



Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Katrin Zander¹, Hans-Christoph Behr², Ronja Hüppe¹, Anna Jakobs¹, David Kilian¹, Christine Rampold², Diana Schaack² und Sarah Single²

Abschlussbericht

Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing der Universität Kassel
Agrarmarkt Informations-Gesellschaft, Bonn

Im Auftrag der MGH Gutes aus Hessen GmbH
Witzenhausen, Juni 2022

¹ Universität Kassel, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing (UK)

² Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI)

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
2	Arbeitspaket 1: Landwirtschaftliche Öko-Erzeugung.....	3
2.1	Methode.....	3
2.2	Ergebnisse.....	5
2.2.1	Pflanzliche Erzeugung.....	5
2.2.1.1	Ökologisch bewirtschaftete Betriebe und Fläche in Hessen.....	5
2.2.1.2	Wichtige pflanzliche Öko-Kulturen.....	8
2.2.1.3	Ausgewählte Öko-Kulturen mit besonderer Bedeutung für den menschlichen Konsum.....	23
2.2.1.4	In Hessen produzierte Mengen ausgewählter pflanzlicher Erzeugnisse.....	28
2.2.2	Tierische Erzeugung.....	28
2.2.2.1	Tierbestände nach InVeKos.....	28
2.2.2.2	Tierische Erzeugungsmengen (destatis und InVeKos).....	36
2.3	Zwischenfazit.....	39
3	Arbeitspaket 2: Verarbeitung ökologischer Lebensmittel in Hessen.....	40
3.1	Struktur der Verarbeitungsbetriebe in Hessen.....	40
3.1.1	Vorgehensweise.....	40
3.1.2	Ergebnisse.....	40
3.2	Ausgewählte Wertschöpfungsketten.....	45
3.2.1	Kartoffeln.....	45
3.2.1.1	Vorgehensweise.....	45
3.2.1.2	Ergebnisse.....	46
3.2.2	Fleisch.....	52
3.2.2.1	Vorgehensweise.....	52
3.2.2.2	Ergebnisse.....	52
3.2.3	Ölsaaten und Leguminosen.....	58
3.2.3.1	Vorgehensweise.....	58
3.2.3.2	Ergebnisse.....	59
4	Arbeitspaket 3 – Nachfrage nach bioregionalen Lebensmitteln - der hessische Einzelhandel.....	64
4.1	Die private Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln in Hessen (Auswertung des GfK-Haushaltspanels für den hessischen LEH).....	64
4.1.1	Methodik des Haushaltspanels der GfK.....	64
4.1.2	Ergebnisse.....	64
4.2	Bioregionale Lebensmittel im hessischen Einzelhandel.....	69

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

4.2.1	Methode.....	69
4.2.2	Ergebnisse	70
4.2.2.1	Definition Regionalität	70
4.2.2.2	Bedeutung und Motivation aus Sicht des Handels	71
4.2.2.3	Regionale Zusammenarbeit: Merkmale, Anforderungen, Erfahrungen	71
4.2.2.4	Bioregionales Sortiment: Angebot und Nachfrage	72
4.2.2.5	Kommunikation.....	73
5	Fazit und Handlungsempfehlungen.....	75
6	Zusammenfassung.....	79
	Literaturverzeichnis.....	82
	Anhang I.....	84
	Anhang II.....	90

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ökologisch bewirtschaftete Betriebe und Flächen nach Landkreisen.....	5
Abbildung 2: Ökologisch bewirtschaftete Fläche nach Bodennutzung in % (2020).....	6
Abbildung 3: Anteil von Dauergrünland an der landwirtschaftlichen Nutzfläche insgesamt und ökologisch	8
Abbildung 4: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Getreide und Pseudogetreide.....	9
Abbildung 5: Anbau von Öko-Getreide	9
Abbildung 6: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Eiweißpflanzen	10
Abbildung 7: Anbau von Öko-Eiweißpflanzen.....	10
Abbildung 8: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Ölsaaten	11
Abbildung 9: Anbau von Öko-Sonnenblumen.....	11
Abbildung 10: Anbau von Öko-Sojabohnen	12
Abbildung 11: Anbau von Öko-Lein.....	12
Abbildung 12: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Hackfrüchte.....	15
Abbildung 13: Anbau von Öko-Kartoffeln	15
Abbildung 14: Anbau von Öko-Zuckerrüben.....	16
Abbildung 15: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Dauerkulturen	18
Abbildung 16: Anbau von Öko-Reben	18
Abbildung 17: Anbau von Öko-Streuobst.....	19
Abbildung 18: Anbau von Öko-Kern- und -Steinobst	19
Abbildung 19: Anbau von Öko-Beerenobst (Johannis-, Stachel-, Himbeeren)	20
Abbildung 20: Anbau Sonstige Öko-Obstanlagen (Holunder, Sanddorn, Aronia, Maulbeeren).....	20
Abbildung 21: Anbau von Öko-Gemüse	22
Abbildung 22: Anbau von Öko-Heil- und Gewürzpflanzen	22
Abbildung 23: Anbau von Öko-Buchweizen.....	24
Abbildung 24: Anbau von Öko-Rispenhirse.....	24
Abbildung 25: Anbau von Öko-Linsen	25
Abbildung 26: Anbau von Öko-Hanf.....	25
Abbildung 27: Anbau von Öko-Erdbeeren	26
Abbildung 28: Anzahl der Öko-Rinder nach Landkreisen.....	29
Abbildung 29: Anzahl der Öko-Schafe nach Landkreisen.....	29
Abbildung 30: Anzahl der Öko-Zuchtschweine nach Landkreisen	31
Abbildung 31: Anzahl der Öko-Mastschweine nach Landkreisen	31
Abbildung 32: Anzahl der Öko-Mastputen nach Landkreisen.....	33
Abbildung 33: Anzahl der Öko-Masthähnchen und Masthühnchen nach Landkreisen.....	33
Abbildung 34: Anzahl der Öko-Legehennen nach Landkreisen.....	34
Abbildung 35: Ökologische Verarbeitungsbetriebe in Hessen nach Kategorien.....	41
Abbildung 36: Fleisch- und Milchverarbeitung, Unterkategorien.....	42
Abbildung 37: Öko-Fleischverarbeiter in Hessen	43
Abbildung 38: Öko-Milchverarbeitung in Hessen	44
Abbildung 39: Wertschöpfungskette Bio-Kartoffeln.....	46
Abbildung 40: Wertschöpfungskette Bio-Ölsaaten und Linsen	59
Abbildung 41: Anteil der Verbraucherausgaben für frische Bio-Lebensmittel nach Bundesländern ...	65
Abbildung 42: Bio-Anteil der Verbraucherausgaben nach Nettoeinkommen	65
Abbildung 43: Bio-Anteil der Verbraucherausgaben nach Alter der haushaltsführenden Person	66
Abbildung 44: Bio-Anteil der Verbraucherausgaben nach Haushaltsgröße.....	66
Abbildung 45: Bio-Anteile an den Verbraucherausgaben für ausgewählte Frischeprodukte.....	67

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Abbildung 46: Bio-Anteile an den Verbraucherausgaben nach Einkaufsstätten für alle Bio-Warengruppen.....	68
Abbildung 47: Bio-Anteile an den Verbraucherausgaben für alle Bio-Warengruppen.....	68
Abbildung 48: Anbau von Öko-Haselnüssen	85
Abbildung 49: Anbau von Öko-Walnüssen.....	86
Abbildung 50: Anbau von Öko-Spargel	87
Abbildung 51: Anbau von Öko-Möhren	87
Abbildung 52: Anzahl der Öko-Ziegen nach Landkreisen.....	88
Abbildung 53: Anzahl der Öko-Mastenten nach Landkreisen.....	88
Abbildung 54: Anzahl der Öko-Mastgänse nach Landkreisen.....	89

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Landkreise in Hessen	4
Tabelle 2: Öko- und Gesamtflächen nach Kulturen in Hessen.....	7
Tabelle 3: Öko-Fläche von Eiweißpflanzen und Ölsaaten nach Landkreisen	13
Tabelle 4: Öko-Fläche von Getreide, Eiweißpflanzen und Ölsaaten nach Landkreisen (ha).....	14
Tabelle 5: Öko-Fläche der Hackfrüchte nach Landkreisen	17
Tabelle 6: Öko-Fläche der Dauerkulturen nach Landkreisen (ha).....	21
Tabelle 7: Öko-Fläche der Dauerkulturen nach Landkreisen (ha).....	23
Tabelle 8: Öko-Fläche der sonstigen Kulturen nach Landkreisen (ha)	27
Tabelle 9: Pflanzliche Öko-Erzeugung in Hessen.....	28
Tabelle 10: Öko-Wiederkäuer nach Landkreisen (Anzahl)	30
Tabelle 11: Öko-Schweine nach Landkreisen (Anzahl).....	32
Tabelle 12: Öko-Geflügel nach Landkreisen (Anzahl).....	35
Tabelle 13: Meldegrenzen Landwirtschaftszählung.....	36
Tabelle 14: Vergleich der InVeKos Daten zu Tieren mit destatis-Daten	36
Tabelle 15: Besondere Informationen der Berechnungsgrundlage	37
Tabelle 16: Tierische Öko-Erzeugnisse aus Hessen	38
Tabelle 17: Kodierschema	70
Tabelle 18: Angebot und Nachfrage regionaler Bio-Lebensmittel in Hessen nach Produktgruppen ...	73
Tabelle 19: Chancen und Risiken bioregionaler Wertschöpfungsketten in Hessen.....	76
Tabelle 20: Überblick über die ökologisch bewirtschafteten Flächen	84
Tabelle 21: Anteil Öko-Fläche und Anteil Öko-Betriebe nach Landkreis	84

1 Einleitung

Die Europäische Kommission hat 2021 einen Aktionsplan für den Öko-Landbau in der EU beschlossen. Dieser soll dazu beitragen, das Ziel des Green Deals zu erreichen, bis 2030 25 % der landwirtschaftlichen Flächen ökologisch zu bewirtschaften (Europäische Kommission, 2021). Die Koalitionsparteien der deutschen Bundesregierung haben 2021 in ihrem Koalitionsvertrag vereinbart, bis 2030 sogar 30 % Ökolandbau zu erreichen (SPD, Bündnis 90/Die Grünen, FDP, 2021). Dazu müssten die landwirtschaftlichen Flächen in Deutschland jährlich um 11,3 % zunehmen. Um solche Umstellungsraten zu erreichen, ist es erforderlich, die gesamten Wertschöpfungsketten (WSK) einschließlich der Beratungs- und Fördermöglichkeiten in den Blick zu nehmen (BMEL, 2019; Fröhschütz, 2022).

Auch in Hessen soll der Öko-Landbau ausgeweitet werden: Der vom Hessischen Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMUKLV) herausgegebene Ökoaktionsplan Hessen 2020-2025 sieht vor, dass ein Viertel der landwirtschaftlichen Flächen bis 2025 ökologisch bewirtschaftet werden. Derzeit liegt der ökologisch bewirtschaftete Flächenanteil bei etwa 16 %. Eine deutliche Steigerung in nur 4 Jahren braucht erhebliche Anstrengungen und finanzielle Anreize für die Landwirte und die nachgelagerten Bereiche. Diese Anreize können in Form von Subventionen oder über den Markt erfolgen, indem die Absatzmöglichkeiten verbessert werden.

Mit zunehmendem Anteil ökologisch bewirtschafteter Flächen in Hessen steigt auch der Bedarf an regionalen Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen (HMUKLV, 2020). Die Anzahl der verarbeitenden Betriebe im Bio-Bereich in Deutschland ist 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 7 % gewachsen. Gleichzeitig ist im konventionellen Bereich ein kontinuierlicher Rückgang in den der Landwirtschaft nachgelagerten Strukturen zu verzeichnen. So geht beispielsweise die Zahl der Mühlen, Molkereien und Fleischverarbeitungsbetriebe weiter zurück (Moewius, 2022).

Regionalität gilt als einer der aktuell größten Trends im Lebensmittelbereich (Kraemer, 2022). Aus dem aktuellen GfK Consumer Panel geht hervor, dass 70 % der deutschen Haushalte bevorzugt regionale Lebensmittel kaufen. Zudem seien 60 % der Haushalte in Deutschland bereit, dafür auch einen höheren Preis zu zahlen (Lebensmittelzeitung, 2022). In einer anderen repräsentativen deutschlandweiten Befragung gaben 58 % der Befragten an, dass Regionalität ein wichtiger Aspekt ihrer Ernährung sei (Konrad, 2021). Aus dem Trendreport Ernährung 2022 geht hervor, dass klimafreundliche und nachhaltige Ernährung der wichtigste Ernährungstrend in Deutschland ist, wobei Verbraucher*innen die Aspekte Regionalität und Nachhaltigkeit teils höher als gesundheitliche Aspekte ihrer Ernährung bewerteten (Büning-Fesel et al., 2022). Auch beim Kauf von Bio-Lebensmitteln spielt Regionalität eine große Rolle für deutsche Verbraucher*innen. Regionalität wurde 2020 nach „artgerechter Tierhaltung“ und „möglichst naturbelassenen Lebensmitteln“ als dritt wichtigster Grund für den Kauf von Bio-Lebensmitteln genannt (BLE, 2021). 2021 gilt Regionalität noch vor „artgerechter Tierhaltung“ und „gesunder Ernährung“ sogar als wichtigster Grund (BMEL, 2022).

Vor diesem Hintergrund geht die vorliegende Studie folgenden Fragen nach:

- Wie ist die derzeitige Situation der Erzeugung, Verarbeitung und Handel von Bio-Lebensmitteln in Hessen?
- Welche Nachfrage nach bioregionalen Lebensmitteln besteht seitens des Handels?
- Welche Produktions- und Verarbeitungsstrukturen sind vorhanden, welche fehlen um diese Nachfrage zu bedienen?
- Welche Schlussfolgerungen können abgeleitet werden, um die regionale Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung von Bio-Lebensmitteln zu verbessern?

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Es werden erste Einblicke in die Situationen der landwirtschaftlichen Erzeugung, der Verarbeitung und des Handels auf Landesebene gegeben. Über wenige Experteninterviews wird am Beispiel von ausgewählten Wertschöpfungsketten untersucht, wo Schwächen und Stärken liegen können, und welche Herausforderungen sich daraus für regionale Produktion, Verarbeitung und Handel ergeben. Die Ergebnisse der Studie sollen dazu beitragen, Schwachstellen deutlich zu machen, Ansatzpunkte zu ihrer Abhilfe darzulegen und Erzeugern und Verarbeitern neue regionale Absatzmöglichkeiten aufzuzeigen.

Die Studie setzt sich aus 3 Arbeitspaketen zusammen:

- Arbeitspaket 1: Landwirtschaftliche Öko - Erzeugung
- Arbeitspaket 2: Verarbeitung ökologischer Lebensmittel in Hessen
- Arbeitspaket 3: Nachfrage nach bioregionalen Lebensmitteln – der hessische Einzelhandel

Der Bericht gliedert sich nach den Arbeitspaketen. Die Darstellung jedes einzelnen Arbeitspakets beginnt mit der Beschreibung der methodischen Vorgehensweise, gefolgt von der Ergebnisdarstellung. Die Ergebnisse der einzelnen Erhebungsschritte, werden abschließend gemeinsam und übergreifend diskutiert.

Die in Arbeitspaket 2 und 3 vorgestellten Ergebnisse sind weder repräsentativ noch können aufgrund der nur wenigen durchgeführten Interviews die Situationen im hessischen Bio-Markt abschließend dargestellt werden. Diese Studie dient als Türöffner, um weitere Forschungsfragen zu generieren und weitere gezieltere Erhebungen durchzuführen.

