

## Ökologischer Gemüsebau in Deutschland: Strukturen und Entwicklungen

### Production of organic vegetable in Germany: Structures and Developments

I. Goy<sup>1</sup>, K. Maack<sup>2</sup> und H. Waibel<sup>3</sup>

**Keywords:** development of organic agriculture, business management, vegetable production

**Schlagwörter:** Entwicklung Ökolandbau, Betriebswirtschaft, Gemüsebau

#### Abstract:

*This paper gives an overview over German organic vegetable production. The aim is to describe the situation and to analyze development perspectives. A general description of actual trends is based on an expert survey: The experts emphasize that there is a broad spectrum of farm sizes and production portfolios. Expected general trends are growth in area and the specialization on fewer crops as well as the focus on few distribution channels. In this paper, these prognoses are compared with empirical data from a survey of 112 organic vegetable farms.*

#### Einleitung und Zielsetzung:

An der generellen Ausdehnung des ökologischen Landbaues in Deutschland in den letzten zehn Jahren hat auch der Gemüsebau partizipiert. Allerdings lassen sich bisher nur unzureichende quantitative Angaben über die aktuelle Situation und die zurückliegende Entwicklung machen (MAACK & GOY 2006, WENDT et al 2004). Amtliche Statistiken enthalten lediglich Informationen zur Entwicklung der ökologischen Produktionsfläche, nicht jedoch zur Anzahl und Struktur der Gemüsebaubetriebe. Bekannt ist lediglich, dass die Fläche, auf der Gemüsekulturen ökologisch produziert wurden, in der Zeit von 2001 bis 2004 um 400 ha auf insgesamt 8400 ha (ZMP 2005) angewachsen ist. Die hier vorgestellten Ergebnisse liefern auf der Grundlage einer Analyse von Sekundärdaten und einer eigenen empirischen Erhebung einen Beitrag zur Schließung dieser Informationslücke. Ziele der hier vorgestellten Untersuchungen<sup>4</sup> sind (1) die Beschreibung der aktuellen Situation des ökologischen Gemüsebaus in Deutschland sowie (2) die Analyse seiner Perspektiven.

#### Methoden:

Neben einer Literaturrecherche bildeten leitfadengestützte Interviews mit Vertretern des ökologischen Gartenbaus sowie der vor- und nachgelagerten Bereiche den ersten Schritt der Datenerhebung. In Experteninterviews wurde die zurückliegende Entwicklung, der Status quo und die Entwicklungsmöglichkeiten des ökologischen Gartenbaus in Deutschland thematisiert. Auf dieser Basis erfolgte eine bundesweite Befragung von Betriebsleitern ökologisch produzierender Gartenbaubetriebe. Dabei wurden Daten zur Einkommenssituation der Betriebe sowie relevante unternehmensexterne Daten zu Beschaffungs- und Absatzmärkten erhoben. Darüber hinaus wurden die Ziele der Betriebsleiter sowie deren Einschätzungen zu Chancen und Entwicklungs-

---

<sup>1</sup>Institut für Gartenbauökonomie, Zentrum für Betriebswirtschaft im Gartenbau e.V., Leibniz Universität Hannover, Königsworther Platz 1, 30167 Hannover, [goy@ifgb.uni-hannover.de](mailto:goy@ifgb.uni-hannover.de)

<sup>2</sup>Institut für Gartenbauökonomie, Leibniz Universität Hannover, Königsworther Platz 1, 30167 Hannover, Deutschland, [maack@ifgb.uni-hannover.de](mailto:maack@ifgb.uni-hannover.de)

<sup>3</sup>Institut für Gartenbauökonomie, Leibniz Universität Hannover, Königsworther Platz 1, 30167 Hannover, Deutschland, [waibel@ifgb.uni-hannover.de](mailto:waibel@ifgb.uni-hannover.de)

<sup>4</sup>Das Forschungsprojekt 03OE053 wird im Rahmen des Bundesprogramm ökologischer Landbau gefördert

hemnissen des eigenen Betriebes und des ökologischen Gartenbaus erfragt. Aus der Gesamtstichprobe von 204 Gartenbaubetrieben wurden 112 mittels der Klassifikation des Zentrum für Betriebswirtschaft im Gartenbau e.V. (ZBG 2005) als Gemüsebaubetriebe identifiziert und bilden die Stichprobe für die im Folgenden beschriebenen Analysen.

## **Ergebnisse und Diskussion:**

### Experteninterviews

Nach vorherrschender Expertenmeinung liegt im Gemüsebau aktuell eine breite Streuung der Betriebsgrößen vor. Für die nächsten Jahre erwarten die Experten insgesamt eine Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgröße. Als Ursache dieser Entwicklung wird u.a. der Versuch der Betriebe, über Flächenausweitungen die langfristigen Durchschnittskosten zu senken angegeben. Eng verknüpft mit der Entwicklung der Betriebsgrößen ist die Ausgestaltung und Diversifikation des Produktionsprogramms. Aufgrund des zunehmenden Kostendrucks erwarten die Experten eine zunehmende Spezialisierung. Darüber hinaus stellen Handel und verarbeitende Industrie zunehmend Ansprüche an Menge und Einheitlichkeit, die in der Regel nur von großen und spezialisierten Betrieben erfüllt werden können. Auch wenn die Notwendigkeit der Spezialisierung für die größeren Betriebe mit indirekter Vermarktung stärker ist, als für die kleinen direktvermarktenden Betriebe, werden auch diese ihr Produktionsprogramm einschränken müssen.

