Erzeugerpreise verhinderten demnach ein größeres Engagement des Handels für die Vermarktung ökologisch erzeugter Fische (Teufel et al. 2004). Ob dies auch heute noch der Fall ist, kann mangels neuerer Studien nicht geklärt werden. Nach wie vor, sind jedoch ökologische Fische aus deutscher Produktion nur vereinzelt im Naturkosthandel und kaum im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel zu finden.

Gleichzeitig weist die Nachfrage nach ökologisch erzeugtem Fisch seit Mitte der 90er Jahre weltweit erhebliche Zuwachsraten auf. Deutschland ist in Europa ein sehr großer, wenn nicht sogar der größte Absatzmarkt für Produkte der ökologischen Aquakultur. Bislang gibt es keine aktuellen veröffentlichten Studien zum Markt für Produkte der ökologischen Aquakultur in Deutschland. Aus Rohdaten der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die vom Antragsteller Universität Kassel im Rahmen des BÖL-Projektes „Dynamik des Kaufverhaltens im Bio-Sortiment“ (06OE246) ausgewertet werden, geht hervor, dass 2006 und 2007 lediglich 0,1% aller deutschen Verbraucher mindestens einmal pro Jahr Öko-Fisch gekauft haben. Der Marktanteil für Öko-Fisch lag 2007 noch unter 0,1% und ist damit so gering, dass eine weitere Aufschlüsselung der Einkäufe nach Fischarten nicht ausgewiesen wird.

Der deutsche Markt wird von Importware dominiert, Produkte aus deutscher Aquakultur haben bislang nur eine geringe Bedeutung (Teufel et al. 2004). Dies liegt einerseits an der natürlich vorgegebenen Produktpalette der deutschen Aquakultur, überwiegend Forelle und Karpfen, andererseits aber auch an dem geringen Anteil ökologisch bewirtschafteter Betriebe.

Die Situation auf dem jungen Markt für Produkte der ökologischen Teichwirtschaft scheint grundsätzlich mit der Situation vergleichbar, die zu Beginn der 1980er Jahre für Produkte der ökologischen Landwirtschaft allgemein galt (Böckenhoff et al. 1986, Hamm 1986). Auch für diese Produkte lagen damals keine Strukturdaten über Produktion und Verbrauch vor und die Zuwachsraten der Produktion reichten nicht aus, um die Nachfrage zu befriedigen. Böckenhoff und Hamm (1983) machten die mangelnde Markttransparenz und eine unzureichende Organisation der Vermarktung dafür verantwortlich, dass die damals vorhandenen Absatzmöglichkeiten für Öko-Lebensmittel nicht ausreichend durch deutsche Erzeuger genutzt wurden.

Neben der Marktstruktur ist in erheblichem Maß die Qualität der Beziehungen in der gesamten Wertschöpfungskette für die Entwicklung und das Funktionieren von Märkten von Bedeutung (Gerlach et al. 2004, Spiller et al. 2005). Aber auch hierzu gibt es keine Informationen aus dem Bereich der ökologischen Fischwirtschaft.

Bisherige Arbeiten des Anbieters

Am Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing (Prof. Dr. Ulrich Hamm) werden bereits seit vielen Jahren Marktanalysen zu einer Vielzahl an ökologischen Produkten erstellt. Im Rahmen eines EU-Forschungsprojektes wurden die Strukturen des Öko-Marktes in 19 europäischen Ländern erhoben und ein Marketing-Handbuch für landwirtschaftliche

Vermarktungsinitiativen erstellt (OMIaRD). Gegenstand eines weiteren EU-Forschungsprojektes war die Erhebung von Marktstatistiken zum Öko-Landbau und Erarbeitung von Empfehlungen zum Aufbau eines europäischen Marktinformationssystems für Öko-Produkte (EISfOM). Dr. Katrin Zander ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachgebiet und hat an den Universitäten Hannover und Kassel sowie der Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (jetzt vTI) zu verschiedenen betriebs- und marktwirtschaftlichen Fragen des Öko-Landbaus geforscht.