Die diesem Bericht zugrundeliegende Forschung wäre ohne das Wissen und die Bereitschaft der befragten Experten, dieses Wissen bereitzustellen nicht möglich gewesen. Ein herzliches Dankeschön geht an alle beteiligten Interviewpartner*innen.

Die Datenerhebung für diese Studie erfolgte zwischen November 2021 und April 2022. Seitdem sind die Lebensmittelmärkte durch aktuelle Krisen in erheblichem Umfang durcheinandergeraten, davon ist auch der Biomarkt betroffen. Diese jüngsten Entwicklungen konnten in diesem Forschungsvorhaben leider nicht abgebildet werden.

2 Arbeitspaket 1: Landwirtschaftliche Öko-Erzeugung

Gegenstand dieses Kapitels ist die Beschreibung des Status Quo landwirtschaftlicher Öko-Erzeugung in Hessen. Auf der Grundlage von InVeKos³-Daten wird die Struktur der ökologischen Landwirtschaft auf Kreisebene für pflanzliche Produkte und auf Landesebene für tierische Produkte beschrieben. In dem InVeKos-Datensatz sind alle Betriebe enthalten, die im Jahr 2020 Agrarförderung beantragt und bewilligt bekommen haben. Bezogen auf die geförderten landwirtschaftlichen Betriebe stellt der Datensatz somit eine Vollerhebung dar. Dargestellte Kriterien sind:

- Flächennutzung in Öko-Betrieben
- Tierhaltung in Öko-Betrieben
- Pflanzliche Erzeugung
- Tierische Erzeugung

2.1 Methode

Die InVeKos-Daten zur Flächennutzung wurden der Universität Kassel vom Hessischen Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz zur Verfügung gestellt. Die Auswertungen dieser Daten wurden von der Universität Kassel durchgeführt. Für die Berechnungen der Erntemengen wurden diese Daten mit Durchschnittserträgen, die von der AMI erhoben wurden, verrechnet. Diese Durchschnittserträge wurden über Befragungen unter landwirtschaftlichen Beratern ermittelt und an regionale Besonderheiten angepasst. Die AMI führt seit vielen Jahren eine Erntemengenerhebung in den Bundesländern in Deutschland durch. Die dabei verwendete Methode wurde für Hessen im Projekt verfeinert.

Die folgende Auswertung basiert auf den InVeKoS-Daten aus dem Jahr 2020. Als ökologisch bewirtschaftete Flächen werden alle Flächen von Betrieben betrachtet, die im Jahr 2020 am hessischen Programm für Agrarumwelt- und Landschaftspflege-Maßnahmen (HALM) B.1 teilgenommen haben. Im Flächenantrag besteht die Möglichkeit, ökologisch bewirtschaftete Flächen zu kennzeichnen, wenn der ökologische Landbau nicht gesamtbetrieblich durchgeführt wird, d. h. nicht am Förderprogramm HALM B.1 teilgenommen wird. Landwirtschaftliche Flächen in Hessen, die von Betrieben mit Sitz außerhalb Hessens bewirtschaftet werden, werden bei der Auswertung nicht berücksichtigt. Dies trifft auf 61 Öko-Betriebe zu.

Die Daten werden zur Veranschaulichung auf Kreisebene aggregiert dargestellt. Die fünf kreisfreien Städte in Hessen wurden einem benachbarten Landkreis zugeschlagen, da nur wenig landwirtschaftliche Nutzfläche auf dem Gebiet der kreisfreien Städte liegt. Frankfurt am Main wurde mit dem Wetteraukreis zusammengefasst, Wiesbaden mit dem Main-Taunus-Kreis und die kreisfreien Städte Offenbach, Darmstadt und Kassel mit den gleichnamigen Landkreisen. Alle Kreise in Hessen sind mit der entsprechenden Abkürzung in Tabelle 1 dargestellt. Maßgeblich für die Zuordnung zu den Kreisen war in der Regel die Lage des Ackerschlags. Wenn diese Information nicht zur Verfügung stand, wurde ersatzweise der Betriebsstandort zur Lokalisierung verwendet.

Um aus den Anbauflächen Erntemengen abschätzen zu können, wurden Berater und Beraterinnen für den ökologischen Landbau befragt. Dazu wurden über eine Internetsuche Kontaktdaten von eventuellen Gesprächspartner*innen zusammengestellt. Bei der Auswahl standen die Erfahrungen der Gesprächspartner*innen im hessischen Ackerbau im Vordergrund. Es konnten drei Gesprächspartner gewonnen werden, die die typischen Durchschnittserträge der einzelnen Kulturen im Ökolandbau für Hessen abschätzten. Diese Durchschnittserträge wurden für vier Klassen von Ackerzahlen ermittelt:

³ Integriertes Verwaltungs- und Kontrollsystem

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

<=30, 31-45, 46-70, >=70. Neben der Erhebung von typischen Erträgen für ausgewählte Kulturen in Abhängigkeit der Bodenbonität, stellte die Einschätzung der Berater über mögliche Hemmnisse und Potentiale im hessischen Öko-Ackerbau ein Ziel der Gespräche dar. Um die Bodenbonität bei den InVeKoS-Daten zu ergänzen, wurden die durchschnittlichen Ertragsmesszahlen je Hektar der einzelnen Gemarkungen⁴ verwendet. Die Erntemengen wurden für jeden Ackerschlag in Abhängigkeit der durchschnittlichen Ertragsmesszahl je Hektar der jeweiligen Gemarkung, der Schlaggröße und des von den Beratern und Beraterinnen geschätzten Durchschnittsertrags ermittelt und anschließend aggregiert.

Die Ermittlung der Tierbestandsdaten ist über die bereitgestellten InVeKos-Daten nur sehr eingeschränkt möglich, da die InVeKos-Daten die Zahlen zur Tierhaltung nur als kleine Zusatzabfrage enthalten. Abgesehen von den Zahlen zu den Rindern, die aus der HIT-Datenbanken kommen, stammen die Daten aus einem Freifeld im Antragsformular. Dies ist mit großen Unsicherheiten behaftet. Außerdem enthalten InVeKos-Daten nur Betriebe, die Agrarförderung beantragt haben. Seit der GAP-Reform 2005 sind die Prämien von der Produktion entkoppelt und werden nur noch für landwirtschaftliche Fläche gezahlt.

Im Sinne der Konsistenz der Darstellung der Ergebnisse werden zuerst die Auswertungen der InVeKos-Daten über Bodennutzung und Tierhaltung vorgestellt. In einem weiteren Schritt werden sie den, ebenfalls nicht vollständig die Tierbestände abdeckenden, destatis-Daten gegenübergestellt. Weitere methodische Erläuterungen finden sich in Kapitel 2.2.2.2 zur Schätzung der tierischen Erzeugungsmengen.

Tabelle 1: Landkreise in Hessen

Landkreis	Abkürzung	Landkreis	Abkürzung
Bergstraße	HP	Lahn-Dill-Kreis	LDK
Darmstadt	DA	Limburg-Weilburg	LM
Groß-Gerau	GG	Marburg-Biedenkopf	MR
Hochtaunuskreis	HG	Vogelsbergkreis	VB
Main-Kinzig-Kreis	MKK	Fulda	FD
Main-Taunus-Kreis/WI	MTK/WI	Hersfeld-Rotenburg	HEF
Odenwaldkreis	ERB	Kassel	KS
Offenbach	OF	Schwalm-Eder-Kreis	HR
Rheingau-Taunus-Kreis	RÜD	Waldeck-Frankenberg	KB
Wetteraukreis/FFM	FB/FFM	Werra-Meißner-Kreis	ESW
Gießen	GI		

⁴ Die durchschnittlichen flächengewichteten Acker-/Grünlandzahlen der hessischen Gemarkungen sind auf der Website des Hessischen Landesamt für Naturschutz, Umwelt und Geologie verfügbar. URL: <https://www.hlnug.de/themen/boden/auswertung/kompensationsflaechen-naturschutz/tabelle-emzar>

2.2 Ergebnisse

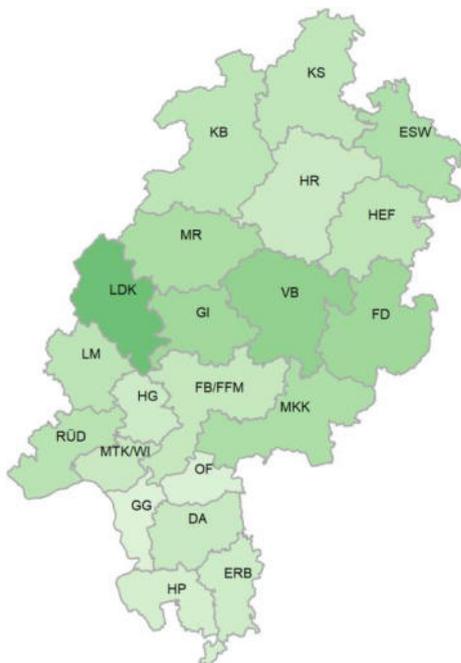
2.2.1 Pflanzliche Erzeugung

2.2.1.1 Ökologisch bewirtschaftete Betriebe und Fläche in Hessen

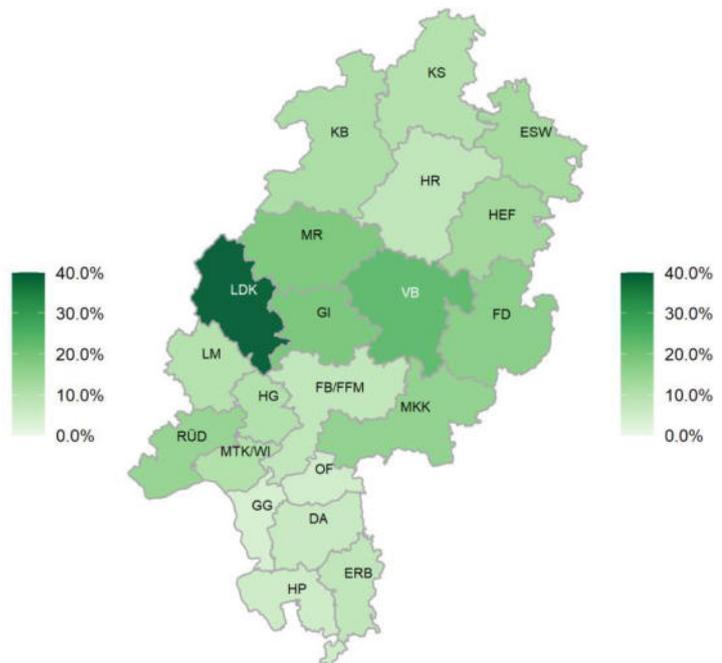
Insgesamt gibt es 2.105 ökologisch wirtschaftende Betriebe mit Betriebsitz in Hessen, die im Jahr 2020 Agrarförderung beantragt haben. Diese bewirtschaften 115.159 Hektar Land und somit 14 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche. Besonders hoch ist der Anteil der ökologisch wirtschaftenden Betriebe in den Mittelgebirgsregionen (Abbildung 1). Die Landeskontrollbehörde, das Regierungspräsidium Gießen, hat dagegen für das Jahr 2020 Meldungen über 2.329 Öko-Betriebe und 121.740 ha von den Öko-Kontrollstellen erhalten und an die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung gemeldet. Das bedeutet, dass für 6.581 ha keine Flächenförderungen beantragt wurden, diese aber auch nicht in diese Auswertung einfließen. Wie aus dem deutlich größeren Unterschied zwischen beiden Erhebungen in der Anzahl der Betriebe ersichtlich, handelt es sich vor allem um kleinere Betriebe, die vermutlich häufig im Nebenerwerb betrieben werden. Die Erfassung der Kontrollbehörde verglichen mit der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche ergibt sich für Hessen ein noch größerer Öko-Anteil von 15,9 %. Hessen liegt damit nach dem Saarland an zweiter Stelle im bundesweiten Vergleich.

Abbildung 1: Ökologisch bewirtschaftet Betriebe und Flächen nach Landkreisen⁵

Anteil der Betriebe



Anteil an der Fläche



⁵ Die jeweiligen Öko-Flächenanteile und Anteil an Öko-Betrieben auf Kreisebene finden sich im Anhang.

Abbildung 2: Ökologisch bewirtschaftete Fläche nach Bodennutzung in % (2020)

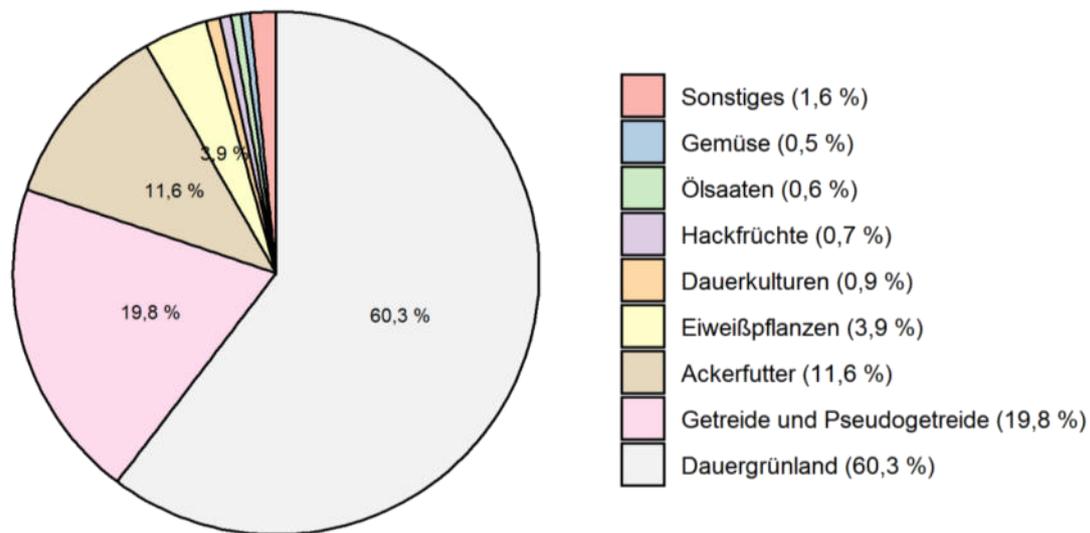


Abbildung 2 zeigt einen Überblick über die von Öko-Betrieben in Hessen bewirtschafteten Flächen. Die Kulturen wurden entsprechend der Codeliste⁶ für den Flächenantrag zu Kategorien zusammengefasst. Der Futterbau dominiert bei den ökologisch bewirtschafteten Flächen deutlich. 72 % der Öko-Fläche in Hessen sind Dauergrünland und Ackerfutter – und damit etwas mehr als im deutschlandweiten Vergleich, wo dieser Anteil 66 % beträgt. Druschfrüchte, verteilt auf die Kategorien “Getreide und Pseudogetreide”, “Eiweißpflanzen” und “Ölsaaten”⁷, machen 24 % der Öko-Fläche Hessens aus. Interessant ist der sehr unterschiedliche Öko-Anteil bei unterschiedlichen Kulturen (**Tabelle 20**).

