

Bundesweite repräsentative Erhebung und Analyse der verbreiteten Produktions- und Vermarktungssysteme im ökologischen Gartenbau

Ergebnisse der Experteninterviews

Iris Angela Goy

Zentrum für Betriebswirtschaft im Gartenbau e. V.¹
am Institut für Gartenbauökonomie der Universität Hannover
Königsworther Platz 1
30167 Hannover
Tel. 0511-762-5409 Fax. 0511-762-19245
E-Mail: zbg@ifgb.uni-hannover.de
<http://www.ifgb.uni-hannover.de/zbg>

Der Arbeitsbericht beinhaltet Ergebnisse des vom „Bundesprogramm Ökologischer Landbau“ geförderten Projektes „Bundesweite repräsentative Erhebung und Analyse der verbreiteten Produktions- und Vermarktungssysteme im ökologischen Gartenbau und Aufbau eines bundesweiten Praxis-Forschungs-Netzwerkes im ökologischen Gartenbau“.

Bei Verwendung von Zahlen aus diesem Werk wird um Angabe der Quelle gebeten.

Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung des Herausgebers zulässig. Die Erfordernis einer Erlaubnis gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

¹ Ehemals Arbeitskreis Betriebswirtschaft im Gartenbau e. V.

Arbeitsbericht November 2004

Bundesweite repräsentative Erhebung und Analyse der verbreiteten Produktions- und Vermarktungssysteme im ökologischen Gartenbau und Aufbau eines bundesweiten Praxis-Forschungs-Netzwerkes im ökologischen Gartenbau

1	Einleitung	4
2	Methodisches Vorgehen	4
3	Ergebnisse	6
4	Zusammenfassung	9
	Literatur	10
	ANHANG	11

1 Einleitung

Das Ziel des übergeordneten Forschungsprojekts ist eine umfassende Situationsanalyse des ökologischen Gartenbaus in Deutschland aus sozio-ökonomischer Perspektive. Für eine umfassende Beschreibung der Situation des ökologischen Gartenbaus in Deutschland reichen die bisher vorliegenden Daten nicht aus, da diese zum größten Teil nur in hoch aggregierter Form oder als Untersuchungsergebnisse zu speziellen Einzelfragen vorliegen. (z.B. Dabbert, 2000; Daljac, 2000; Forster und Lampkin, 1999; Jennerich, 1999; Offermann und Nieberg, 2000; Wendt et al., 1999; Zander und Waibel, 2000). Selbst in detaillierten Analysen zum ökologischen Landbau in Europa (z.B. Dabbert et al. 1999-2003) finden sich nur vereinzelt Daten zum ökologischen Gartenbau. Auch die im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau durchgeführten Forschungsprojekte zu ökonomischen und sozialen Fragen des ökologischen Gartenbaus erlauben nur wenig generalisierende Aussagen. Bei den bisher abgeschlossenen Projekten handelt es sich um Untersuchungen zu speziellen Einzelfragen bzw. zu einzelnen gartenbaulichen Sparten. Um eine detaillierte Beschreibung des ökologischen Gartenbaus vorzunehmen, sollen im Projektverlauf bundesweit 200 Gartenbaubetriebe besucht und befragt werden. Grundlage für die Befragung sollen zum einen eine Analyse der derzeit vorliegenden Literatur, zum anderen Experteneinschätzungen liefern. Im folgenden werden die Ergebnisse der Experteninterviews dargestellt. Es handelt sich dabei um abgeleitete Arbeitshypothesen, die durch die Daten der für 2004/2005 geplanten Betriebsbefragungen überprüft werden sollen. Es werden Aussagen der Experten zum Status Quo und zu den Entwicklungsmöglichkeiten des Sektors vorgestellt.

2 Methodisches Vorgehen

In den Monaten Dezember 2003 und Januar 2004 fanden erste vertiefende **Literaturanalysen** statt.