(1) Ausgewählte Projekte zum Thema

- EU-Forschungsprojekt „Organic marketing initiatives and rural development (OMIaRD“): Aufgabenbereiche: Erhebung der Strukturen des Öko-Marktes in 19 europäischen Ländern; Erstellung eines Marketing-Handbuches für landwirtschaftliche Vermarktungsinitiativen
- EU-Forschungsprojekt „European information system for organic markets (EISfOM“): Aufgabenbereiche: Erhebung der Marktstatistiken zum Öko-Landbau und Erarbeitung von Empfehlungen zum Aufbau eines europäischen Marktinformationssystems für Öko-Produkte
- BÖL-Projekt „Tiefenanalyse der realisierten Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln auf der Basis von Paneldaten (03OE274)“
- BÖL-Projekt „Dynamik des Kaufverhaltens im Bio-Sortiment (06OE246)“

(2) Ausgewählte Publikationen zum Thema

- HAMM, U. und GRONEFELD, F. (2004): The European market for organic food - revised and updated analysis. Organic marketing initiatives and rural development vol. 5, School of Management and Business, University of Wales, Aberystwyth/UK.
- HAMM, U., GRONEFELD, F. und HALPIN, D. (2002): Analysis of the European market for organic food. Organic marketing initiatives and rural development vol. 1, School of Management and Business, University of Wales, Aberystwyth/UK.
- SCHMID, O., HAMM, U., RICHTER, T. und DAHLKE, A. (2005): Marketing-Handbuch für landwirtschaftliche Vermarktungsinitiativen. Frick/Schweiz.

Der Unterauftragnehmer Dr. Helmut Wedekind ist Leiter des Instituts für Fischerei. Er führt seit 15 Jahren zahlreiche Forschungsvorhaben auf dem Gebiet der Fischwirtschaft durch. Dr. Martin Oberle und Dr. Reinhard Reiter haben neben zahlreichen produktionsorientierten Fragestellungen verschiedene Marktanalysen initiiert und betreut sowie betriebswirtschaftliche Fragestellungen bearbeitet.

(1) Ausgewählte Projekte

- Marketingkonzept „Aischgründer Karpfen“ (2002) in Zusammenarbeit mit der FH Weihenstephan
- Vermarktung des Aischgründer Karpfens in der regionalen Gastronomie (2003) in Zusammenarbeit mit der Universität Erlangen
- Akzeptanz von Karpfen bei unterschiedlichem Fettgehalt (2007/08) in Zusammenarbeit mit der FH Coburg
- Produktion von Forellen nach Vorgaben von Ökoverbänden (2006)

(2) Ausgewählte Publikationen

- OBERLE, M. und PROSKE, C. (2002): Markenschutz für Karpfen in Bayern – Voraussetzungen und Maßnahmen am Beispiel des „Aischgründer Karpfens“. In: Vielfalt auf dem Markt. Tagungsband eines Symposiums am 5.–6. November 2001 in Sulingen, Hrsg.: ZADI, Zentralstelle für Agrardokumentation und –information, Bonn, 17, 121-128.
- PETZOLD, M., PROFETA, A., OBERLE, M. und GERSCHAU, M. (2005): Der Herkunftsschutz für Fränkischen und Aischgründer Karpfen. In: Bay. Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten: Schule und Beratung 3-4, IV1–5.
- RAUDNER, E., OBERLE, M. und BÄTZING, W. (2005): Das „Fischküchenland“ Aischgrund – Der Karpfen als Motor für die Gastronomie einer ganzen Region. In: Bay. Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten: Schule und Beratung 2, IV-1–4.:

-
- PEREIRA DE AZAMBUJA und T., REITER, R. (2005): Produktion von Forellen nach Vorgaben von Ökoverbänden unter Gesichtspunkten der Wirtschaftlichkeit und Fleischqualität. *Fischer & Teichwirt* 56: 408–410 und *Aquakultur und Fischereiiinformationen AUF*. Heft 2: 3–7.
 - PEREIRA DE AZAMBUJA, T. und REITER, R. (2006): Produktion von Forellen nach Vorgaben von Ökoverbänden. *LfL-Schriftenreihe* 3/2006, Freising, 87 S.
 - WEDEKIND, H. (1997): Marktchancen von Produkten aus der Aquakultur. *Aquakultur in Schleswig-Holstein*, Tagungsschrift Deutsche Umwelt AG, Kiel.
 - WEDEKIND, H. (1998): Mit Fischzucht Geld verdienen? *Deutsche Landtechnische Zeitung (dlz)* 12: 92-96.
 - WEDEKIND, H.; HILGE, V. und STEFFENS, W. (2001): Present status, and social and economic significance of inland fisheries in Germany. *Fisheries Management and Ecology*, 8: 405-414.

III. Ausführliche Beschreibung des Arbeitsplans

Methodik und Erhebungsdesign

Das Forschungsvorhaben gliedert sich in mehrere Teilschritte.

1. Betriebswirtschaftliche Analyse zur ökologischen Karpfenerzeugung

Der erste Schritt besteht in der Analyse der betriebswirtschaftlichen Konsequenzen der Umstellung der Karpfenerzeugung auf ökologische Wirtschaftsweise in Form einer vergleichenden Deckungsbeitragsrechnung.

Aufbauend auf Kennzahlen zu den Deckungsbeiträgen der konventionellen Karpfenerzeugung werden Deckungsbeiträge der ökologischen Karpfenerzeugung berechnet. Grundlage sind Gespräche mit Experten (Vertreter der Anbauverbände und Erzeuger) um die kostenrelevanten Unterschiede zwischen den Produktionsmethoden zu beschreiben. Bedeutende Unterschiede dürften vor allem in den Futterkosten und in der Besatzdichte zu finden sein. Auf der anderen Seite ist zu erwarten, dass höhere Produktpreise realisiert werden können. Es ist vorgesehen mehrere Vergleichsrechnungen durchzuführen. Für die sächsischen Verhältnisse wird als Experte Dr. Füllner von der Sächsischen Landesanstalt hinzugezogen.

2. Marktüberblick Produkte der ökologischen Aquakultur in Deutschland

Parallel zum ersten Schritt erfolgt die Erarbeitung eines Überblicks über Art und Zahl der Akteure auf dem Markt für Produkte der ökologischen Aquakultur. Hierfür ist eine telefonische Befragung von Unternehmen und Experten der ökologischen Aquakultur zu

- Art, Zahl, Struktur, geographische Verteilung und Produktionsmengen der Aquakulturbetriebe in Deutschland mit ihren Distributionswegen (diese Befragung wird koordiniert mit der Befragung im Rahmen der Betriebszweigauswertung der Landwirtschaftsberatung Mecklenburg-Vorpommern/Schleswig-Holstein (LMS),
- Art, Zahl, Struktur, geographische Verteilung und abgenommene bzw. verarbeitete Mengen der unterschiedlichen Abnehmer (Verarbeiter, Händler),
- Art, Zahl, Struktur und geografische Verteilung der Lieferanten von Fischfuttermitteln und Zucht- und Besatzfischen

vorgesehen. In Anbetracht dessen, dass die Zahl der ökologischen Aquakulturbetriebe wie auch der Verarbeiter und Händler noch überschaubar ist, wird eine Vollerhebung angestrebt. Vorgesehen sind telefonische Befragungen.

3. Vertiefende Interviews

Mit ausgewählten Schlüsselunternehmen werden tiefer gehende qualitative Interviews zur weiteren Marktentwicklung und ihren Problembereichen geführt.

Über Befragungen von Erzeugern sollen Informationen über Produktionsumfang, Art der Verarbeitung im eigenen Betrieb, realisierte Absatzwege, Probleme verschiedener Absatzformen und Qualität der Geschäftsbeziehungen zur abnehmenden Seite zusammengestellt werden. Der Bereich der Vorleistungen wird ebenfalls berücksichtigt, da hier in der Vergangenheit Schwachstellen vor allem in der Fütterung beschrieben wurden (z.B. Pereira de Azambuja und Reiter 2006), die einen Einfluss auf den Markt der Endprodukte haben können.