Der Grünlandanteil an der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche und der Öko-Fläche ist in Abbildung 3 dargestellt. Deutlich wird, dass der Grünlandanteil bei den Öko-Flächen deutlich höher ist. Beim Vergleich des Grünlandanteils an der landwirtschaftlichen Nutzfläche (Abbildung 3, links) mit der Anzahl der Öko-Betriebe (Abbildung 1) zeigt sich, dass in Landkreisen mit hohem Grünlandanteil (Lahn-Dill-Kreis (LDK), Fulda (FD), Vogelsbergkreis (VB), Main-Kinzig-Kreis (MKK)) auch besonders viele Öko-Betriebe zu finden sind. Lediglich im Odenwaldkreis (ERB) ist die Anzahl der Öko-Betriebe trotz hohem Grünlandanteil verhältnismäßig gering.

⁶ Eine Auflistung aller Kulturen findet sich im Merkblatt zum gemeinsamen Antrag in der Anlage 1 auf S.58. Das Merkblatt ist unter folgender URL verfügbar:

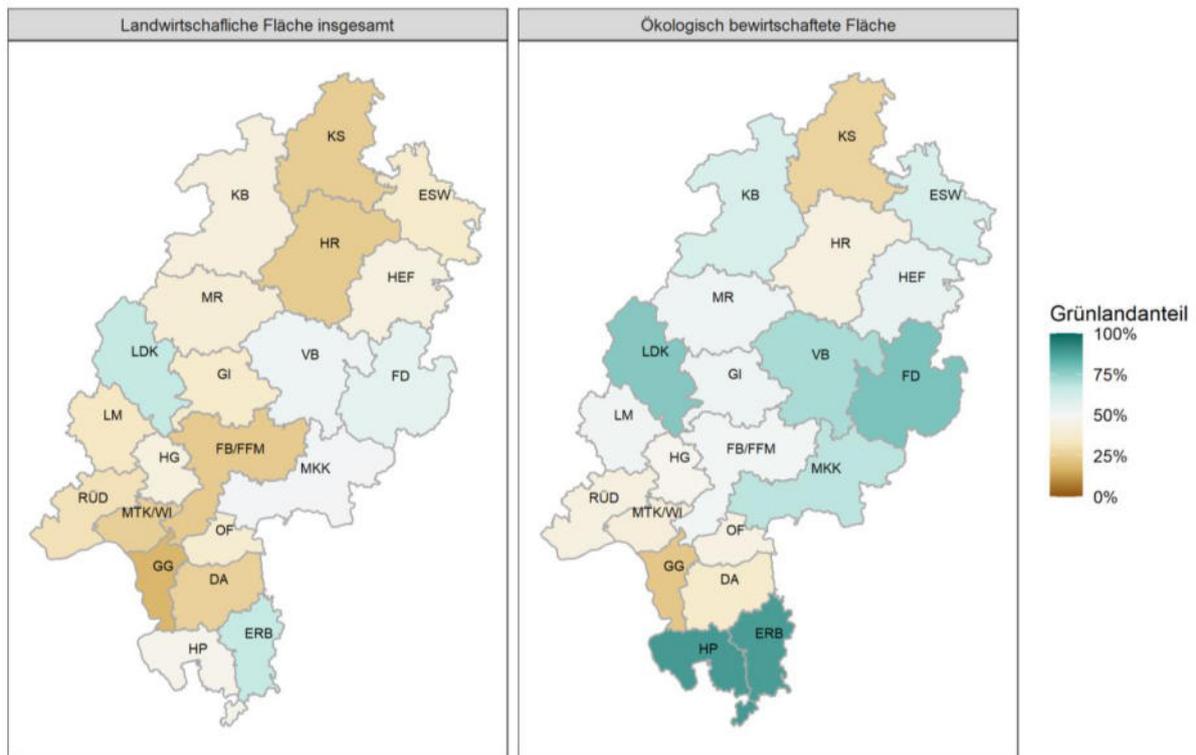
<https://www.wibank.de/resource/blob/wibank/305844/55262ce0ffd672f6d48ffbf895fb571/merkblatt-zum-gemeinsamen-antrag-data.pdf>

⁷ Einzelne Kulturen, wie Rübsen oder Gemüseerbsen, die auch in den Kategorien zusammengefasst sind, sind keine Druschfrüchte im engeren Sinn. Diese haben jedoch in Hessen keine Bedeutung.

Tabelle 2: Öko- und Gesamtflächen nach Kulturen in Hessen

Kulturart	Öko-Fläche [ha]	Gesamtfläche [ha]	Öko-Anteil [%]
Getreide und Pseudogetreide (Sammelkategorie)	22.852,8	302.192,5	7,6
Ölsaaten (Sammelkategorie)	738,7	46.725,3	1,6
Zuckerrüben	284,5	17.941,2	1,6
Eiweißpflanzen (Sammelkategorie)	4.503,4	12.155,5	37,0
Gemüse (Sammelkategorie)	603,3	4.731,7	12,8
Kartoffeln	502,2	4.397,2	11,4
Rebland	420,4	3.285,4	12,8
Spargel	17,3	2.033,3	0,8
Sojabohnen	431,3	1.937,6	22,3
Erdbeeren	31,9	1.200,8	2,6
Kern- und Steinobst	120,0	739,6	16,2
Heil- und Gewürzpflanzen (Sammelkategorie)	110,3	646,3	17,1
Streuobst	137,2	473,8	29,0
Rispenhirse	44,0	298,0	14,8
Hanf	140,1	297,7	47,1
Sonnenblumen	86,9	197,3	44,0
Lein, Flachs	130,3	150,5	86,5
Beerenobst (z.B. Johannis-, Stachel-, Himbeeren)	48,3	135,6	35,6
Möhre	34,1	131,4	25,9
Sonstige Obstanlagen (z.B. Holunder, Sanddorn)	93,7	115,2	81,3
Buchweizen	64,2	74,0	86,8
Haselnüsse	35,2	36,5	96,4
Walnüsse	27,0	34,6	78,1
Linsen	22,9	25,6	89,4

Abbildung 3: Anteil von Dauergrünland an der landwirtschaftlichen Nutzfläche insgesamt und ökologisch



2.2.1.2 Wichtige pflanzliche Öko-Kulturen

Einen Überblick über die entsprechend ihrer Anbaufläche wichtigsten Öko-Getreidekulturen bietet Abbildung 4. Winterweizen macht mit 6.040 ha etwas mehr als ein Viertel der Öko-Getreidefläche aus. Die für den menschlichen Konsum bedeutenden Kulturen Roggen (Sommer und Winterroggen: 2.183 ha) und Dinkel (Sommer und Winterdinkel: 2.213 ha) wachsen auf jeweils knapp 10 % der Öko-Getreidefläche. Triticale und Wintergerste werden (vermutlich) ausschließlich als Futtergetreide verwendet. Der Anteil von Schälhafer und Nackthafer, welcher für den menschlichen Konsum angebaut wird, lässt sich aus den Daten ebenso wenig abschätzen wie der Anteil von Braugerste an der Sommergerste. Besonders viel Öko-Getreide wächst in Mittelhessen und westlichen Teil Nordhessens (Abbildung 5).

Abbildung 4: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Getreide und Pseudogetreide

Öko-Fläche: 22.853 ha

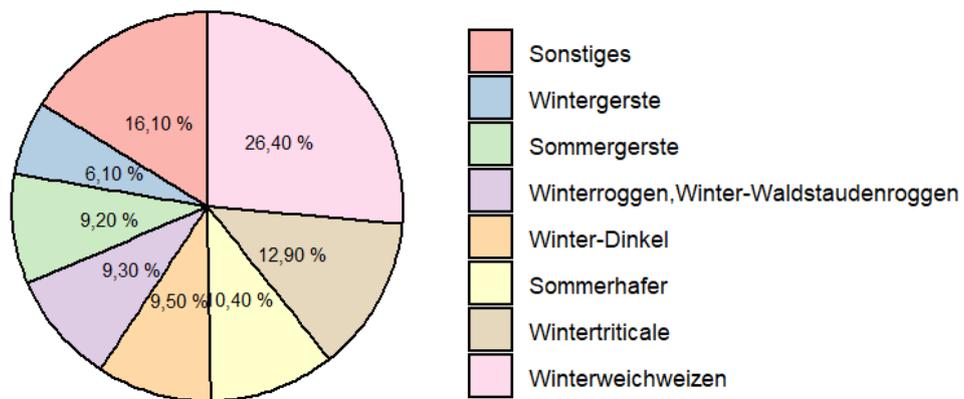
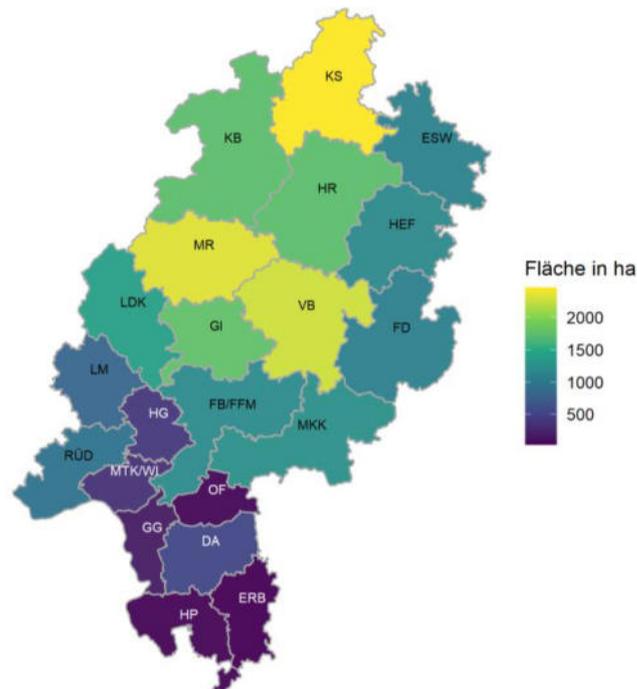


Abbildung 5: Anbau von Öko-Getreide

Öko-Fläche in Hessen: 22.853 ha



Bei den Eiweißpflanzen (Abbildung 6) lässt sich ebenfalls aus den Daten nicht abschätzen, welcher Anteil als Futtermittel angebaut wird, wobei die drei wichtigsten Kulturen (Ackerbohnen (2.924 ha), Leguminosengemenge (633 ha) und Erbsen (562 ha)) typischerweise im Futtertrog landen. Die regionalen Anbauswerpunkte der Eiweißpflanzen (Abbildung 7) gleichen der Verteilung der Getreideflächen (Abbildung 5).

Abbildung 6: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Eiweißpflanzen

Öko-Fläche: 4.503 ha

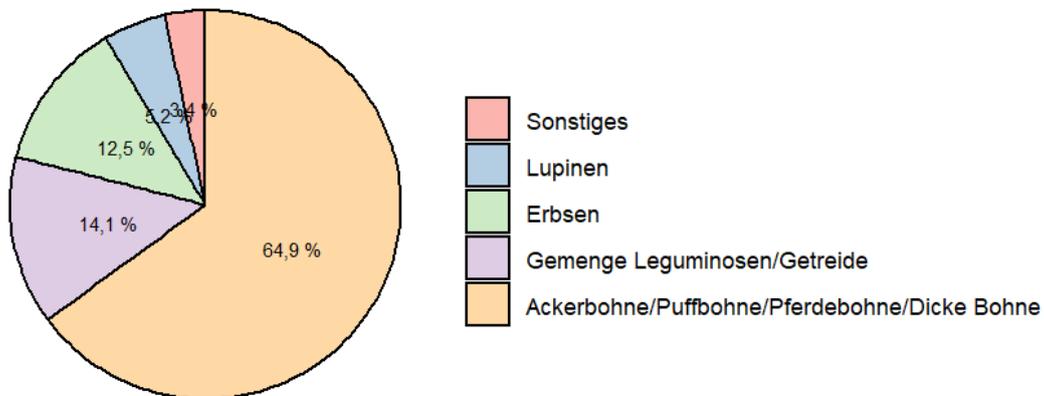
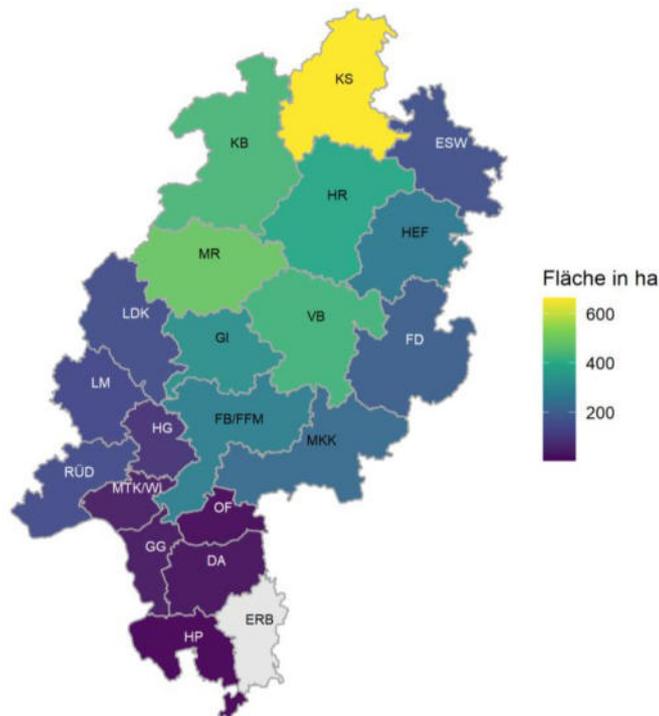


Abbildung 7: Anbau von Öko-Eiweißpflanzen

Öko-Fläche in Hessen: 4.503 ha



Wichtigste Kultur in der Kategorie Ölsaaten (Abbildung 8) ist die Sojabohne (Anbaufläche: 431 ha), die aufgrund ihres hohen Proteingehalts vor allem als Eiweißfuttermittel von Bedeutung ist. Raps (Winterraps: 64 ha, Sommerraps: 21 ha,) spielt im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft im Ökolandbau nur eine untergeordnete Rolle. Der Öko-Raps Anteil beträgt lediglich 0,19 %. Öko-Sonnenblumen wachsen vor allem im klimatisch begünstigten Südhessen (Abbildung 9) bei den Sojabohnen sind auch im Landkreis Kassel und im Werra-Meißner-Kreis (ESW) einige Anbauflächen zu

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

finden (Abbildung 10). Dort finden sich die entsprechenden Abnehmer und Aufbereitungsanlagen. Lein wächst schwerpunktmäßig in Mittelhessen und im Schwalm-Eder-Kreis (HR) (Abbildung 11).