Die **Expertengespräche** mit 22 'key informants' des Sektors ökologischer Gartenbau und der ihm vor- und nachgelagerten Bereiche erfolgten von Februar bis Mai 2004. Durch die Gespräche wurden Hintergrundinformationen zur Ausgangssituation und zu möglichen Zukunftsperspektiven des ökologischen Gartenbaus zusammengetragen. Ziel der Auswertung der Interviews war die Erfassung und Analyse der zum Forschungsschwerpunkt vorliegenden Informationen sowie die Konkretisierung und Ergänzung der sich aus der Zielsetzung ergebenden Fragestellungen für die Gestaltung der Fragebögen für die Haupterhebung in den Gartenbaubetrieben. Bei den kontaktierten Experten handelte es sich um Vertreter von Forschungseinrichtungen (6), Erzeugerverbänden (3), Kontrollstellen (2), Handelsunternehmen (3), Betriebsmittelherstellern (2) sowie der verarbeitenden Industrie (3) und um drei im Bereich des ökologischen Gartenbaus tätige Berater.

Aufgrund des explorativen Charakters der Untersuchung wurde als Datenerhebungsmethode eine leitfadenorientierte offene Interviewform gewählt.

Es war anzunehmen, dass die Vertreter der unterschiedlichen Bereiche im Gespräch ihre Branche bzw. ihren Tätigkeitsbereich fokussieren würden und erst nach einer Gesprächsphase, die sich mit diesen beschäftigt, bereit sein würden, sich mit dem übergeordneten Thema auseinander zu setzen. Aus diesem Grund wurden die Gesprächsleitfäden² in zwei Teile untergliedert:

Der erste Teil des Interviewleitfadens richtet sich gezielt an eine der sieben Expertengruppen. Die Gesprächspartner erhielten so zu Beginn des Interviews Gelegenheit, die Spezifik der durch sie vertretenen Organisation sowie die Besonderheiten der übergeordneten Wirtschafts- bzw. Aufgabenbereiche darzustellen. Neben der zurückliegenden Entwicklung, dem aktuellen Entwicklungsstand und den Zukunftsperspektiven der jeweiligen Bereiche wurden deren Verknüpfungen mit dem ökologischen Gartenbau und die evtl. damit verbundenen Problematiken fokussiert. Weiterhin diente der erste Interviewteil dazu, gegebenenfalls den Begriff „ökologischer Gartenbau“ zu klären und ihn gegenüber der ökologischen Landwirtschaft abzugrenzen. Der erste Teil des Frageleitfadens für die Berater enthielt zusätzlich Fragen zu ihren Erfahrungen mit umstellungsinteressierten Betriebsleitern. Die Fragen zum Informationsverhalten der Betriebsleiter und zum Aufbau von Umstellungsberatungen sollten Erkenntnisse für die Schwerpunktstudie zu Informations- und Lernkosten einer Betriebsumstellung erbringen.

Der zweite Teil des Interviewleitfadens war für alle Experten gleich. Er enthielt Fragen zur vergangenen Entwicklung des ökologischen Gartenbaus, seinen Perspektiven und den möglichen Entwicklungshemmnissen.

Die Interviewleitfäden wurden so konzipiert, dass sie in beiden Teilen von der Einschätzung der zurückliegenden Entwicklung über die Bewertung der aktuellen Situation zu den erwarteten Zukunftsperspektiven führen. Bei der Ausgestaltung der Leitfäden wurde darauf geachtet, dass die Art der Fragestellungen einerseits eine zusammenfassende Auswertung aller Gespräche ermöglichen würde, andererseits die Bandbreite des Themas nicht von vornherein eingeschränkt.

Die Dauer der Expertengespräche lag zwischen 45 und 150 Minuten.

Die **Auswertung der Expertengespräche** fand z. T parallel zu den Interviews statt und endete im Juni 2004. Die Ergebnisse der Auswertung der Experteninterviews fanden Eingang in die Fragebögen, deren Erarbeitung im Juli 2004 begann.

² Beispielhaft für die verschiedenen Gesprächsleitfäden für die Expertengespräche ist der Leitfaden für die Vertreter der Anbauverbände im Anhang dargestellt.