Befragungen der abnehmenden Seite (Verarbeiter, Händler) sollen Antworten auf die Fragen nach der Struktur der Unternehmen, der verarbeiteten Menge an deutschem Fisch, Rohwarenbezug, Produktpalette, Produkt- und Serviceansprüche an die Lieferanten, Besonderheiten des Marketing der ökologischen Fischerzeugnisse, Probleme bei Rohwarenbezug und Absatz (auch unter Berücksichtigung der Qualität der Beziehung zu den Lieferanten und Abnehmern) geben.

Die Erhebungen bei 10 bis 15 Schlüsselunternehmen sollen die Bandbreite der Akteure in der Wertschöpfungskette abdecken, so dass eine umfangreiche Problembeschreibung erfolgen kann. Auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette sollen zukunftsweisende und für den Gesamtmarkt relevante Betriebe befragt werden. Dabei soll eine möglichst breite Palette an Produkten (z.B. verschiedene Fischarten, Filets oder ganze Fische, frisch oder geräuchert), Produktions- bzw. Verarbeitungsmethoden und Absatzwegen (direkte, indirekte) erfasst werden. Die endgültigen Kriterien werden zu Beginn der Projektlaufzeit in Absprache mit dem Projektbeirat und im Laufe der Erhebungen des ersten Untersuchungsschrittes aufgestellt werden. Die Auswahl der zu befragenden Unternehmen erfolgt nach Abschluss der Auswertungen des ersten Untersuchungsschrittes.

Die Befragungen sowohl der Erzeuger wie auch der Verarbeiter und Händler werden aus Kostengründen in Form von Telefoninterviews durchgeführt. Die Antworten der Interviewpartner werden in Hinblick auf die genannten Fragestellungen zusammenfassend ausgewertet und aufbereitet.

4. Fallstudie Österreich

Anders als in Deutschland hat die ökologische Aquakultur in Österreich eine wesentlich größere Bedeutung erlangt. Der Anteil der ökologisch bewirtschafteten Teichfläche an der gesamten Teichfläche liegt bei über 20% (ARGE Biofisch 2008). Parallel zu den beschriebenen Erhebungen in Deutschland sollen daher im Rahmen von Expertengesprächen und weiteren Recherchen Erfolgsfaktoren der Bio-Fischproduktion in Österreich herausgearbeitet werden, um Hinweise zu bekommen, aus welchen Erfahrungen die Marktakteure in Deutschland einen Nutzen ziehen können.

Projektbeirat

Die Arbeit wird durch einen 6 Personen umfassenden Projektbeirat begleitet werden. Dieser Projektbeirat setzt sich aus Vertretern der ökologischen Teichwirtschaft, der ökologischen

Anbauverbände, der Verarbeitung und des Handels zusammen. Die personelle Zusammensetzung des Projektbeirats ist wie folgt:

- Jörg Hiller, Landwirtschaftsberatung Mecklenburg-Vorpommern/Schleswig-Holstein GmbH, Neubrandenburg
- Dr. Gert Füllner, Fischereibehörde des Sächsischen Landesamts für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie, Königswartha
- Dr. Stefan Bergleither, Albert Altena, Naturland e.V., Gräfelfing
- Michael Bothstede, Bioland-Teichwirtschaft, Grambek
- Andreas Lippmann, Deutsche See, Bremerhaven
- Herwarth Leben, Naturkost Elkershausen, Göttingen.

Die Aufgabe des Projektbeirates besteht in der kritischen fachlichen Begleitung des gesamten Forschungsvorhabens. Zu Beginn der Projektlaufzeit werden in einem ersten Treffen die geplante Zusammenarbeit und die Vorgehensweise im Detail aufeinander abgestimmt. Gegen Ende des Projektzeitraumes wird ein zweites Treffen mit den Mitgliedern des Projektbeirates stattfinden, bei dem die Ergebnisse vorgestellt und diskutiert werden, um weitere Anregungen für die Erarbeitung von Schlussfolgerungen und Empfehlungen zu bekommen.