Abbildung 8: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Ölsaaten

Öko-Fläche: 739 ha

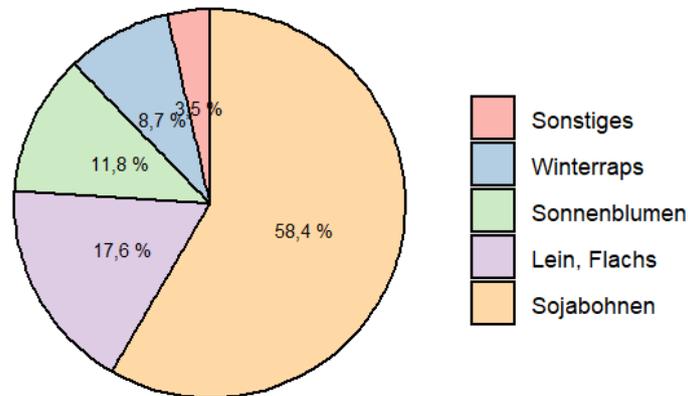


Abbildung 9: Anbau von Öko-Sonnenblumen

Öko-Fläche in Hessen: 87 ha

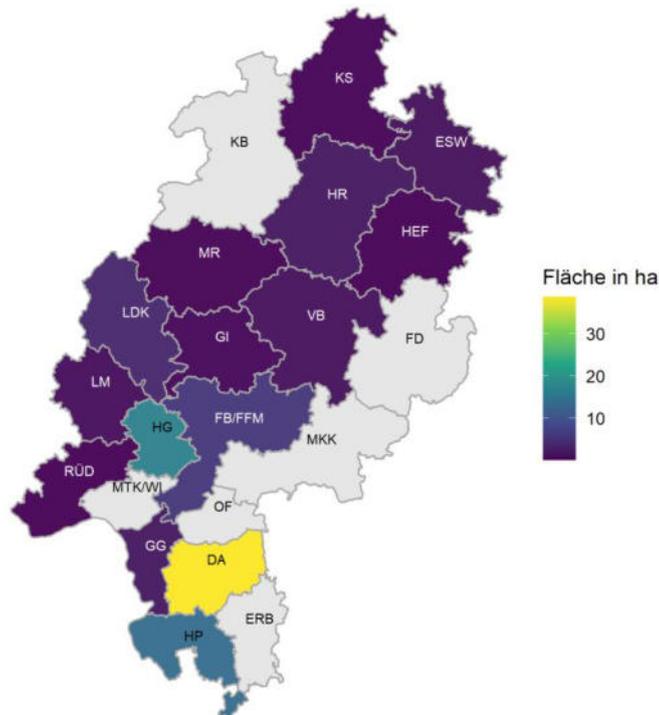


Abbildung 10: Anbau von Öko-Sojabohnen

Öko-Fläche in Hessen: 431 ha

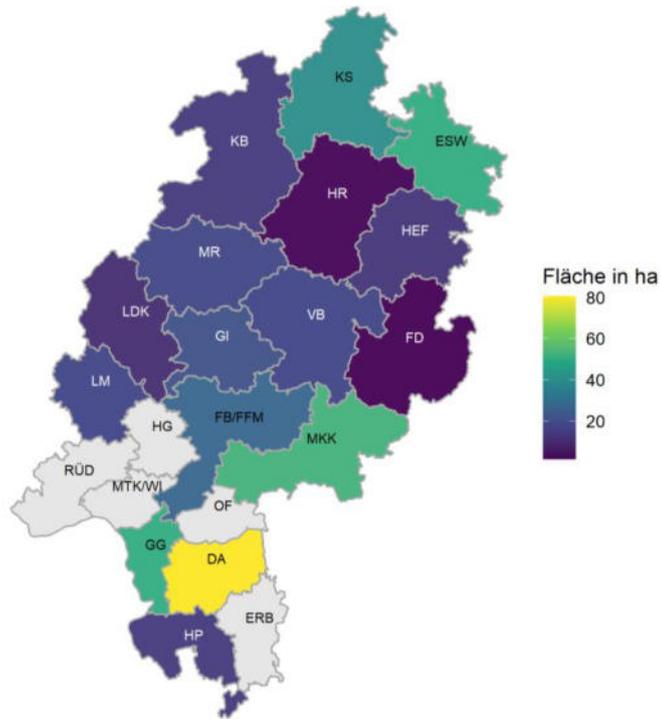


Abbildung 11: Anbau von Öko-Lein

Öko-Fläche in Hessen: 130 ha

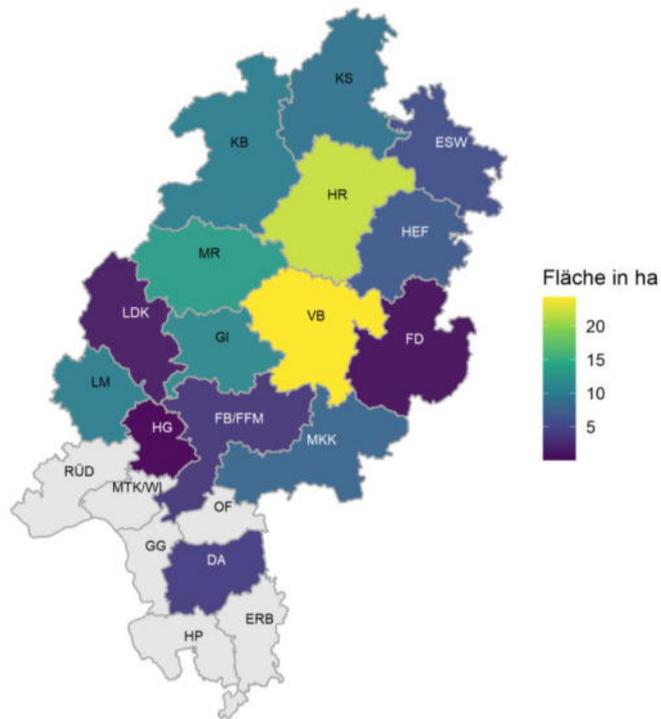


Tabelle 3: Öko-Fläche von Eiweißpflanzen und Ölsaaten nach Landkreisen

Landkreis	Sonnenblumen [ha]	Sojabohnen [ha]	Lein, Flachs [ha]
Bergstraße	14	14	0
Darmstadt	39	80	4
Fulda	0	2	1
Gießen	0	21	11
Groß-Gerau	2	50	0
Hersfeld-Rotenburg	0	13	7
Hochtaunuskreis	17	0	0
Kassel	0	40	9
Lahn-Dill-Kreis	4	11	1
Limburg-Weilburg	1	17	10
Main-Kinzig-Kreis	0	53	8
Main-Taunus-Kreis/WI	0	0	0
Marburg-Biedenkopf	0	18	13
Odenwaldkreis	0	0	0
Offenbach	0	0	0
Rheingau-Taunus-Kreis	0	0	0
Schwalm-Eder-Kreis	2	2	22
Vogelsbergkreis	1	18	24
Waldeck-Frankenberg	0	14	10
Werra-Meißner-Kreis	1	50	6
Wetteraukreis/FFM	6	28	3
Gesamt	87	431	129

Tabelle 4: Öko-Fläche von Getreide, Eiweißpflanzen und Ölsaaten nach Landkreisen (ha)

Landkreis	Getreide und		
	Eiweißpflanzen	Pseudogetreide	Ölsaaten
Bergstraße	1	46	28
Darmstadt	20	536	123
Fulda	197	1.076	2
Gießen	327	1.776	36
Groß-Gerau	33	178	57
Hersfeld-Rotenburg	264	1.172	26
Hochtaunuskreis	87	406	17
Kassel	664	2.460	63
Lahn-Dill-Kreis	155	1.383	42
Limburg-Weilburg	136	829	37
Main-Kinzig-Kreis	227	1.241	60
Main-Taunus-Kreis/WI	41	348	0
Marburg-Biedenkopf	492	2.335	33
Odenwaldkreis	0	25	0
Offenbach	11	55	0
Rheingau-Taunus-Kreis	148	946	19
Schwalm-Eder-Kreis	392	1.741	29
Vogelsbergkreis	428	2.270	44
Waldeck-Frankenberg	439	1.743	27
Werra-Meißner-Kreis	164	1.098	57
Wetteraukreis/FFM	277	1.189	38
Gesamt	4503	22853	738

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Bei den Hackfrüchten sind ausschließlich Kartoffeln (502 ha) und Zuckerrüben (285 ha) von Bedeutung (Abbildung 12). 11 % der Kartoffelfläche in Hessen wird ökologisch bewirtschaftet, wobei besonders viele Öko-Kartoffeln in Nordhessen im Landkreis Kassel und in der Wetterau zu finden sind (Abbildung 13). Öko-Zuckerrüben werden schwerpunktmäßig ebenfalls in geographischer Nähe zu den Standorten von konventionellen Zuckerrübenfabriken (Wabern, Offstein) angebaut, auch wenn die Verarbeitung nicht in diesen Fabriken erfolgt (Abbildung 14). Verglichen mit der konventionellen Landwirtschaft spielen Öko-Zuckerrüben kaum eine Rolle. Nur 2 % der Zuckerrübenfläche in Hessen wird nach Öko-Kriterien bewirtschaftet.

Abbildung 12: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Hackfrüchte

Öko-Fläche: 791 ha

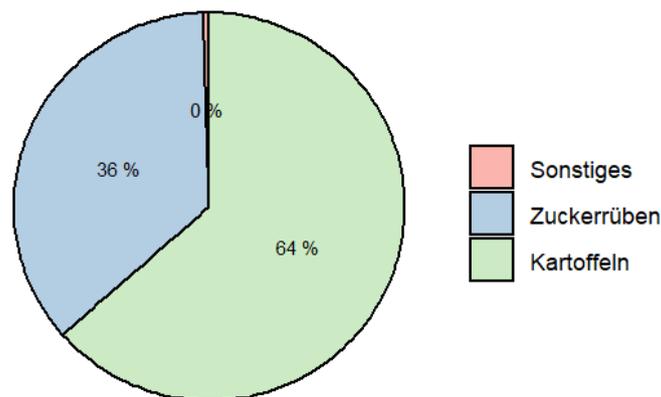


Abbildung 13: Anbau von Öko-Kartoffeln

Öko-Fläche in Hessen: 502 ha

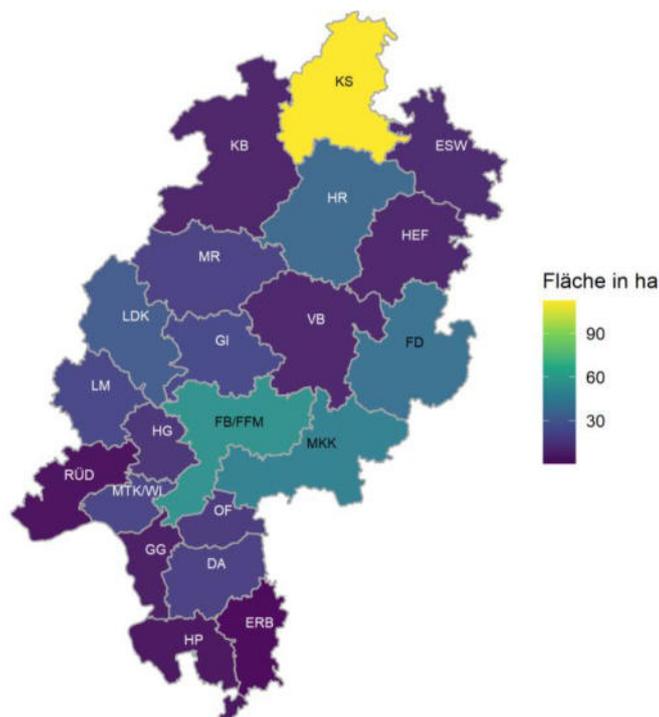


Abbildung 14: Anbau von Öko-Zuckerrüben

Öko-Fläche in Hessen: 284 ha

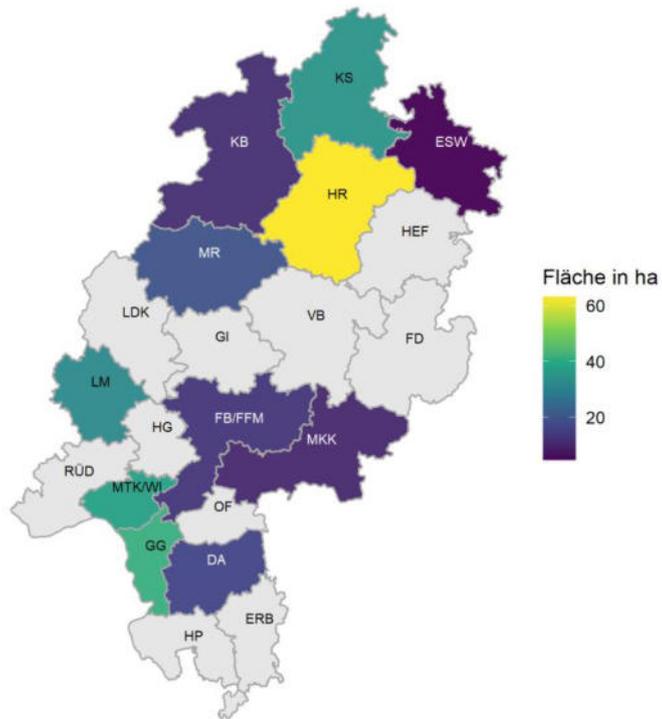


Tabelle 5: Öko-Fläche der Hackfrüchte nach Landkreisen

Landkreis	Kartoffeln [ha]	Zuckerrüben [ha]
Bergstraße	3	0
Darmstadt	19	16
Fulda	41	0
Gießen	22	0
Groß-Gerau	6	41
Hersfeld-Rotenburg	9	0
Hochtaunuskreis	14	0
Kassel	112	34
Lahn-Dill-Kreis	31	0
Limburg-Weilburg	21	32
Main-Kinzig-Kreis	48	10
Main-Taunus-Kreis/WI	20	38
Marburg-Biedenkopf	19	20
Odenwaldkreis	0	0
Offenbach	16	0
Rheingau-Taunus-Kreis	2	0
Schwalm-Eder-Kreis	36	63
Vogelsbergkreis	9	0
Waldeck-Frankenberg	8	12
Werra-Meißner-Kreis	10	5
Wetteraukreis/FFM	56	13
Gesamt	502	284

Bei den Dauerkulturen (Abbildung 15) dominiert der Weinbau mit 420 ha Öko-Rebland in Hessen. Dies sind 13 % der hessischen Weinbergflächen, welche sich überwiegend im Rheingau (Landkreis Rheingau-Taunus (RÜD)) befinden (Abbildung 16). Von den Streuobstflächen in Hessen werden 29 % (d. h. 137 ha) nach den Kriterien des ökologischen Landbaus bewirtschaftet (Abbildung 17). Ein intensiverer Öko-Anbau von Kern- und Steinobst (mehr als 100 Bäume je ha) findet in Hessen auf 120 ha statt, was einem Öko-Anteil von 16 % entspricht (Abbildung 18). Zusätzlich existieren in Hessen noch 142 ha mit Öko-Beerenobst (z. B. Johannis-, Stachel- oder Himbeeren) oder sonstigen Obstanlagen (z. B. Holunder, Sanddorn, Aronia oder Maulbeeren) (Abbildung 19, Abbildung 20). Beim Beerenobst liegt der Anteil der Öko-Fläche bei 36 % und bei den sonstigen Obstanlagen bei 81 %. Haselnüsse (insgesamt 35 ha) und Walnüsse (insgesamt 27 ha) werden vor allem im Kreis Groß-Gerau angebaut (siehe Anhang I). 96 % der hessischen Haselnussplantagen und 78 % der Flächen mit Walnussbäumen in Hessen sind ökologisch bewirtschaftet.