3 Ergebnisse

Experteninterviews

Im Folgenden werden auszugsweise Ergebnisse der Experteninterviews dargestellt und auf die daraus resultierenden Fragebogenbestandteile hingewiesen. Zudem wird dargestellt, welche Erkenntnisse die Pretests hinsichtlich der besprochenen Fragebogenbestandteile erbrachten.

Vermarktung

Die Vermarktung ökologisch erzeugter Gartenbauprodukte erfolgt über eine Vielzahl von Absatzwegen. Dabei unterscheiden sich die Betriebe im Grad der Differenzierung und in der Kombination ihrer Absatzwege zum Teil erheblich: Größere, in ihrem Produktionsprogramm stark spezialisierte Betriebe konzentrieren sich häufig auf einen oder wenige Absatzwege; kleinere Betriebe mit breiter Produktpalette differenzieren ihren Absatz stärker und weisen die unterschiedlichsten Kombinationen der Absatzwege auf. Als für den ökologischen Gartenbau bedeutende Absatzwege identifizierten die Experten den Direktabsatz, den Naturkosthandel, Ökosupermärkte und -ketten, den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel und die verarbeitende Industrie.

Die Gesprächspartner bestätigten das Ergebnis der Literaturrecherche (siehe ZMP, 2003) und stellten den hohen Stellenwert des Direktabsatzes als Absatzkanal für den ökologischen Gartenbau heraus. Die Aktivitäten im Bereich des Direktabsatzes sind vielfältig: Neben Hofläden, Ab-Feld-Verkauf, Wochenmarktstände und Abo-Kisten zählen Liefertouren und Versand von Waren an Endverbraucher dazu. Der Direktabsatz sei in der Vergangenheit sehr wichtig für die Entwicklung des ökologischen Gartenbaus gewesen und wird sich nach Expertenmeinung auch zukünftig behaupten. Da er aber in der bisher bestehenden Form nur über ein geringes Wachstumspotential verfüge, werde er bei einer Ausweitung des Gesamtabsatzes im Vergleich zu anderen Absatzkanälen an Bedeutung verlieren. Dieser Entwicklung könnten allerdings neue Varianten der Direktvermarktung wie „shop-in-shop“- und Markthallen-Konzepte und die Übernahme von Bestückung und Pflege eigener Regale im konventionellen Lebensmittelhandel durch Produzenten entgegenwirken.

Die Experten beurteilen die Öffnung des konventionellen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) als wichtigen Einflussfaktor auf die zurückliegende Entwicklung der Produktion ökologischer Gartenbauprodukte und entsprechen damit den Aussagen von Dabbert et al. (2002). Sie erwarten eine weitere Zunahme des Absatzes von Frischeprodukten über diesen Vermarktungsweg. Problematisch für eine Ausweitung des Absatzes an den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel seien allerdings die Anforderungen an Menge, Qualität und Liefertermine. Die Vermarktung von Frischeprodukten aus gartenbaulicher Produktion über Discounter wird nach Expertenmeinung durch diese Punkte noch stärker behindert. Eine

Ausweitung des Absatzes deutscher Produkte über diesen Vermarktungskanal wird daher eher als unwahrscheinlich angesehen.

Ein Großteil der befragten Experten erwartet eine weitere Zunahme der Vermarktung von Obst und Gemüse an die verarbeitende Industrie. Zurückzuführen sei dieses auf eine verstärkte Nachfrage nach Frost- und Convenienceprodukten durch Endverbraucher und Großküchen. Ähnlich wie beim konventionellen Lebensmitteleinzelhandel sehen die Experten die Mengen- und Qualitätsanforderungen der verarbeitenden Industrie als problematisch für deutsche Produktionsbetriebe an. Sie halten es für vorstellbar, dass nur ein geringer Teil der deutschen Gartenbauunternehmen in der Lage sein wird, diese Anforderungen zu erfüllen und einer wachsenden Konkurrenz aus dem Ausland standzuhalten.