Vorhabensbezogene Ressourcenplanung

Arbeitsschritt	Material- und Mittelbedarf	Bearbeiter
Auftakttreffen (Monat 1)	Reisekosten	ALM, LfL, LMS
1. Treffen des Projektbeirates (Monat 2)	Reisekosten Aufwandsentschädigung Teilnehmer	ALM, LfL, Mitglieder Projektbeirat
Betriebswirtschaftliche Analyse (Monat 1 bis 3)	Personalkosten Telefonkosten	LfL
Erstellen einer Marktübersicht (Monat 1 bis 5)	Telefonkosten, 40 Interviews à 30 Minuten	ALM
2. Treffen der Projektbearbeiter (Monat 6)	Reisekosten	ALM, LfL, LMS
Vertiefende Interviews (Monat 5 bis 12)	Telefonkosten, 15 Interviews à 60 Minuten	ALM
Fallstudie Österreich (Monat 10 bis 14)	Telefonkosten, 10 Interviews à 60 Minuten	LfL
2. Treffen des Projektbeirats (Monat 15)	Reisekosten Aufwandsentschädigung Teilnehmer	ALM, LfL, Mitglieder Projektbeirat
Transfer: Abschlussbericht und Veröffentlichungen (Monat 16 bis 18)	Reisekosten	ALM und LfL

Anmerkung: Während der gesamten Laufzeit wird das Projekt von einem/r wissenschaftlichen Mitarbeiter/in an der Universität Kassel (ALM) durchgeführt, dieses ist daher im Personalbedarf nicht extra aufgeführt. Zusätzlich ist bei der LfL für die gesamte Projektlaufzeit ein/e Bearbeiter/in (0,33 Stelle) vorgesehen, die die Aufgaben der LfL erfüllt.

Wissenstransfer

Die Ergebnisse werden in einem Projektbericht aufbereitet und veröffentlicht (u.a. im Internetportal organic eprints). Zusätzlich ist die Veröffentlichung der Ergebnisse im Internetportal oekolandbau.de vorgesehen. Über dieses Informationsportal wird ein zielgruppenspezifischer Transfer (Erzeuger, Verarbeiter, Handel, Medien) der Projektergebnisse ermöglicht. Darüber hinaus sind Publikationen in Form von Beiträgen in verschiedenen wissenschaftlichen und praxisnahen Fachzeitschriften geplant. Bei der Verbreitung der Ergebnisse wird besonderer Wert auf Fachzeitschriften gelegt, die in konventionell wirtschaftenden Unternehmen der Aquakultur gelesen werden, um das Interesse dieser Unternehmen für die ökologische Wirtschaftsweise zu wecken bzw. zu erhöhen. Des Weiteren ist die Vorstellung der Ergebnisse auf wissenschaftlichen Tagungen, Öko-Landbau spezifischen Tagungen und auf allgemeinen Veranstaltungen der Teichwirtschaft vorgesehen.

Meilensteinplanung

Meilensteine im Vorhaben, die den erfolgreichen Abschluss eines zeitlich begrenzten Arbeitsschrittes kennzeichnen, sind (siehe auch Anhang 3, Balkenplan):

- M1 Erstes Treffen des Projektbeirats durchgeführt (Monat 2)
- M2 Betriebswirtschaftliche Analyse zur ökologischen Karpfenerzeugung abgeschlossen (Ende Monat 3)
- M3 Marktübersicht zur ökologischen Aquakulturerzeugung erstellt (Monat 5)
- M4 Vertiefende Interviews mit ausgewählten Schlüsselunternehmen aus allen Bereichen der Wertschöpfungskette ausgewertet (Monat 12)
- M5 Fallstudie Österreich abgeschlossen (Monat 14)
- M6 Zweites Treffen des Projektbeirates durchgeführt (Monat 15)
- M7 Transfer: Abschlussbericht erstellt und Veröffentlichung der Projektergebnisse in Fachzeitschriften erfolgt (Ende Monat 18)

IV. Verwertungsplan

Wirtschaftliche Erfolgsaussichten

Über den Markt für Produkte der ökologischen Aquakultur in Deutschland liegen bislang praktisch keine Untersuchungen vor. Es gibt somit keine Informationen über die Marktstrukturen und vor allem über die Hinderungsgründe für eine Marktausdehnung.

