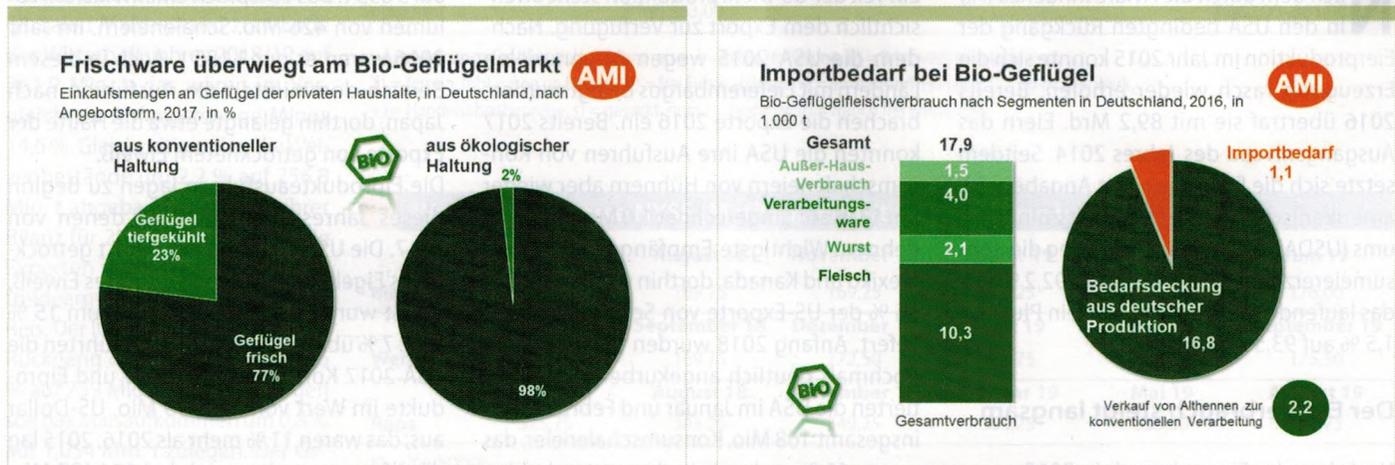


Anteil in Deutschland noch gering

Mehr Potenzial für Biogeflügel?

Trotz Steigerung von Produktion und Nachfrage hat Bioware gerade mal 1 % an der deutschen Bruttoerzeugung von Geflügel inne. Auf einem Workshop in Göttingen diskutierten die Teilnehmer über Hemmnisse und Wachstumschancen des Ökogeflügelmarkts.



Im Jahr 2016 wurden in Deutschland 19 500 t Biogeflügelfleisch erzeugt, das waren rund 25 % mehr als fünf Jahre zuvor. Dies ergab die jährlich von der AMI (Agrarmarkt Informations-Gesellschaft) durchgeführte Strukturdatenerhebung zum Ökolandbau. Trotzdem hatte Biogeflügel 2016 nur einen Anteil von 1 % an der gesamten Bruttoerzeugung von Geflügel. Der Schwerpunkt lag bei der Hähnchenmast. Dies belegte eine im Rahmen von AMI und MEG durchgeführte Schlachtereibefragung. Danach wurden 2016 in Deutschland 4,69 Mio. Hähnchen und 605 000 Puten geschlachtet. Die Befragung wurde im Rahmen eines von der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) geförderten Projektes im „Bundesprogramm ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft“ zum Biogeflügelmarkt durchgeführt.

Das Projekt soll Hemmnisse und Potenziale des Biogeflügelmarktes aufzeigen und Handlungsempfehlungen ableiten. Am 13. März 2018 gab es dazu in der Georg-August-Universität in Göttingen einen Expertenworkshop. Die Teilnehmer kamen aus der gesamten Wertschöpfungskette – vom Futtermittelanbieter über Produzenten bis hin zum Handel sowie Branchenvertretern. Vertreter der Rewe Group Buying und von Freilandputen Fahrzhausen berichteten

über ihre Erfahrungen mit der Biogeflügelvermarktung.