Die Entwicklung des Naturkostfachhandels beurteilen die Experten unterschiedlich. Die von Hamm et al. (2002) beschriebene große Bedeutung des Naturkostfachhandels am Absatz von Obst und Gemüse aus deutscher Produktion wird nach Meinung der meisten Experten auch in den nächsten Jahren bestehen. Sie erwarten aber eine Entwicklung weg von eher kleinen Naturkostläden, hin zu größeren und professionelleren Läden und besonders in Ballungsgebieten einen Zuwachs von Ökosupermärkten und -ketten.

Um die Aussagen der Experten zu validieren und die Vermarktungskonzepte der deutschen Gartenbauunternehmen, ihre zurückliegende Entwicklung und ihr zukünftiges Entwicklungspotential abbilden zu können, wurden die Frageblöcke 15, 16 und 17 in den Fragebogen aufgenommen. So wird durch den Fragebogenteil 15 erfasst, welche Anteile des Umsatzes und der Absatzmenge im Jahr 2004 auf die einzelnen Vermarktungswege entfielen. Weiterhin wird deutlich, wie sich die Zusammensetzung der Vermarktungswege durch die Umstellung und/oder in den letzten 5 Jahren entwickelt hat. Motive für die Wahl des Hauptvermarktungsweges sowie für eventuelle Aufgaben einzelner Vermarktungswege werden erfragt. Die Fragen 16.1 bis 16.5. dienen der genauen Erfassung aller Aktivitäten im Bereich der Direktvermarktung. Die Pretests haben bestätigt, dass einige Betriebe in diesem Bereich vielfältigste Aktivitäten zeigen, die eine sehr detaillierte Abfrage erforderlich machen. Durch den Fragebogenteil 17 wird erfasst, wie hoch der vertraglich gesicherte Umsatzanteil der Betriebe ist. Dabei werden Verträge mit dem Handel, institutionellen Verbrauchern und der verarbeitenden Industrie erfasst.

Strukturwandel

Auch für die Zukunft erwarten die Experten ein breites Spektrum an Gartenbauunternehmen, die sich in ihrer Größe, dem Grad der Spezialisierung ihres Produktionsprogramms sowie in ihren Vermarktungskonzepten unterscheiden. Sie sehen den ökologischen Gartenbau aktuell am Anfang eines umfassenden Strukturwandels, der ähnlich dem des konventionellen Sektors der letzten Jahre verlaufen wird. Sie gehen von einer fortschreitenden Spezialisierung der einzelnen Betriebe und einer Zunahme der Betriebsgrößen aus. Dabei

unterschieden die Interviewpartner in der Hauptsache zwei charakteristische Betriebstypen und deren Entwicklungsmöglichkeiten:

Betriebe mit indirektem Absatz werden verstärkt versuchen, ihre Produktion bei stark zunehmender Spezialisierung des Produktionsprogramms auszuweiten, um auf diese Weise von zunehmenden Skalenerträgen profitieren zu können. Nur eine effizientere und kostenbewusstere Produktion erhält den Betrieben auf einem zunehmend internationalen Markt mit geringem Preisniveau die Konkurrenzfähigkeit. Zudem können nur große, stark spezialisierte Betriebe die Mengen- und Qualitätsansprüche des Handels erfüllen. Ein Problem für diese Betriebe könnte nach Expertenmeinung das zu geringe Angebot an Pachtflächen in einigen Regionen sein.