Die Verbesserung der Markttransparenz und die Kenntnis der Marktstrukturen sowie der Schwachstellen im Bereich der gesamten Wertschöpfungskette für deutsche ökologische Aquakulturprodukte ermöglicht es den Marktakteuren problemorientiert zu handeln. Schwachstellen in der Wertschöpfungskette können gezielt beseitigt werden, so dass die Voraussetzungen für die Erhöhung der Bedeutung ökologischer Aquakulturprodukte auf dem Markt geschaffen werden. Somit können die Ergebnisse dazu beitragen, das Wachstum des Marktes für deutschen Öko-Fisch und den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen im Öko-Markt zu sichern.

Wissenschaftliche und/oder technische Erfolgsaussichten

Wie oben erwähnt, gibt es keine aktuellen Studien über den Markt für ökologischen Fisch. Hier kann das geplante Vorhaben eine Forschungslücke schließen, in dem es Marktstrukturen und Marktverhalten analysiert, auf deren Basis Marktteilnehmer Marketingentscheidungen herbeiführen können. Da die meisten Marktbeteiligten sich von dem Projekt (und der Teilnahme an den Befragungen) eine Verbesserung ihrer Informationslage versprechen dürften, ist ein Eigeninteresse der zu befragenden Unternehmen anzunehmen. Die Erfolgsaussichten genügend Auskunftswillige zu finden werden deshalb als gut eingeschätzt.

Wissenschaftliche und wirtschaftliche Anschlussfähigkeit

Die Konzeption des beantragten Forschungsvorhabens verspricht über die enge Zusammenarbeit mit Praxispartnern im Projektbeirat und die vertiefenden Interviews mit Schlüsselunternehmen der gesamten Wertschöpfungskette eine hohe Praxisrelevanz. Theoretische Konzepte zur Bedeutung von Marketingstrategien oder der Geschäftsbeziehungsqualität gehen in die Leitfadententwicklung der vertiefenden Interviews sowie in die Analyse der Ergebnisse mit ein. Damit wird es möglich der Praxis Hinweise für innovative Konzepte an die Hand zu geben, um die Schwachstellen innerhalb der Wertschöpfungskette gezielt zu beseitigen.

Das vorliegende Vorhaben stellt für Unternehmen des Öko-Marktes eine Anregung und Vorlage dar, um die eigene Handlungsweise am Markt für Öko-Fisch zu überdenken und im Hinblick auf eine Ausweitung zu verbessern. Aufbauend können Untersuchungen spezifisch für das eigene Produkt und das entsprechende Kundensegment durchgeführt werden. Im Bereich Marktforschung bieten sich weitere Untersuchungen zu Konsumenteneinstellungen und –verhalten im Hinblick auf deutschen Öko-Fisch an.

V. Arbeitsteilung/Zusammenarbeit mit Dritten

Das Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing der Universität Kassel (ALM) ist verantwortlich für den gesamten Projektablauf, für die methodische Vorgehensweise, die Durchführung der Markterhebungen in Deutschland, die Datenauswertung, für die inhaltliche Gestaltung und Organisation der Projektbeiratstreffen sowie für die Abstimmung der Vorgehensweise mit der LMS im Zusammenhang mit den betriebswirtschaftlichen Erhebungen im Rahmen des Projekts („Durchführung einer vergleichenden Betriebszweigauswertung zwischen ökologisch und konventionell wirtschaftenden Aquakultur-Betrieben“).