Nur wenige Kunden griffen 2017 zu Biogeflügel

Die private Nachfrage nach Biogeflügel ist seit 2012 jährlich gestiegen, das stärkste Wachstum gab es bei Biohähnchen. Dabei konzentriert sich der Biomarkt noch stärker als bei konventionellem Geflügel auf Frischware. Während Geflügel 2017 insgesamt vor allem in Discountern (53 %) gekauft wurde, dominierte bei Biogeflügel der Naturkosthandel (40 %). Noch sehr wenige Kunden griffen 2017 überhaupt zu Biogeflügel. Die Käuferreichweite lag bei 5,1 %, bei Geflügel insgesamt waren es 86,8 %. Ein erstes Hemmnis für weiteres Wachstum von Biogeflügel wurde in den höheren Ladenpreisen gesehen, denn Biohähnchenschnitzel kosten im Laden etwa dreimal so viel wie die konventionelle Variante.

Während bei Geflügel insgesamt der Außer-Haus-Verbrauch mindestens 39 % (MEG-Schätzung) im Verbrauch ausmacht, sind es bei Biogeflügel nur 8 %. Hier liegt der Schwerpunkt mit 58 % bei den Haushaltskäufen.

Obwohl die Produktionsmenge von Bio-geflügelfleisch den kalkulierten Verbrauch

übersteigt, zeichnet sich noch ein Importbedarf von rund 1 100 t ab. Denn nicht alle Biolegehennen, die in Deutschland gehalten werden, werden auch als Bioschlachthennen vermarktet. Die Importe kamen schwerpunktmäßig aus Österreich und Frankreich.

Konkurrenz durch das Premiumsegment

Während beim Biokäufer insgesamt die Altersgruppe ab 65 Jahre mit 30 % die größte Gruppe bildet, ist es bei den Bio-geflügelkäufern mit 27 % die Altersgruppe der 45- bis 54-Jährigen. 44 % der Bio-geflügelkäufer kommen aus der Einkommensgruppe 3 500 Euro und mehr (monatliches Netto-Haushaltseinkommen). Eine Konkurrenz erwächst dem Bio-geflügelmarkt durch eine Vielzahl an Premiumprogrammen für Geflügel. Die Verbraucherpreise für diese Produkte liegen über denen der konventionellen Ware, aber deutlich unter denen für Bio-geflügel. Die MEG schätzt den Marktanteil der Premiumprogramme auf 3 bis 4 % des Geflügelmarktes, also etwa dreimal so hoch wie der Anteil des Bio-geflügelmarktes.

In der Diskussion wurde zunächst die geringe Zahlungsbereitschaft in Deutschland thematisiert. Der Marktanteil von Ökoge- flügel in der Schweiz und in Österreich sei hö-

her, weil dort ein höherer Zahlungswille vorliege. In Deutschland hingegen könnten die Verbraucher den dreifachen Preis oft nicht nachvollziehen.

Die Marken- und Premiumprogramme wurden differenziert betrachtet. In den Niederlanden konnte durch das Engagement des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) mehr Premiumgeflügel gelistet werden. Dies habe bereits einen Marktanteil von 17 % und solle bald komplett das konventionelle Segment ersetzen. Dafür liege der Anteil an Ökogeflügel in den Niederlanden bei unter 0,5 %. In Deutschland würden Premiumprogramme erst seit kurzer Zeit intensiver diskutiert und teilweise vom LEH transparent eingeführt. Das neue 4-Stufen-System von Lidl könnte hier eine Trendwende bringen. Die Reihenfolge der Stufen wurde jedoch kritisiert, da diese umgekehrt zum System der Eierkennzeichnung ist. Diese sei den Verbrauchern aber inzwischen gut bekannt, sodass die geänderte Reihenfolge beim Lidl-Stufensystem verwirren könnte. Grundsätzlich habe die Initiative von Lidl die Diskussion in der Branche aber angeregt und auch Rewe beschäftige sich mit diesem Thema. Es

sei aber nicht zielführend, wenn jeder Einzelhändler ein eigenes System mit Label und Siegel aufbaue, da dies die Verbraucher verwirren würde.