Betriebe mit direktem Absatz werden weiterhin eher zu den kleineren Betrieben mit breiterem Produktionsprogramm zählen. Auch diese Betriebe werden allerdings zunehmend gezwungen sein, neue Wege in der Direktvermarktung zu bestreiten (s.o.) und sich verstärkt um eine starke Kundenbindung bemühen müssen, um der Konkurrenz des Handels standhalten zu können. Ökonomische Zwänge werden auch bei diesen Betrieben zu Einschränkungen im Anbauprogramm führen. Neben einem verstärkten Zukauf von Handelsware werden Absprachen und Kooperationen mit ähnlich strukturierten Betrieben in der Region die Einschränkungen der eigenen Produktpalette ausgleichen. Neben dem Bereich der Vermarktung werden die Betriebe auch beim Betriebsmittelzukauf und –einsatz aus Kostengründen zunehmend gezwungen sein miteinander zu kooperieren. In Übereinstimmung mit den Ergebnissen von Billmann et al. (2004) sehen die Experten eine zunehmende Notwendigkeit von horizontalen Kooperationen. Zudem erwarten die Experten das Auftreten neuartiger Kooperationsformen gerade zwischen kleineren Betrieben, die diesen Kosten- und Wettbewerbsvorteile sichern sollen.

Um die Betriebsentwicklungen abbilden zu können, werden zum einen zurückliegende Veränderungen hinsichtlich der Ausgestaltung des Produktionsprogramms und der genutzten Vermarktungswege erfasst (Fragebogen: 15 und 19). Zum anderen werden neben der aktuellen Situation auch die geplante Betriebsentwicklung und vom Betriebsleiter erwartete Entwicklungshemmnisse erfragt (Fragebogen: 18 und 19). Da horizontale Kooperationen von den Experten als wesentlich für die Entwicklung der Produktionsbetriebe eingestuft wurden, erfasst der Fragebogenteil 8 die derzeit bestehenden Kooperationen, der Fragebogenteil 18.3 die Kooperationspläne und- wünsche der Betriebsleiter.

Informationsangebot

Die Ergebnisse der Auswertungen der Erstinformationspakete und des bestehenden Internetangebots für umstellungsinteressierte Gärtner dienen vorrangig der **Vorbereitungen der Schwerpunktstudie** und werden daher an dieser Stelle nicht im Detail dargestellt. Im Anhang befinden sich tabellarische Übersichten über Themengebiete, zu denen die untersuchten Erstinformationspakete und das in die Untersuchung eingegangene Internetangebot Informationen anbieten. Unterschieden wurden dabei acht Themenbereiche.

4 Zusammenfassung

In der zurückliegenden Projektlaufzeit wurden alle geplanten Teilaufgaben erfolgreich bearbeitet. Es erfolgten zu Beginn des Projekts neben einer Literaturanalyse Expertengespräche mit Vertretern des Sektors ökologischer Gartenbau sowie der vor- und nachgelagerten Bereiche mit dem Ziel Hintergrundinformationen zur Ausgangssituation und zu möglichen Zukunftsperspektiven des ökologischen Gartenbaus zusammenzutragen. Die Ergebnisse dieser ersten Arbeitsschritte dienten als Basis für die Gestaltung der Fragebögen für die Datenerhebung in den Gartenbaubetrieben.

5 Literatur

Billmann B, Schorn W, Schaser J und D Schlüter (2004): Ökologischer Anbau von Zierpflanzen und –Baumschulerzeugnissen: Struktur, Entwicklung, Probleme, politischer Handlungsbedarf.-unveröffentlichtes Manuskript. Oldenburg

Dabbert S (2000) Anforderungen des ökologischen Landbaus an die Agrarökonomie: Hinweise für die gartenbauliche Forschung. In: Ökologischer Gartenbau. Arbeitsberichte zur Ökonomie im Gartenbau. Institut für Gartenbauökonomie der Universität Hannover, 83:1-10

Dabbert S, Häring AM und R Zanoli (2002) Politik für den Öko-Landbau. Stuttgart (Hohenheim)

Dabbert S, Lampkin N, Michelsen J, Nieberg H, Zanoli R (eds) (1999 bis 2003) Organic Farming in Europe: Economics and Policy. Institut für Agrarökonomie der Universität Hohenheim, Stuttgart-Hohenheim

Daljac H (2000) Ökologischer Zierpflanzenbau - Chance oder Illusion. In: Ökologischer Gartenbau. Arbeitsberichte zur Ökonomie im Gartenbau 83, Institut für Gartenbauökonomie der Universität Hannover, 83:47-53

Foster C, Lampkin N (1999) European Organic Production Statistics 1993-1996. Organic Farming in Europe: Economics and Policy, Institut für Agrarökonomie der Universität Hohenheim, Stuttgart-Hohenheim

Hamm U, Gronefeld F und D Halpin (2002) Analysis of the European market for organic food. –OMIARD (Organic Marketing Initiatives and Rural Development) Aberystwyth.