Abbildung 15: Angebaute Öko-Kulturen in der Kategorie Dauerkulturen

Öko-Fläche: 990 ha



Abbildung 16: Anbau von Öko-Reben

Öko-Fläche in Hessen: 420 ha

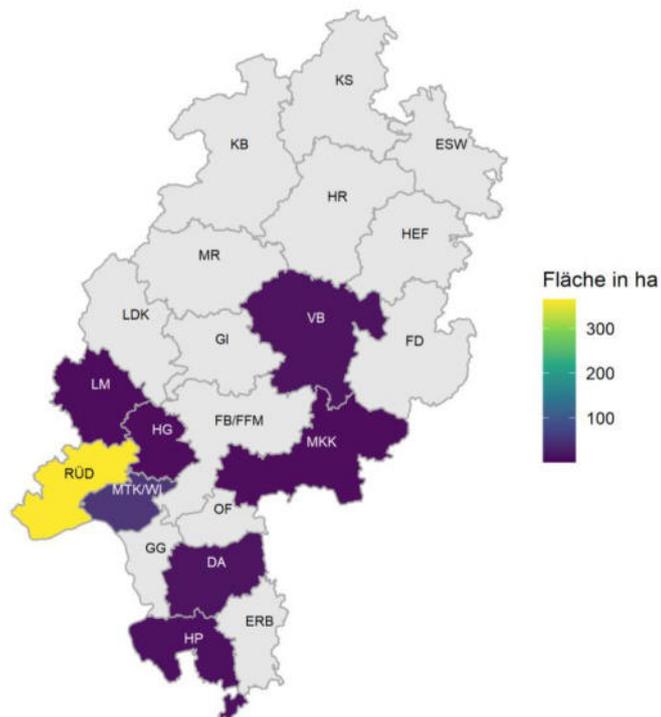
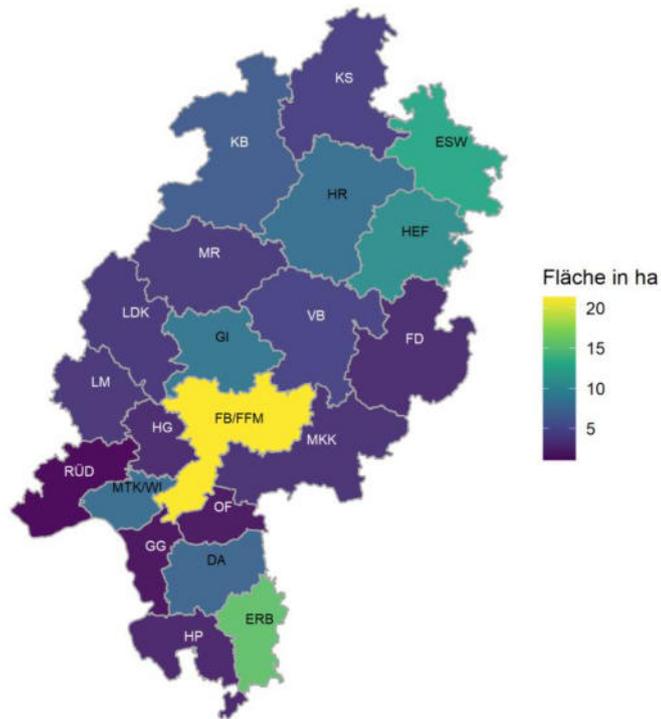


Abbildung 17: Anbau von Öko-Streubst *

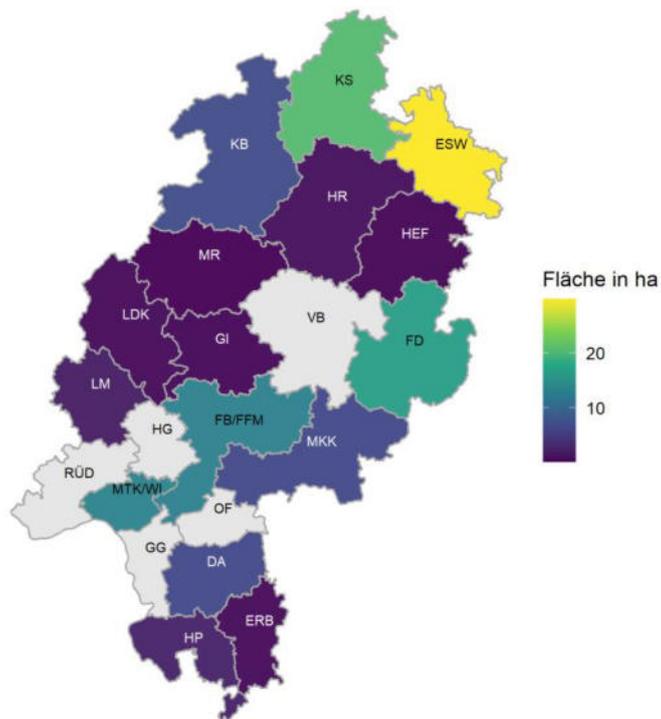
Öko-Fläche in Hessen: 137 ha



*verschiedene Arten, über 100 Bäume je ha

Abbildung 18: Anbau von Öko-Kern- und -Steinobst **

Öko-Fläche in Hessen: 120 ha



**Artenrein, über 100 Bäume je ha

Abbildung 19: Anbau von Öko-Beerenobst (Johannis-, Stachel-, Himbeeren)

Öko-Fläche in Hessen: 48 ha

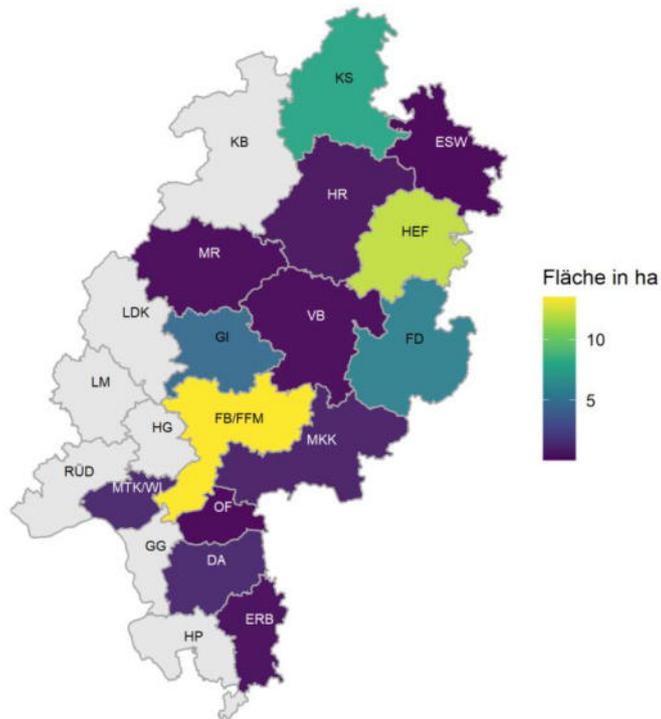


Abbildung 20: Anbau Sonstige Öko-Obstanlagen (Holunder, Sanddorn, Aronia, Maulbeeren)

Öko-Fläche in Hessen: 94 ha

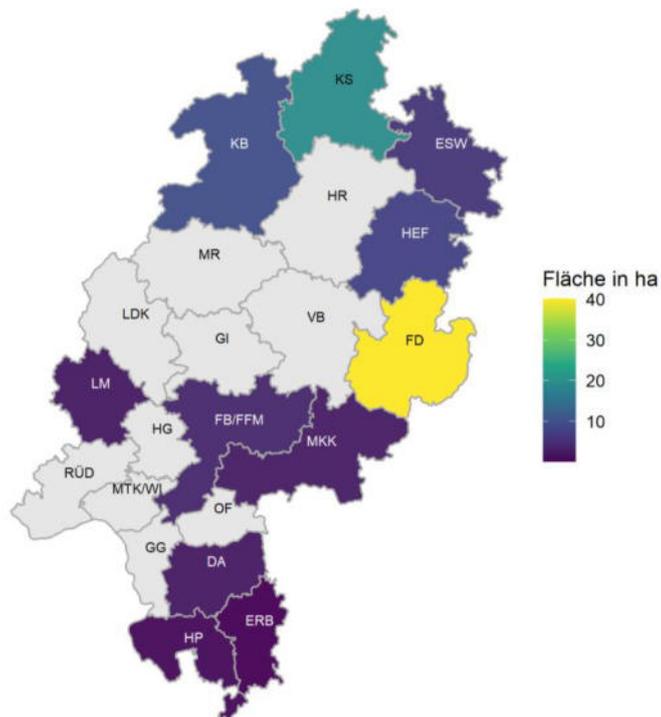


Tabelle 6: Öko-Fläche der Dauerkulturen nach Landkreisen (ha)

Landkreis	Reb- land	Streu- obst	Kern-/ Stein- obst	Beeren- obst	Sonstiges Obst	Hasel- nüsse	Wal- nüsse
Bergstraße	3	3	2	0	1	0	0
Darmstadt	7	8	7	1	2	0	0
Fulda	0	3	17	6	40	0	0
Gießen	0	9	0	5	0	0	3
Groß-Gerau	0	2	0	0	0	35	15
Hersfeld-Rotenburg	0	11	0	12	8	0	0
Hochtaunuskreis	0	3	0	0	0	0	0
Kassel	0	4	21	8	19	0	1
Lahn-Dill-Kreis	0	4	1	0	0	0	0
Limburg-Weilburg	0	4	2	0	2	0	0
Main-Kinzig-Kreis	0	3	6	1	3	0	4
Main-Taunus- Kreis/WI	42	8	13	1	0	0	0
Marburg- Biedenkopf	0	4	0	0	0	0	0
Odenwaldkreis	0	16	0	0	0	0	1
Offenbach	0	2	0	0	0	0	0
Rheingau-Taunus- Kreis	364	1	0	0	0	0	0
Schwalm-Eder-Kreis	0	8	1	0	0	0	0
Vogelsbergkreis	5	5	0	0	0	0	0
Waldeck- Frankenberg	0	7	7	0	9	0	0
Werra-Meißner- Kreis	0	13	30	0	6	0	3
Wetteraukreis/FFM	0	21	13	13	4	0	0
Gesamt	421	139	120	47	94	35	27

13 % der Gemüsefläche in Hessen wird ökologisch bewirtschaftet. Beim Anbau von Öko-Gemüse (insgesamt 603 ha) liegen die geographischen Schwerpunkte in der Wetterau und im Kreis Kassel. In beiden Landkreisen sind gute Ackerböden vorhanden (Abbildung 21). Heil- und Gewürzpflanzen wachsen in Hessen auf 110 ha. Dies sind 17 % der Heil- und Gewürzpflanzenfläche in Hessen. Hauptsächlich wachsen die Öko-Kulturen in den Landkreisen Darmstadt (DA), Gießen (GI) und im Werra-Meißner-Kreis (ESW) (Abbildung 22).

Abbildung 21: Anbau von Öko-Gemüse

Öko-Fläche in Hessen: 603 ha

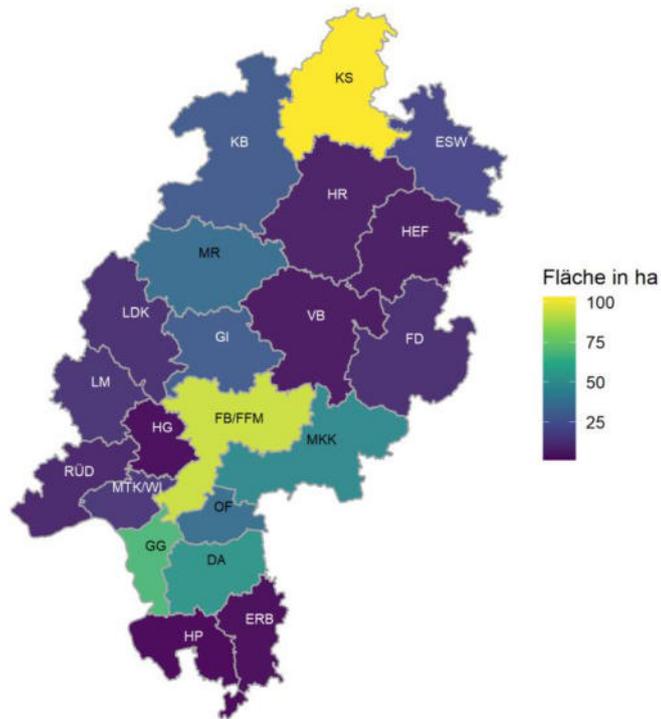


Abbildung 22: Anbau von Öko-Heil- und Gewürzpflanzen

Öko-Fläche in Hessen: 110 ha

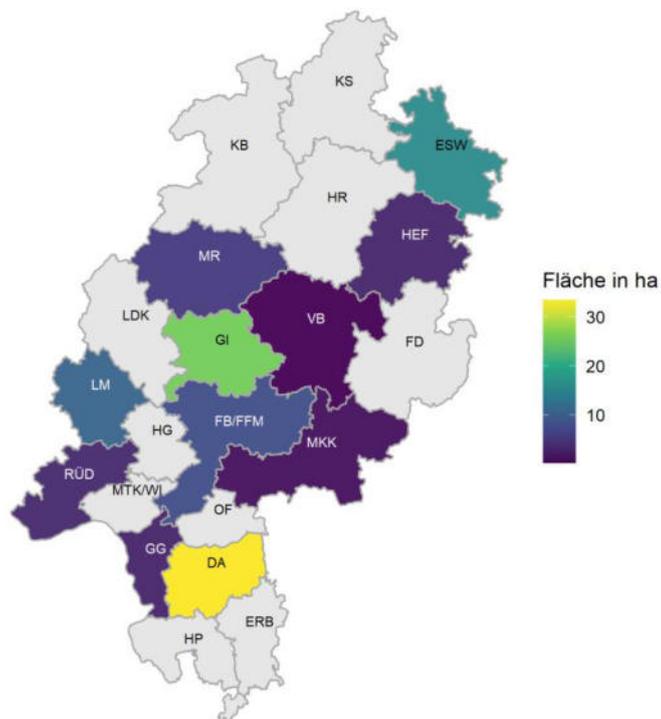


Tabelle 7: Öko-Fläche der Dauerkulturen nach Landkreisen (ha)

Landkreis	Gemüse	Heil- und Gewürzpflanzen
Bergstraße	1	0
Darmstadt	53	33
Fulda	12	0
Gießen	29	26
Groß-Gerau	69	3
Hersfeld-Rotenburg	6	3
Hochtaunuskreis	2	0
Kassel	103	0
Lahn-Dill-Kreis	12	0
Limburg-Weilburg	14	11
Main-Kinzig-Kreis	48	1
Main-Taunus-Kreis/WI	15	0
Marburg-Biedenkopf	36	5
Odenwaldkreis	2	0
Offenbach	37	0
Rheingau-Taunus-Kreis	9	4
Schwalm-Eder-Kreis	7	0
Vogelsbergkreis	5	0
Waldeck-Frankenberg	29	0
Werra-Meißner-Kreis	21	16
Wetteraukreis/FFM	94	8
Gesamt	604	110

2.2.1.3 Ausgewählte Öko-Kulturen mit besonderer Bedeutung für den menschlichen Konsum

Zusätzlich zu den flächenmäßig bedeutsamen Kulturen wird in diesem Abschnitt noch der Anbau von Kulturen dargestellt, die nur in geringfügigen Umfang angebaut werden, aber für die Vermarktung an Endkonsumenten von besonderem Interesse sind. Öko-Buchweizen wächst in Hessen auf insgesamt 64 ha (Abbildung 23). Das sind 87 % der gesamten Buchweizenfläche in Hessen. Zudem werden 44 ha Öko-Rispenhirse angebaut, was 15 % der Rispenhirsefläche in Hessen entspricht (Abbildung 24). Öko-Linsen (23 ha) werden vor allem im Vogelsbergkreis angebaut (Abbildung 25). 89 % der Linsen-Fläche in Hessen ist ökozertifiziert. Beim Öko-Hanf liegen die Anbauswerpunkte im Südwesten und im Nordosten Hessens (Abbildung 26). Etwa die Hälfte der Hanffläche in Hessen wird ökologisch bewirtschaftet. Der Anbau konzentriert sich jeweils dort, wo es entsprechende Verarbeitungsmöglichkeiten gibt. Das könnte weitere Betriebe anziehen.