Die Betriebe unterscheiden sich sowohl im Grad der Differenzierung als auch in der Kombination ihrer Absatzwege zum Teil erheblich: Größere, in ihrem Produktionsprogramm höher spezialisierte Betriebe konzentrieren sich häufig auf einen oder wenige Absatzwege und beliefern in der Regel den Handel und die verarbeitende Industrie. Kleinere Betriebe mit breiter Produktpalette vermarkten vorwiegend direkt an den Endverbraucher oder kombinieren direkte und indirekte Absatzwege. Die Einschätzungen der Experten hinsichtlich der zu erwartenden Veränderungen im Absatz waren sehr unterschiedlich. Insgesamt wird erwartet, dass sich die Betriebe im Absatz der selbst erzeugten Produkte zunehmend auf wenige Absatzwege bzw. auf wenige Marktpartner konzentrieren werden.

Generell erwarten die Experten, dass der schon stattfindende Strukturwandel anhält und zu einer zunehmenden Polarisierung im ökologischen Gemüsebau führt. Dabei wird zwar auch weiterhin ein breites Spektrum von Betriebsausrichtungen und –größen vorliegen, insgesamt aber werden die Betriebe zwischen den Betriebstypen 'kleine Direktvermarkter mit breitem Produktangebot' und 'große, indirekt vermarktende Spezialisten' sich zunehmend in die eine oder andere Richtung entwickeln.

### Betriebsbefragung

Für die weitere Analyse wurden die 112 befragten Gemüsebaubetriebe anhand ihrer Absatzform mittels der Klassifikation des ZBG (ZBG 2005) in drei Gruppen unterteilt: Direkt absetzende (36% der Betriebe), indirekt absetzende (32%) und nicht spezialisierten Betrieben mit sowohl direktem als auch indirektem Absatz (32%). Von den Betrieben werden in der Regel mehrere Absatzkanäle bei der Vermarktung ihres selbst produzierten Gemüse angesprochen (Tabelle 1). Es zeigt sich, dass bei Betrieben mit einer Hauptabsatzform die Vermarktung über durchschnittlich etwas mehr als drei verschiedene Absatzwege weniger aufwändig ist als bei Betrieben ohne dominierende Absatzform.

Die befragten Gemüsebaubetriebe bewirtschaften insgesamt eine landwirtschaftliche Nutzfläche von 2057 ha, wovon 949 ha auf die Produktion von Gemüse entfallen. Die sich daraus ergebende durchschnittliche Betriebsgröße von 18,4 ha und die Produk-

tionsfläche für den Gemüsebau von 8,5 ha spiegeln die Verhältnisse allerdings nicht realistisch wider, da mehr als die Hälfte der Betriebe weniger als 5 ha landwirtschaftliche Nutzfläche und nur 9% mehr als 20 ha bewirtschaften. Bei einer Differenzierung nach der Absatzform (Tab. 1) zeigt sich, dass auch zwischen den Betrieben mit gleichem Absatzschwerpunkt Unterschiede bestehen. Diese sind erwartungsgemäß zwischen den Gruppen deutlicher: So handelt es sich bei den direkt vermarktenden Betrieben meist um kleine und bei den vorwiegend indirekt vermarktenden Betrieben eher um flächenstarke Betriebe.

Im Durchschnitt produzieren die befragten Gemüsebaubetriebe 27 verschiedene Kulturen im Freiland und 11 im Gewächshaus. Betriebe mit unterschiedlichem Absatzschwerpunkt unterscheiden sich am deutlichsten in der Gestaltung des Produktionsprogramms im Freiland. Die indirekt absetzenden Betriebe produzieren im Freiland durchschnittlich nur 16 und die direkt absetzenden Betriebe 30 Kulturen (Tab. 1).

Tab. 1: Größe, Breite des Produktionsprogramms und Anzahl der Absatzwege der befragten Gemüsebaubetriebe (n= 112).

		Landwirtsch. Nutzfläche/ Betrieb (ha)		Produktionsfläche Gemüse/ Betrieb (ha)		Anzahl der angebaute Kulturen/Betrieb				Anzahl der Absatzwege	
		Ø	Median	Ø	Median	Freiland		Gewächshaus		Ø	Median
						Ø	Median	Ø	Median		
Gemüsebaubetriebe	alle	18,4	8,0	8,5	3,2	27	25	11	10,5	3,5	4
	direkt absetzende	7,1	5,0	2,6	1,3	30	30	12	10	3,3	3
	indirekt absetzende	33,7	11,4	18,2	8,6	16	16	11	10	3,1	3
	direkt- und indirekt absetzende	15,6	12,8	6,8	5,1	32	28,5	11	11	4,3	5

Quelle: Eigene Erhebungen.