Jennerich L (1999) Ökologie und Vielfalt - Bioland-Produktion lohnt, aber nur mit Direktabsatz. Gärtnerbörse 14:12-13

Michelsen J, Hamm U, Wynen E, Roth E (1999) The European Market for Organic Products: Growth and Development. Organic Farming in Europe: Economics and Policy, Institut für Agrarökonomie der Universität Hohenheim, Stuttgart-Hohenheim

Offermann F, Nieberg H (2000) Economic Performance of Organic Farms in Europe. Organic Farming in Europe: Economics and Policy, Institut für Agrarökonomie der Universität Hohenheim, Stuttgart-Hohenheim

Wendt H, Leo M, Jürgensen M, Willhöft C (1999) Der Markt für ökologische Produkte in Deutschland und ausgewählten Ländern. Reihe A: Angewandte Wissenschaft, Landwirtschaftsverlag, Münster-Hiltrup

Zander K, Waibel H (2000) Ökologischer Gartenbau. Arbeitsberichte zur Ökonomie im Gartenbau 82, Institut für Gartenbauökonomie der Universität Hannover, Hannover

ANHANG

Frageleitfaden für die Expertengespräche mit den Vertretern der Anbauverbände

Leitfaden für das Experteninterview mit Vertretern der Anbauverbände

1. Wie hoch ist der Anteil an Gartenbaubetrieben in Ihrem Verband?
2. Welche Faktoren haben die Entwicklung Ihres Verbands in den vergangenen Jahren maßgeblich beeinflusst?
3. Welche Zukunftsperspektiven sehen Sie für die Anbauverbände (z.B. vor dem Hintergrund des staatlich geförderten oder einem von der EU verpflichteten Bio-Siegels)?
4. Halten Sie die aktuelle Vernetzung zwischen den Akteuren des ökologischen Gartenbaus für ausreichend? Welche Entwicklung wäre Ihrer Meinung nach wünschenswert?
5. Zu welchen Fragestellungen sehen Sie als Vertreter einer der Verbände des ökologischen Landbaus Forschungsbedarf?
7. Welche Faktoren haben die Entwicklung des ökologischen Gartenbaus in den vergangenen Jahren Ihrer Meinung nach positiv, welche negativ beeinflusst?
8. Wie wird sich der ökologische Gartenbau Ihrer Meinung nach in den nächsten 10 Jahren entwickeln?
Hinsichtlich:
 - der räumlichen Verteilung von ökol. Gartenbaubetrieben,
 - der Anzahl der Betriebe,
 - der Betriebsgrößen,
 - der Spezialisierung (Produktion)
 - der einzelnen Absatzwege und ihrer Gewichtung am Gesamtabsatz,
 - vertikaler und horizontaler Kooperationen
9. Welche Entwicklungshemmnisse sehen Sie für den ökologischen Gartenbau (evtl. differenziert nach Obst-, Gemüse- und Zierpflanzenbau und Baumschule)?
Speziell in den Bereichen:
 - Beschaffung von Betriebsmitteln
 - Produktionstechnik und Kulturführung
 - der Betriebsorganisation
 - Betriebsmanagement
 - der Vermarktung
 - horizontaler und vertikaler Kooperationen
10. Wie schätzen Sie das Potential der osteuropäischen Beitrittsstaaten auf dem Markt für ökologisch erzeugte Lebensmittel in den nächsten Jahren ein?
11. Wie beurteilen Sie die Einführung des staatl. organisierten BIO-Siegels/EU-Pflichtsiegels? (hinsichtlich der Verbraucherakzeptanz, Entwicklung der Anbauverbände etc.)