Ein weiterer Diskussionspunkt war die Glaubwürdigkeit von Bio, die verloren gehen könnte, wenn Ökoprodukte in großen Mengen im LEH angeboten würden, da in der Masse die Qualitätsunterschiede kleiner werden. Es gäbe aber eine gewisse Notwendigkeit, dass sich Ökogeflügel von konventioneller Ware abhebe, z. B. durch das Aussehen über die Fütterung (Maishähnchen).

Außerdem kam die Frage auf, ob das zum dreifachen Preis angebotene Ökogeflügel auch gekauft wird oder nur aus Imagegründen im Regal steht und schließlich preisreduziert und wegen fehlender Nachfrage wieder ausgelistet wird. Für einige Produkte könnte das zutreffen, aber gleichzeitig sind beispielsweise bei Rewe Biohähnchenbrustfilets das drittstärkste Produkt im gesamten Geflügelsortiment. Diskutiert wurde auch die Rolle der Politik. Diese sollte sich stärker für eine einheitliche Kennzeichnung, die sich an dem System der Eierkennzeichnung orientiere, einsetzen. ■

Biogeflügelerzeuger

Melder gesucht

Im April 2018 begann die nächste Runde zur Befragung von Biogeflügelerzeugern. Setzen Sie sich als Biogeflügelerzeuger mit uns in Verbindung, wenn Sie Interesse an Marktinfos haben, wir sind an Ihren Markteinschätzungen interessiert:

» Diana Schaack, AMI Bonn, Tel. 0228/33805270, E-Mail: Diana.Schaack@AMI-informiert.de

» Margit M. Beck, MEG, Tel. 0228/629 47 971, E-Mail: mbeck@ulmer.de



MARGIT M. BECK

MEG – Marktinfo Eier & Geflügel, Bonn

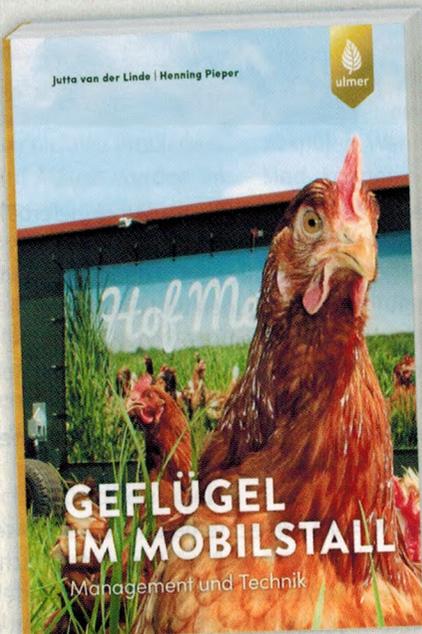
CHRISTINE RAMPOLD

AMI – Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH, Bonn

FÜR DEN EINSTIEG IN DIE MOBILSTALLHALTUNG



ulmer



Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

- Das Praxisbuch zum Erfolgskonzept Mobilstall
- Für Umsteller und Neueinsteiger
- Mit Anleitung zur erfolgreichen Direktvermarktung

Dieses Buch zeigt sowohl Bio- als auch konventionellen Betrieben, wie der Einstieg in die Mobilstallhaltung am besten gelingt und wie bestehende Geflügelbestände optimiert werden können. Die Autoren sind erfahrene Berater der Landwirtschaftskammern Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen und Experten für alle Themen rund um die Mobilstallhaltung.

Geflügel im Mobilstall. Management und Technik.

Jutta van der Linde, Henning Pieper. 2018. 208 Seiten, 104 Farbfotos, 30 farbige Zeichnungen, 15 Tabellen, kart. ISBN 978-3-8186-0344-1. € 39,90 [D]

Erhältlich in Ihrer Buchhandlung oder unter www.ulmer.de