Es ist eine enge Zusammenarbeit mit der LfL, Institut für Fischerei, über die Vergabe von Unteraufträgen vorgesehen. Die Aufgaben der LfL sind im Einzelnen:

- Sicherstellung der fachlichen Kompetenz auf allen Arbeitsstufen des Projektes;
- Zusammenstellung der Adressliste der Akteure im Bereich der ökologischen Aquakultur und Herstellung von Kontakten. Dies schließt sowohl die Fischerzeuger, Verarbeiter und Händler, aber auch Vorleistungsbetriebe wie Futtermittelhersteller und Fischbrüterzeuger sowie weitere Experten mit ein;

-
- Alleinige Verantwortlichkeit für die Durchführung der betriebswirtschaftlichen Analyse der Umstellung auf ökologische Karpfenerzeugung. Für die Datenerhebung in Sachsen wird mit Dr. Füllner von der Sächsischen Landesanstalt zusammengearbeitet;
 - Durchführung der Fallstudie Österreich;
 - Teilnahme an Projektbeiratstreffen und einem weiteren Treffen zwecks Koordination der Forschungsaktivitäten.

Die Durchführung der Erhebungen sowohl der Universität Kassel als auch der LfL erfolgt in Kooperation mit der LMS (Landwirtschaftsberatung Mecklenburg-Vorpommern/Schleswig-Holstein GmbH). Die LMS stellt Adressen und Telefonnummern von Betrieben in ihrem Zuständigkeitsbereich zur Verfügung. Die erste Erhebung, die der Erarbeitung der Marktübersicht dient, erfolgt in Absprache mit der LMS derart, dass am Ende der Befragungen in diesem Schritt die Klärung der Teilnahmebereitschaft an weiteren Befragungen zur Betriebszweiganalyse (LMS) und/oder an vertiefenden Interviews zur Marktanalyse (ALM) stehen. Befragungen bei Betriebsleitern, die sich bereit erklären an beiden vertiefenden Erhebungen teilzunehmen, werden inhaltlich aufeinander abgestimmt. Durch diese Vorgehensweise werden Überschneidungen und sich daraus möglicherweise ergebende Ermüdungserscheinungen vermieden.

VI. Notwendigkeit der Zuwendung

Für die Laufzeit des Projektes wird die Infrastruktur des durchführenden Fachgebietes für Agrar- und Lebensmittelmarketing ebenso wie die Arbeits- und Wissensleistung des Projektleiters bereitgestellt. Die darüber hinaus anfallenden kalkulierten Kosten können nicht vom Antragssteller getragen werden. Sie sind im Antrag auf Gewährung einer Bundeszuwendung auf Aufgabenbasis (AZA) aufgeschlüsselt und detailliert beschrieben.

Anhang 1: Tabellarischer Arbeitsplan

Arbeitsschritte	Zeitraum	Wer
Auftakttreffen, Projektbearbeiter	November 08	ALM, LfL, LMS
Erstes Treffen des Projektbeirats	Dezember 08	ALM, LfL, Mitglieder des Projektbeirats
Betriebswirtschaftliche Analyse zur ökologischen Karpfenerzeugung	November 08 bis Januar 09	LfL
a. Zusammenstellung von vorhandenen Kalkulationsunterlagen zur konventionellen Karpfenerzeugung	November 08	LfL
b. Durchführung der Erhebungen zur Untersuchung der betriebswirtschaftlichen Auswirkungen der Umstellung der Karpfenerzeugung auf ökologische Wirtschaftsweise	November/Dezember 08	
c. Durchführung der vergleichenden Berechnungen und Erstellung des Berichts	Dezember 08/ Januar 09	
Marktübersicht zur ökologischen Aquakulturerzeugung	November 08 bis März 09	ALM
a. Zusammenstellung der Adressen der Betriebe	November 08	LfL, LMS
b. Entwicklung des Fragebogens für alle Akteure am Markt für Produkte der ökologischen Aquakultur in Deutschland	November/Dezember 08	ALM, LfL
c. Telefonische Erhebung der Kennzahlen	Januar/Februar 09	ALM
d. Auswertung der Daten und Erstellen der Marktübersicht	Februar/März 09	ALM
Vertiefende Interviews mit ausgewählten Schlüsselunternehmen	März bis Oktober 09	ALM
a. Entwicklung des Leitfadens	März/April 09	ALM, LfL
b. Durchführung der Interviews	Mai bis Juli 09	ALM
c. Auswertung der erhobenen Daten	August bis Oktober 09	ALM
2. Treffen der Projektbearbeiter	April 09	ALM, LfL, LMS
Fallstudie Österreich	August/Dezember 09	LfL
a. Entwicklung eines Leitfadens	August 09	LfL, ALM
b. Durchführung der Erhebungen	September/Oktober 09	LfL
c. Aufbereitung der Ergebnisse der Fallstudie Österreich	November/Dezember 09	LfL
Zweites Treffen des Projektbeirates	Januar 10	ALM, LfL, Mitglieder des Projektbeirats
Transfer: Abschlussbericht und Veröffentlichung der Projektergebnisse in Fachzeitschriften	Februar bis April 10	ALM, LfL