Abbildung 23: Anbau von Öko-Buchweizen

Öko-Fläche in Hessen: 64 ha

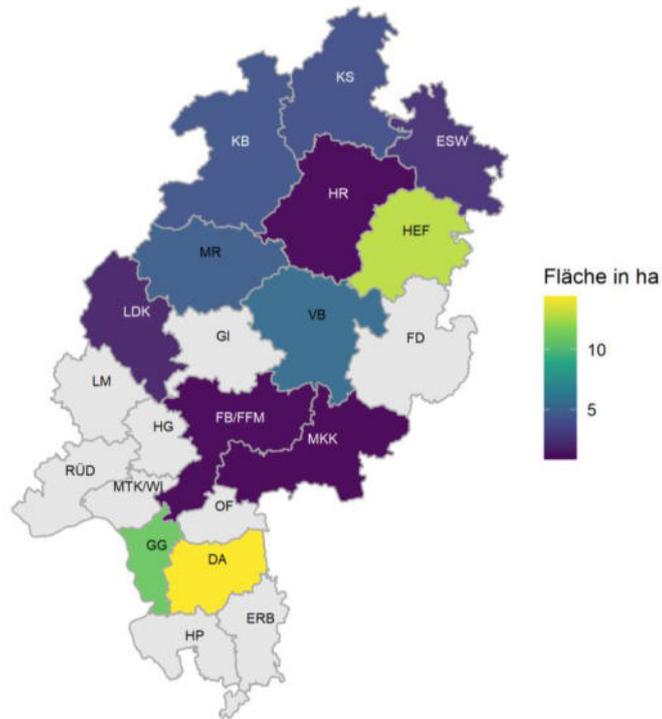


Abbildung 24: Anbau von Öko-Rispenhirse

Öko-Fläche in Hessen: 44 ha

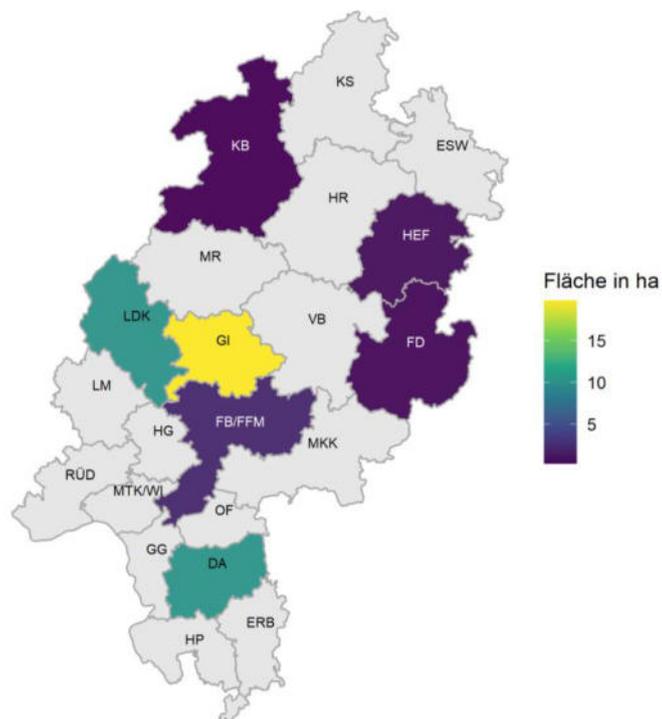


Abbildung 25: Anbau von Öko-Linsen

Öko-Fläche in Hessen: 23 ha

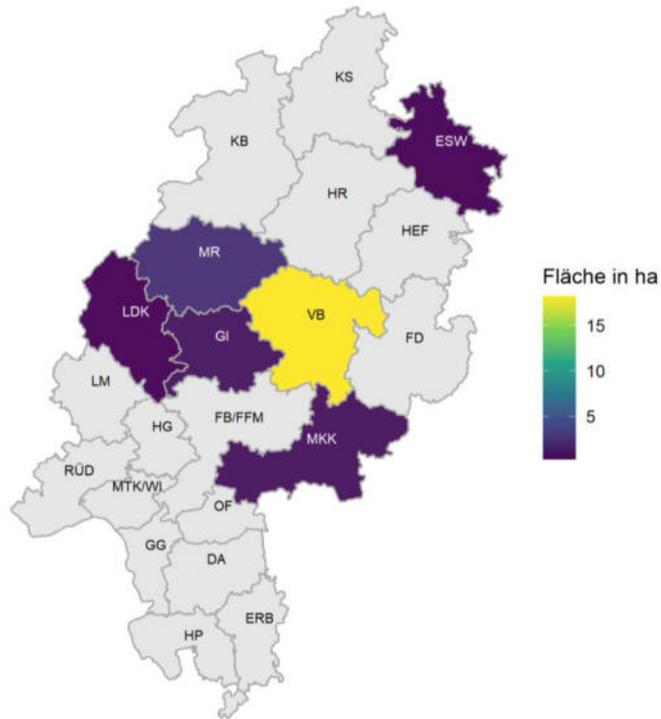
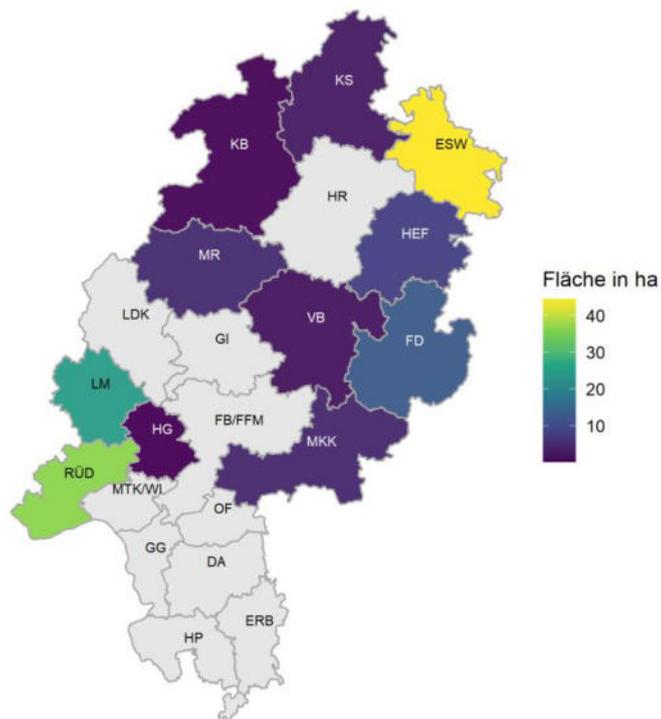


Abbildung 26: Anbau von Öko-Hanf

Öko-Fläche in Hessen: 140 ha



Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Öko-Erdbeeren wachsen hauptsächlich in der Wetterau (FB) (inkl. Frankfurt am Main) und im Main-Taunus-Kreis (MTK), sowie im Landkreis Marburg-Biedenkopf (MA), im Landkreis Darmstadt (DA) und im Werra-Meißner-Kreis (ESW) (Abbildung 27). Der Anteil der ökologischen Erdbeeranbaufläche am gesamten Erdbeeranbau in Hessen liegt nur bei 3 % - ähnlich niedrig wie in Gesamtdeutschland. Ebenfalls marginal ist der Anteil der Öko-Spargelfläche (1 %; bundesweiter Öko-Anteil 6,5 %), die hauptsächlich im Werra-Meißner-Kreis (ESW) zu finden ist (siehe Anhang I). Öko-Möhren werden in Hessen nur auf 34 ha angebaut, vor allem im Landkreis Kassel (KS) (siehe Anhang I). Der Anteil Öko-Möhren liegt in Hessen bei 26 % (bundesweiter Öko-Anteil 20 %). Bei der Auswertung einzelner Gemüsekulturen in den InVeKos-Daten ist aber zu beachten, dass 35 % der gesamten Gemüseflächen und 41 % der Bio-Gemüseflächen nur als „Gemüse“ ausgewiesen werden und somit keiner bestimmten Kultur zugeordnet werden können. Das entsteht dadurch, weil Gemüseflächen oftmals mit mehreren Sätzen teils unterschiedlicher Kulturen bestellt werden und daher keine eindeutige Zuordnung möglich ist. Hinzu kommt, dass die Unterscheidung nach Gemüsekulturen erst seit einigen Jahren möglich ist und viele Landwirte beim Eintragen alten Gewohnheiten folgen und nur Gemüse angeben – zumal sich die Förderung nicht unterscheidet.

Abbildung 27: Anbau von Öko-Erdbeeren

Öko-Fläche in Hessen: 32 ha

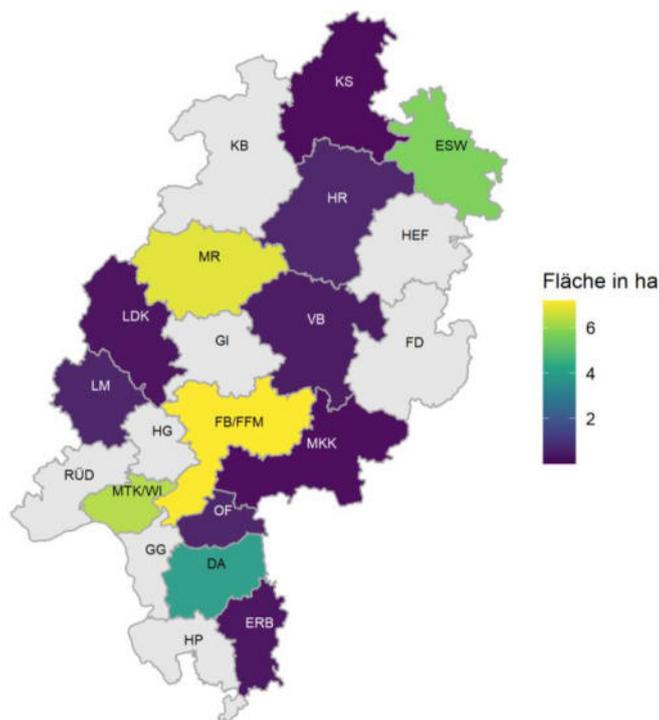


Tabelle 8: Öko-Fläche der sonstigen Kulturen nach Landkreisen (ha)

Landkreis	Buchweizen	Rispenhirse	Linsen	Hanf	Erdbeeren	Spargel	Möhren
Bergstraße	0	0	0	0	0	0	0
Darmstadt	14	10	0	0	4	1	1
Fulda	0	1	0	13	0	1	0
Gießen	0	20	1	0	0	0	0
Groß-Gerau	11	0	0	0	0	0	0
Hersfeld-Rotenburg	13	1	0	8	0	0	0
Hochtaunuskreis	0	0	0	0	0	0	0
Kassel	4	0	0	3	0	0	27
Lahn-Dill-Kreis	2	10	0	0	0	0	0
Limburg-Weilburg	0	0	0	24	0	0	0
Main-Kinzig-Kreis	1	0	1	4	0	0	3
Main-Taunus-Kreis/WI	0	0	0	0	6	0	0
Marburg-Biedenkopf	5	0	2	5	7	0	0
Odenwaldkreis	0	0	0	0	0	0	0
Offenbach	0	0	0	0	0	2	0
Rheingau-Taunus-Kreis	0	0	0	37	0	0	0
Schwalm-Eder-Kreis	1	0	0	0	0	0	0
Vogelsbergkreis	6	0	18	2	0	0	0
Waldeck-Frankenberg	4	0	0	0	0	0	0
Werra-Meißner-Kreis	3	0	0	44	6	12	0
Wetteraukreis/FFM	1	2	0	0	7	1	2
Gesamt	65	44	22	140	30	17	33

2.2.1.4 In Hessen produzierte Mengen ausgewählter pflanzlicher Erzeugnisse

Auf der Grundlage der ermittelten Flächen und der Durchschnittserträge in Abhängigkeit der Bodenbonität (Ertragsmesszahl je ha) wurden die jeweiligen Produktionsmengen auf Kreisebene geschätzt. Tabelle 9 zeigt für ausgewählte Kulturen, welche Menge an Öko-Ware im Jahr 2020 produziert wurde. Der durchschnittliche Ertrag ist nach der Bodenbonität der Anbaustandorte der jeweiligen Kulturen gewichtet.

Tabelle 9: Pflanzliche Öko-Erzeugung in Hessen

Kultur	Fläche in ha	Öko-Menge [t]	Ertrag (MW) [dt/ha]
Winterweichweizen	6.040	25.931	42,9
Winter-Dinkel	2.178	8.963	41,2
Sommerhafer	2.371	8.918	37,6
Winterroggen, Winter- Waldstaudenroggen	2.133	8.690	40,7
Sommerweichweizen	916	3.742	40,9
Sojabohnen	431	1.333	30,9
Sonnenblumen	87	181	20,8
Lein, Flachs	130	173	13,3
Winterraps	64	108	16,9
Lupinen	233	671	28,8
Linsen	23	14	6,1
Kartoffeln	502	14.959	298,0
Hanf	140	107	7,6

2.2.2 Tierische Erzeugung

2.2.2.1 Tierbestände nach InVeKos

Wie auch für die pflanzliche Erzeugung, sind die hier ausgewerteten InVeKos-Daten für die tierische Erzeugung Verwaltungsdaten. Dazu geben die Betriebe im Mai ihre Agraranträge ab, die Grundlage für die Förderung sind. Im Flächenantrag gibt es die Möglichkeit, ökologisch bewirtschaftete Flächen und Tiere zu kennzeichnen, wenn der ökologische Landbau nicht gesamtbetrieblich durchgeführt wird, d.h. nicht am Förderprogramm HALM B.1 teilgenommen wird. Die Landwirte müssen Durchschnittsbestände der einzelnen Tierarten melden. Ausgenommen sind die Rinder, die aus der HIT Datenbank entnommen werden – und in der InVeKos-Statistik nur als Sammelposition „Rinder“ angegeben werden, nicht unterteilt nach Nutzungsarten der Rinder.

Erwartungsgemäß stehen in Landkreisen mit einem hohem Grünlandanteil auch besonders viele Öko-Rinder (Vogelsbergkreis (VB), Landkreis Fulda (FD) (siehe Abbildung 28). Insgesamt leben 17 % aller Rinder (Milchvieh und Mast; bezogen auf alle Tiere, d.h. inkl. Jungvieh und Kälber) in Hessen auf Öko-Betrieben. Bei den Ziegen liegt der Öko-Anteil bei 34 % (siehe Anhang I), bei den Schafen bei 20 % (Abbildung 29). Auch bei den Ziegen und Schafen wird nicht weiter zwischen Milch- und Fleischnutzung bzw. zwischen Zucht- und Mast differenziert (Werte siehe Tabelle 10).