Die Betriebsleiter wurden auch hinsichtlich der von ihnen für die nächsten fünf Jahre geplanten Betriebsentwicklung befragt. Es zeigt sich, dass mehr als ein Drittel der Betriebe eine Ausweitung und nur wenige eine Verringerung der Gemüseanbaufläche plant. Eine Umsetzung dieser Planungen würde eine Steigerung der bestehenden Gemüsefläche von 31% bedeuten. Anders als die direkt absetzenden Betriebe, bei denen die Realisation der geplanten Veränderungen nur zu einem Wachstum der Flächen um 13% führen würde, planen die indirekt absetzenden Betriebe mit 33% und die Betriebe, bei denen keine Absatzform überwiegt, mit ebenfalls 33% umfangreiche Flächenerweiterungen. Veränderungen im Produktionsprogramm plant mehr als ein Drittel der Betriebe (Tab. 2): Entsprechen sich die Anteile der Betriebe, die die Anzahl der von ihnen angebaute Kulturen verringern bzw. ausweiten wollen bei den direkt absetzenden Betrieben und den Betrieben ohne Absatzschwerpunkt in etwa, so plant fast ein Drittel der indirekt absetzenden Betriebe eine Ausweitung und nur rund 17% eine Einschränkung des Kulturprogramms. Veränderungen in der Vermarktung planen eine Vielzahl von Betrieben. Dabei handelt es sich zum einen um Veränderungen im Umfang der Nutzung einzelner Vermarktungswege, zum anderen um die Differenzierung des Absatzes der eigenen Produkte auf verschiedene Absatzwege. Wie aus Tab. 2 ersichtlich ist, tendieren die Betriebe eher zur Konzentration ihres Absatzes, als zur Erschließung neuer Absatzwege. Besonders die Betriebe, die ihren Absatz derzeit sehr stark differenzieren, planen die Aufgabe einzelner Absatzwege.

Tab. 2: Planungen der befragten Gemüsebaubetriebe für die nächsten fünf Jahre (n= 112).

		Anteil der Betriebe (%), die in den nächsten 5 Jahren ...								
		... ihre Gemüseanbaufläche ...			... die Anzahl der angebaute Kulturen ...			... die Anzahl der Absatzwege...		
		erhöhen wollen	reduzieren wollen	beibehalten wollen	erhöhen wollen	reduzieren wollen	beibehalten wollen	erhöhen wollen	reduzieren wollen	beibehalten wollen
Gemüsebaubetriebe	alle	34,8	3,6	61,6	19,8	16,8	63,4	4,7	15,0	80,4
	direkt absetzende	25	2,5	72,5	12,8	17,9	69,2	5,0	15,0	80,0
	indirekt absetzende	36,1	2,8	61,1	31	17,2	51,7	3,1	3,1	93,8
	direkt- und indirekt absetzende	44,4	5,6	50,0	18,2	15,2	66,7	5,7	25,7	68,6

Quelle: Eigene Erhebungen.

### Schlussfolgerungen:

Das von den Experten beschriebene breite Spektrum von Betriebsausrichtungen und –größen zwischen den Betriebstypen 'kleine Direktvermarkter mit breitem Produktangebot' und 'große, indirekt vermarktende Spezialisten' konnte durch die Betriebsbefragung bestätigt werden. Durch die Befragung konnten die von den Experten prognostizierten Entwicklungen jedoch nur zum Teil belegt werden: Zwar zeigen die Betriebe die Tendenz zur Flächenausdehnung, die erwartete Entwicklung der Spezialisierung im Anbau lässt sich dagegen nicht nachweisen. Dabei überraschen insbesondere die Planungen der indirekt absetzenden Betriebe. Auch die erwartete Reduktion der Anzahl der Absatzwege lässt sich nicht erkennen. Um abschließende Aussagen über die geplanten Veränderungen im Absatz machen zu können, sind allerdings weitere Analysen notwendig. Hierzu müssen die Angaben der Betriebsleiter zu geplanten Mengenverschiebungen zwischen den einzelnen Absatzwegen und Marktpartnern ausgewertet werden.

### Literatur:

Maack K., Goy I. A. (2006): Der Markt für ökologisches Gemüse: Strukturen und Entwicklungen. Hrsg: Zentrum für Betriebswirtschaft im Gartenbau e.V., Hannover.

Wendt H., Madsen G., Rippin M., Engelhardt H., von Fiedler D., Thimm C., Wagener K. (2004): Maßnahmen und Ansatzpunkte zur Verbesserung der quantitativen Marktinformationen bei Öko-Produkten und Möglichkeiten ihrer Konkretisierung. Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau. <http://orgprints.org/4557/>, (Abruf: 23.11.2005).

ZBG (Zentrum für Betriebswirtschaft im Gartenbau e.V.) (2005): Kennzahlen für den Betriebsvergleich ökologisch wirtschaftender Gartenbaubetriebe, Hannover.

ZMP (Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle) (2005): Strukturdaten zum ökologischen Landbau nach Kulturen 2004. Download: <http://www.zmp.de/oekomarkt/strukturdaten.asp>, (Abruf: 10.11.2005).

Archived at <http://orgprints.org/9569/>