ALM - Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing

LfL - Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft

LMS- Landwirtschaftsberatung M-V/S-H GmbH

Anhang 3: Meilensteine, Balkenplan

	2008		2009												2010			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	Nov	Dez	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mär	Apr
	Jahr 1												Jahr 2					
MS 1	1. Treffen des Projektbeirates																	
MS 2	Betriebswirtschaftliche Analyse zur ökol. Karpfenerzeugung abgeschlossen																	
	a. Zusammenstellung vorhandener Kalkulationsunterlagen																	
	b. Expertengespräche																	
	c. Durchführung vergleichender Berechnungen und Erstellung des Berichts																	
MS 3	Marktübersicht zur ökol. Aquakulturerzeugung erstellt																	
	a. Zusammenstellen der Adressen																	
	b. Entwicklung des Fragebogens																	
	c. Telefonische Erhebung der Kennzahlen																	
	d. Auswerten der Daten und Erstellen der Marktübersicht																	
MS 4	Vertiefende Interviews ausgewertet																	
	a. Entwicklung des Interviewleitfadens																	
	b. Durchführung der Interviews																	
	c. Auswertung der erhobenen Daten																	
MS 5	Fallstudie Österreich abgeschlossen																	
	a. Entwicklung eines Leitfadens																	
	b. Durchführung der Erhebungen																	
	c. Aufbereitung der Ergebnisse																	
MS 6															2. Treffen des Projektbeirates			
MS 7															Transfer			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18

Anhang 4: Literatur

ARGE BIOFISCH (2008): ARGE Biofisch: Wer sind wir? Internetquelle
http://www.biofisch.at/wer_sind_wir.htm. Zugriff am 07.05.2008.

BÖCKENHOFF, E. und HAMM, U. (1983): Perspektiven des Marktes für alternativ erzeugte Nahrungsmittel. Berichte über Landwirtschaft, (61)3:345-381.

BÖCKENHOFF, E., HAMM, U. und UMHAU, M. (1986) Analyse der Betriebs- und Produktionsstrukturen sowie der Naturalerträge im alternativen Landbau. Berichte über Landwirtschaft, (64)1:1-39.

GERLACH, S., KÖHLER, B., SPILLER, A. und WOCKEN, C. (2004): Supplier Relation Management im Agribusiness: Ein Konzept zur Messung der Geschäftsbeziehungsqualität. Diskussionsbeitrag 0406 des Institutes für Agrarökonomie der Universität Göttingen.

HAMM, U. (1986): Absatzbedingungen bei Produkten aus alternativer Erzeugung. Berichte über Landwirtschaft, (64)1:74-152.

PEREIRA DE AZAMBUJA, T. und REITER, R. (2006): Produktion von Forellen nach Vorgaben von Ökoverbänden. LfL-Schriftenreihe 3/2006, Freising, 87 S.

SPILLER, A., THEUVSEN, L., RECKE, G. und SCHULZE, B. (2005): Sicherstellung der Wertschöpfung in der Schweineerzeugung: Perspektiven des Nordwestdeutschen Modells. Göttingen.

TEUFEL, J., STAMER, A. und BERGLEITER, S. (2004): Ökologische Fischproduktion: Struktur, Entwicklung, Probleme, politischer Handlungsbedarf. Internetquelle:
<http://orgprints.org/4200/>