Abbildung 28: Anzahl der Öko-Rinder nach Landkreisen

Öko-Tiere in Hessen: 70.037

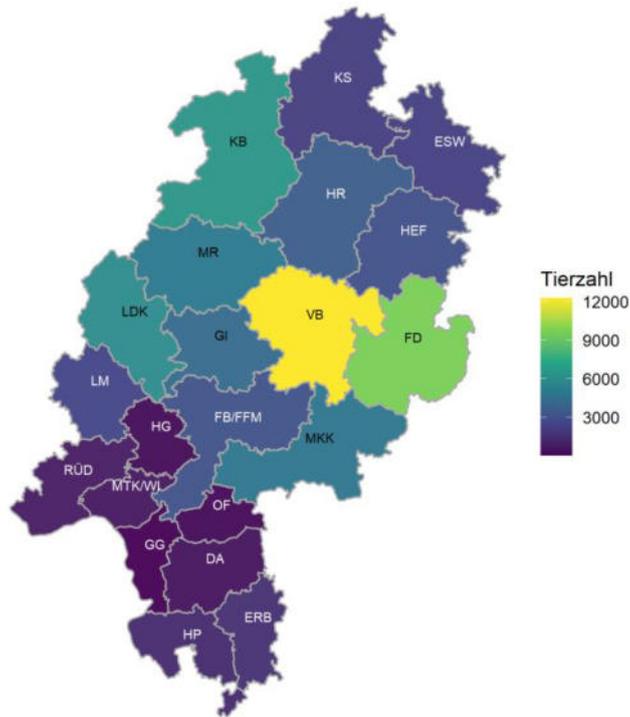


Abbildung 29: Anzahl der Öko-Schafe nach Landkreisen

Öko-Tiere in Hessen: 30.690

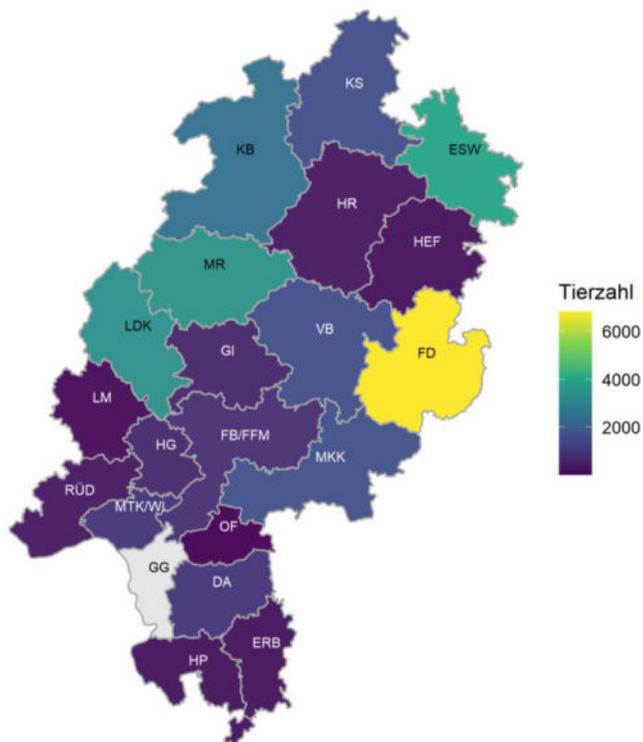


Tabelle 10: Öko-Wiederkäuer nach Landkreisen (Anzahl)

Landkreis	Rinder	Ziegen	Schafe
Bergstraße	1.288	48	248
Darmstadt	479	0	957
Groß-Gerau	31	0	0
Hochtaunuskreis	294	29	673
Main-Kinzig-Kreis	4.795	673	1.648
Main-Taunus-Kreis/WI	633	108	962
Odenwaldkreis	1.514	192	250
Offenbach	254	0	19
Rheingau-Taunus-Kreis	748	150	342
Wetteraukreis/FFM	3.060	18	843
Gießen	4.250	44	650
Lahn-Dill-Kreis	5.868	522	3.393
Limburg-Weilburg	2.456	13	137
Marburg-Biedenkopf	4.947	187	3.463
Vogelsbergkreis	12.274	471	1.597
Fulda	9.725	538	6.817
Hersfeld-Rotenburg	2.974	202	232
Kassel	2.157	109	1.625
Schwalm-Eder-Kreis	3.633	29	347
Waldeck-Frankenberg	6.445	1.087	2.530
Werra-Meißner-Kreis	2.212	117	3.957
Gesamt	70.037	4.537	30.690

Öko-Zuchtsauen und Öko-Zuchteber machen in Hessen lediglich einen Anteil von 3 % aus und stehen primär im Landkreis Gießen (GI) und in Nordhessen (Abbildung 30). Der Öko-Anteil der Tiere in der Schweinemast liegt ebenfalls bei 3 %, und damit doppelt so hoch wie im bundesweiten Schnitt (Abbildung 31). Die Mastbetriebe sind regional weniger stark konzentriert (Werte siehe Tabelle 11).

Abbildung 30: Anzahl der Öko-Zuchtschweine nach Landkreisen

Öko-Tiere in Hessen: 916

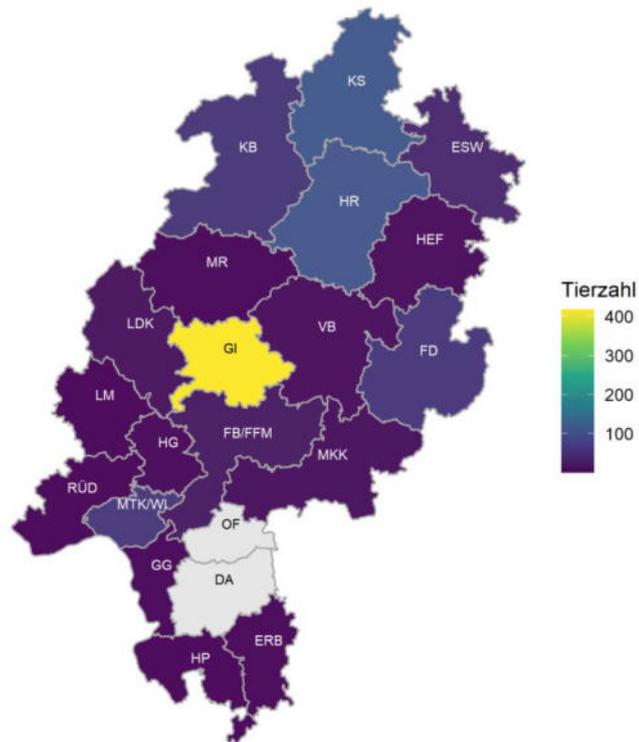


Abbildung 31: Anzahl der Öko-Mastschweine nach Landkreisen (ab 50 kg)

Öko-Tiere in Hessen: 6.117

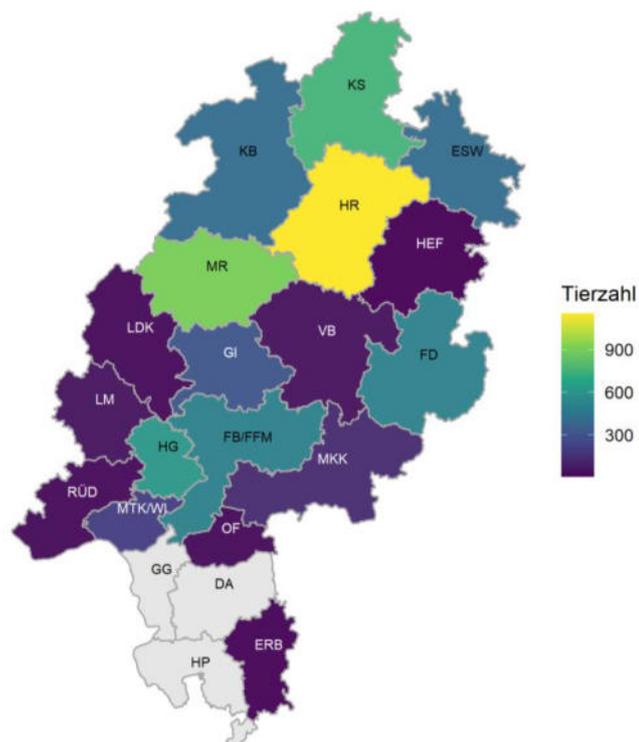


Tabelle 11: Öko-Schweine nach Landkreisen (Anzahl)

Landkreis	Zuchtschweine	Läufer (20 kg bis 50 kg)	Mastschweine (ab 50 kg)
Bergstraße	1	1	0
Darmstadt	0	0	0
Groß-Gerau	2	5	0
Hochtaunuskreis	4	1.210	612
Main-Kinzig-Kreis	9	138	131
Main-Taunus-Kreis/WI	60	180	204
Odenwaldkreis	2	3	12
Offenbach	0	23	26
Rheingau-Taunus-Kreis	1	0	25
Wetteraukreis/FFM	20	373	506
Gießen	418	254	308
Lahn-Dill-Kreis	12	15	29
Limburg-Weilburg	1	37	51
Marburg-Biedenkopf	3	835	909
Vogelsbergkreis	8	28	46
Fulda	59	225	510
Hersfeld-Rotenburg	6	11	9
Kassel	110	623	754
Schwalm-Eder-Kreis	106	880	1.151
Waldeck-Frankenberg	58	407	417
Werra-Meißner-Kreis	36	284	417
Gesamt	916	5.532	6.117

Im Geflügelbereich liegt der Anteil der Öko-Tiere bei den Mastputen und bei den Masthähnchen/Masthühnchen mit 4 % bzw. 7 % ebenfalls nur im einstelligen Prozentbereich (Abbildung 32, Abbildung 33), aber auch deutlich höher als im bundesweiten Schnitt. Deutlich höher ist der Öko-Anteil bei den Mastenten (27 %) und bei den Mastgänsen (28 %) (siehe Anhang I). Rund jede dritte Legehenne in Hessen (32 %) lebt auf einem Öko-Betrieb (Abbildung 34) – deutschlandweit sind es nur 13 % (Werte siehe Tabelle 12).

Abbildung 32: Anzahl der Öko-Mastputen nach Landkreisen

Öko-Tiere in Hessen: 4.804

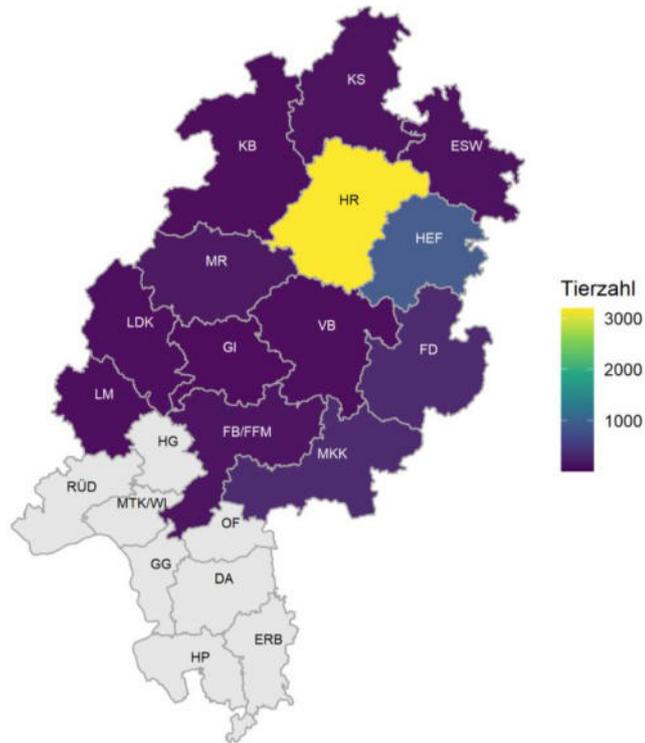


Abbildung 33: Anzahl der Öko-Masthähnchen und Masthähnchen nach Landkreisen

Öko-Tiere in Hessen: 74.443

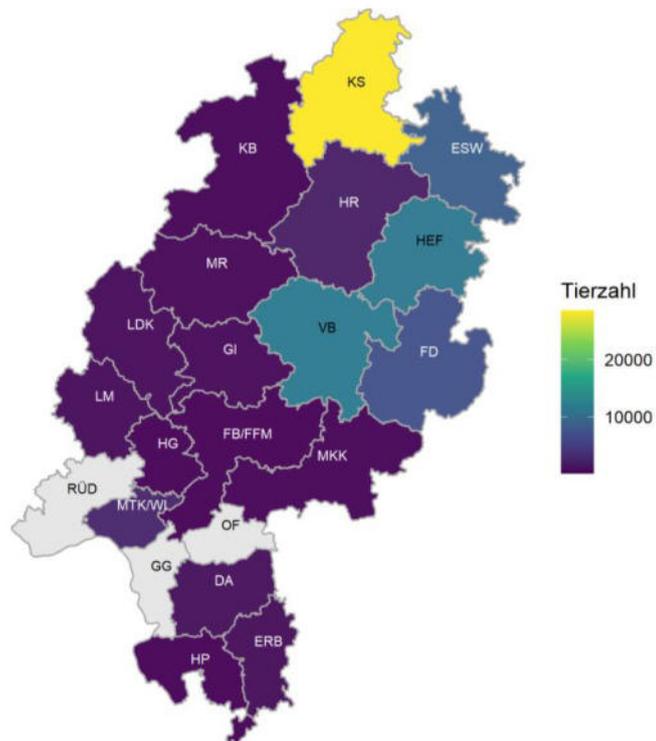


Abbildung 34: Anzahl der Öko-Legehennen nach Landkreisen

Öko-Tiere in Hessen: 313.126

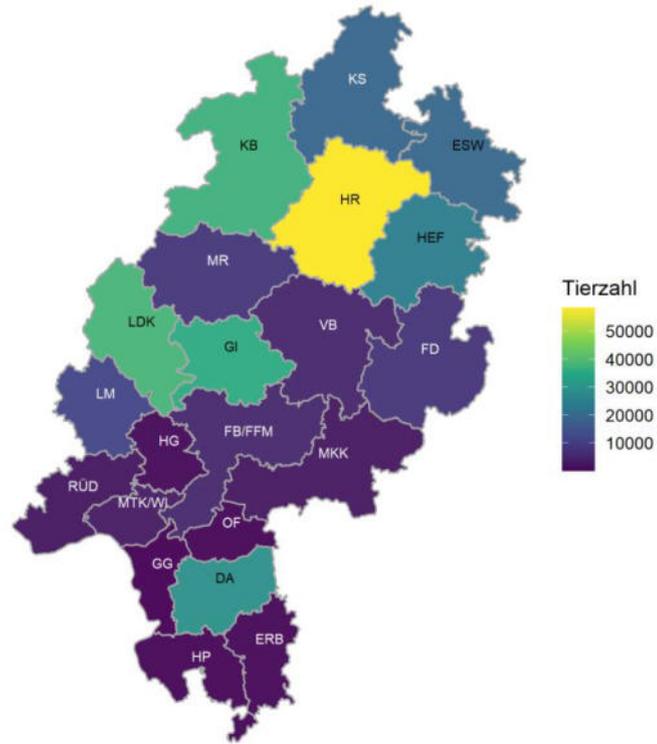


Tabelle 12: Öko-Geflügel nach Landkreisen (Anzahl)

Landkreis	Mastputen	Masthähnchen	Mastenten	Mastgänse	Legehennen
Bergstraße	0	10	0	0	532
Darmstadt	0	800	25	320	29.321
Groß-Gerau	0	0	0	1	43
Hochtaunuskreis	0	10	0	0	939
Main-Kinzig-Kreis	250	120	1.021	1.253	2.877
Main-Taunus-Kreis/WI	0	2.500	125	500	3.348
Odenwaldkreis	0	605	0	0	780
Offenbach	0	0	0	0	525
Rheingau-Taunus-Kreis	0	0	5	100	2.606
Wetteraukreis/FFM	50	30	15	36	5.694
Gießen	1	376	20	406	35.685
Lahn-Dill-Kreis	10	406	8	13	38.273
Limburg-Weilburg	15	500	20	150	11.544
Marburg-Biedenkopf	92	235	0	16	8.658
Vogelsbergkreis	15	11.486	510	1.190	5.301
Fulda	243	6.941	457	1.254	8.345
Hersfeld-Rotenburg	850	11.219	333	514	24.500
Kassel	40	28.682	15	475	18.960
Schwalm-Eder-Kreis	3.200	1.860	7	48	58.389
Waldeck-Frankenberg	6	143	9	25	37.288
Werra-Meißner-Kreis	32	8.520	660	972	19.518
Gesamt	4.804	74.443	3.230	7.273	313.126

2.2.2.2 Tierische Erzeugungsmengen (destatis und InVeKos)

Neben den in Kapitel 2.2.2.1 ausgewerteten InVeKos-Daten aus dem Agrarantrag, wurden die Daten für die Öko-Tierbestände der Landwirtschaftszählung 2020 des Statistischen Bundesamtes für Hessen entnommen. Die Landwirtschaftszählung 2020 war eine Pflichterhebung bei allen Landwirtschaftsbetrieben. Auskunftspflichtige sind durch § 11a BstatG (Bundesstatistikgesetz) verpflichtet einen Online-Fragebogen auszufüllen. Die Erhebung erfasst alle Tierbestände. Es bestehen jedoch Abschneidegrenzen, wodurch kleinere Tierbestände nicht berücksichtigt werden. Betriebe sind meldepflichtig, wenn sie die in Tabelle 13 aufgeführten Meldegrenzen überschreiten.

Tabelle 13: Meldegrenzen Landwirtschaftszählung

Landwirtschaftliche Flächen und Kulturen	
5,0 ha landwirtschaftlich genutzte Fläche	1,0 ha Dauerkulturfläche im Freiland
0,1 ha Produktionsfläche für Speisepilze	0,5 ha Obstanbaufläche
0,5 ha Hopfen	0,5 ha Rebfläche
0,5 ha Tabak	0,5 ha Baumschulfläche
0,1 ha Kulturen unter hohen begehbaren Schutzabdeckungen einschließlich Gewächshäuser	0,5 ha Gemüse oder Erdbeeren im Freiland
	0,3 ha Blumen oder Zierpflanzen im Freiland
Tiere	
10 Rinder	20 Schafe
50 Schweine	20 Ziegen
10 Zuchtsauen	1.000 Haltungsplätze für Geflügel
	3.000 Haltungsplätze für Legehennen

Daten über exakte Tierbestände auf Kreisebene gibt es in der Landwirtschaftszählung nicht. Dafür unterscheidet diese Zählung (die vom Statistische Bundesamt ausgewertet wird) zum Beispiel bei Rindern nach Milch-, Mutterkühen und Masttieren. Die Umrechnung der Tierbestände auf Milch- und Fleischproduktion orientiert sich an den Umrechnungsfaktoren, welche die AMI für diese Umrechnungen in der jährlichen Strukturdatenerhebung bei den Öko-Kontrollstellen verwendet.

Tabelle 14 vergleicht die InVeKos-Daten mit den destatis-Daten. Bei fast allen Tierarten ist die bei destatis ermittelte Tierzahl kleiner als bei den InVeKos-Daten. Das ist angesichts der Abschneidegrenzen und den dadurch fehlenden Kleinbeständen plausibel.

Tabelle 14: Vergleich der InVeKos Daten zu Tieren mit destatis-Daten

Durchschnittsbestände in Stück in unterschiedlichen Quellen in Hessen 2020			
	destatis	InVeKos	Unterschied
Jungmasthühner	49.076	74.443	52%
Puten	4.175	4.804	15%
Enten	1.642	3.230	97%
Gänse	6.160	7.273	18%
Legehennen *	312.434	313.126	0%
Mastschweine	10.006	11.649	16%
Sauen	886	916	3%
Rinder	69.185	70.037	1%
Ziegen	10.564	4.537	-57%
Schafe	30.920	30.690	-1%

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

* Destatis Inklusive AMI Zuschätzung von 16 % für Kleinbestände

Bei Enten (97 %) und Jungmasthühnern (52 %) ist die Abweichung sehr groß. Bei deutschlandweit 1,9 Mio. Öko-Masthähnchen wiederum ist der hessische Bestand ohnehin klein – nur 2,6 % bzw. 3,9 % der deutschen Bestände. Im Jahr 2020 gab es keine Bio-Geflügelschlachtereien mit EU-Zulassung (mehr als 10.000 Stück Geflügel Kapazität). Der Frischgeflügelhof Roth baut seit 2020 seine Schlachtstätte aus und hat inzwischen die EU-Zulassung erhalten. Außerdem gibt es ein Schlachtmobil und einen kleineren Schlachter, die Bioland Schlachtereien Schäfer. Daher dürften Kleinbestände für die Direktvermarktung vorherrschen. Durch die Abschneidegrenze von 1.000 Stück im Durchschnittsbestand sind die oftmals kleinen Strukturen bei Destatis nicht erfasst. Bei Puten und Gänsen sind die Unterschiede kleiner. Bei Enten ist ebenfalls von vielen Kleinbeständen für die Direktvermarktung auszugehen.

Bei den Legehennen liegt die Abschneidegrenze mit 3.000 Hennen pro Betrieb besonders hoch – 3.000 Tiere ist gerade die im Öko-Landbau maximal zugelassene Herdengröße. Dadurch hat die AMI die bei Destatis angegebene Zahl von 73.259 Hennen mit dem Faktor 1,16 multipliziert, und damit den gleichen Anteil von Kleinbeständen unterstellt, wie er auch für Deutschland gilt. Damit trifft die Zahl von 312.400 Legehennen fast genau die bei InVeKos ermittelte Zahl von 313.100.

Die Zahlen der Mastschweine und Sauen liegen aus beiden Quellen nah beieinander, erscheinen demnach plausibel. Auch die Zahl der Rinder und Schafe liegen aus beiden Quellen nah beieinander. Eine große Abweichung besteht noch bei den Ziegen, InVeKos meldet nur halb so viele Ziegen wie Destatis. Hier scheinen Betriebe mit Ziegen keine Förderung beantragt zu haben.

Die Milchproduktion wurde auf eine Anlieferungsmenge von rund 84 Mio. kg geschätzt. Diese ergibt sich aus den Anlieferungsmengen der vier Öko-Molkereien, die Milch in Hessen abholen. Darin nicht enthalten ist Kälbermilch und Ab-Hof-Vermarktung. Auf eine ähnliche etwas kleinere Zahl kommt man, wenn man die Milchanlieferung von Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland, welche die BLE als Gruppe 2020 mit 102,387 Mio. kg ausweist, betrachtet. In Hessen stehen 71 % der Milchkühe dieser drei Bundesländer. Bei gleicher Milchleistung in den 3 Bundesländern wären das 73 Mio. kg Milchanlieferung in Hessen. Auch hier sind Kälbermilch und Ab-Hof-Vermarktung nicht enthalten.

Für die Berechnung der Öko-Fleischproduktion wurden die schon seit Jahren verwendeten und immer wieder den Tierleistungen angepassten Umrechnungsfaktoren aus der AMI-Strukturdatenerhebung genutzt. Damit wird unterstellt, dass die hessischen Leistungskennzahlen mit denen in Deutschland übereinstimmen. Die Produktionszahlen sind generell in kg Schlachtgewicht angegeben. Die verwendeten Faktoren sind in Tabelle 15 gelistet.

Tabelle 15: Besondere Informationen der Berechnungsgrundlage

Nutztier	Umtriebe	Schlachtgewicht	
		in kg	Weitere Faktoren
Mastschweine	2,2	98	
Jungmasthühner	4,15	1,4	
Puten	2	11	
Gänse	1	4,5	
Enten	5	2,3	
Altkühe	-	330	22 % Remontierung
Kälber	-	130	5 % als Käber geschlachtet
Fleischrinder (1-2 Jahre)	-	330	40 % sind tragende Färsen (später Milchkühe)

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Für die Rinder gibt es in der Landwirtschaftszählung eine Unterteilung nach Altersklassen und bei den Rindern älter als zwei Jahre nach Fleisch- und Milchrindern. Bei jüngeren Kategorien müssen die Fleisch- und Milchrinder jedoch geschätzt werden. Nur bei Eurostat gibt es jährlich eine Angabe, wie viele Fleischrinder in Deutschland geschlachtet wurden. Daher hat die AMI die Rindfleischproduktion aus Fleischrindern auf zwei Wegen geschätzt, die zu ähnlichem Ergebnis führen. Zum einen wurde bei der Anzahl der Rinder zwischen 1 und 2 Jahren ein Anteil tragender Färsen von 40 % unterstellt. Zum anderen wurde der Hessen-Anteil an den deutschen Öko-Rindern mit einem Alter von 1-2 Jahren anhand von Destatis ermittelt (8 %) und mit diesem Anteil die Fleischrinderproduktion von der deutschen Zahl ausgehend ermittelt. Beide Wege führen zu einer Rindfleischproduktion bei den Fleischrindern von rund 2.500 t Schlachtgewicht. Bei den Altkühen wird eine Remontierungsrate von 22 % unterstellt, also wurden 22 % der Kühe geschlachtet. Nur 5 % der Kälber werden für Kalbfleisch geschlachtet. Bei den Fleischrindern gibt es weiterhin Tiere, die nicht als Öko-Tiere vermarktet werden. Dieses strukturelle Problem betrifft ganz Deutschland, aber vor allem Regionen mit weit verteilten kleineren Bio-Betrieben. Für die Bio-Bündler lohnt es sich dann nicht immer, für ein oder wenige Bio-Rinder weite Strecken zu einem Betrieb zu fahren, so dass der örtliche Viehhändler die Bio-Tiere mit aufkauft. In einigen Fällen gehen die Tiere auch an örtliche Gastronomen, die Bio nicht unbedingt ausweisen, weil die Zertifizierung zu aufwändig ist, die aber die Fleischqualität schätzen. Am meisten Bio-Tiere gehen beim Verkauf der Absetzer aus den Mutterkuhherden aus den Bio-Wertschöpfungsketten heraus, da es viel mehr Bio-Mutterkühe gibt als Bio-Mastrinderplätze.

Für die Umrechnung von Legehennen auf die Eierproduktion wurde eine andere Methode verwendet als bei der Berechnung der Milch- und Fleischproduktion, da die Mengen der Eier teilweise bereits miterfasst werden. Die Eierproduktion für Legehennenhaltungen mit mehr als 3.000 Tieren ist beim Statistischen Bundesamt registriert. Nicht berücksichtigt sind jedoch die Kleinhaltungen mit weniger als 3.000 Tieren. Daher erfassen in Deutschland die Öko-Kontrollstellen 2020 insgesamt (und die Jahre davor in ähnlichem Umfang) rund 16 % mehr Legehennen und mehr Eier. Dieser Aufschlag wurde auch für Hessen unterstellt – gleichermaßen für die Legehennen und die Eierproduktion, da sich die Anzahl an Eiern pro Henne kaum unterscheidet. Die Zahl der Legehennen insgesamt liegt demnach bei 312.400 und einer Öko-Eierproduktion von knapp 85 Mio. Stück.

Tabelle 16 stellt die tierischen Erzeugungsmengen in Hessen zusammen. Aus den oben beschriebenen Berechnungen ergibt sich insgesamt eine Öko-Fleischproduktion von 4.949 t Rindfleisch, 2.157 t Schweinefleisch und 424 t Geflügelfleisch, jeweils in Schlachtgewicht.

Tabelle 16: Tierische Öko-Erzeugnisse aus Hessen

Erzeugnis	Menge in t Schlachtgewicht
Rindfleisch (Altkühe)	2.269
Rindfleisch (Fleischrinder)	2.500
Kalbfleisch	203
Schweinefleisch	2.157
Hähnchenfleisch	285
Putenfleisch	92
Enten	19
Gänse	28
Milch in Mio. (kg)	84.000.000
Eier in 1.000 St.	84.980

2.3 Zwischenfazit

Der ökologische Landbau in Hessen ist geprägt durch die Bewirtschaftung von Dauergrünland in den Mittelgebirgsregionen. Daher ist die tierische Produktion, insbesondere die Haltung von raufutterverzehrenden Tieren, für die ökologische Landwirtschaft in Hessen von großer Bedeutung. Bei den Monogastriern insbesondere beim Geflügel bleibt der hessische Öko-Landbau in seiner Bedeutung hinter dem deutschen Durchschnitt zurück. Auf den ökologisch bewirtschafteten Ackerflächen werden neben Ackerfutter vor allem Getreide und Körnerleguminosen angebaut. Ob diese als Futtermittel oder direkt für die menschliche Ernährung verwendet werden, kann aus den Anbaudaten nicht ermittelt werden. Es ist jedoch anzunehmen, dass vom Getreide und den Körnerleguminosen ebenfalls ein erheblicher Teil verfüttert wird.

Hackfrüchte, Ölsaaten und Gemüse machen in Hessen nur einen sehr kleinen Teil der Öko-Fläche aus. Diese Kulturen sind tendenziell anspruchsvoller hinsichtlich Bodengüte, Agrartechnik, Arbeitseinsatz und Know-how. Sie ermöglichen jedoch auch deutlich höhere Deckungsbeiträge und werden von Verbraucher*innen auch in Öko-Qualität nachgefragt. Hier besteht also ein Potential für regionale Wertschöpfungsketten.

3 Arbeitspaket 2: Verarbeitung ökologischer Lebensmittel in Hessen

Neben der Erzeugung und dem Handel kommt der Verarbeitung für regionale Lebensmittel eine Schlüsselrolle zu, da die wenigsten Lebensmittel ohne Verarbeitungsschritte für Haltbarmachung und Konsumreife auskommen. Bisher liegen keine Informationen über die Struktur der Verarbeitung ökologischer Lebensmittel in Hessen vor. Vor diesem Hintergrund ist es Ziel dieses Arbeitspakets einen Überblick über Verarbeitungsbetriebe ökologischer Lebensmittel in Hessen zu geben. Am Beispiel ausgewählter Wertschöpfungsketten wird im Folgenden aufgezeigt, wo die Engpässe in der Versorgung mit regionalen Lebensmitteln aus Hessen liegen.

3.1 Struktur der Verarbeitungsbetriebe in Hessen

3.1.1 Vorgehensweise

Um einen Überblick über die Verarbeitungsbetriebe von ökologischen Lebensmitteln in Hessen zu erhalten, wurde zunächst eine Liste mit Unternehmen erstellt, die ökologische Rohstoffe für die menschliche Ernährung verarbeiten. Hierzu wurden die Verarbeitungsunternehmen in Hessen in der Datenbank des Bundesverbands der Öko-Kontrollstellen e.V. (BVK)⁸ (bioC.info) gesucht. Die Öko-Kontrollstellen⁹ der BVK führen ungefähr 90 % aller deutschen Öko-Kontrollen durch, so dass auch der Großteil der verarbeitenden Unternehmen dort gelistet ist. Die Suche wurde anhand hessischer Postleitzahlen durchgeführt. Die identifizierten hessischen Unternehmen aus der BVK-Datenbank wurden dann mittels Internetrecherche näher betrachtet: die Unternehmen mussten in ihrer Haupttätigkeit als Verarbeiter ökologischer Rohstoffe zertifiziert sein, und das Öko-Zertifikat wurde auf Aktualität überprüft. Von diesen Unternehmen wurden weitere Kontaktdaten, die Art des Unternehmens, die Art der Verarbeitung sowie wesentliche Produkte erfasst. Nach ihren Haupttätigkeiten wurden die Unternehmen in Bäckereien, Fleischverarbeitung inkl. Metzgereien, Getreideverarbeitung, Getreidemühlen, Milchverarbeitung, Obst- und Gemüseverarbeitung, Ölmühlen und Ölverarbeitung, Getränkehersteller oder Keltereien, Teigwarenherstellung und Eiverarbeitung, Gastronomie oder Catering, Kräuter oder Gewürze, Imkerei, Kaffeerösterei und Sonstiges kategorisiert.

Die Kategorisierung orientiert sich zur Vergleichbarkeit an anderen Studien. Daher werden auch die Getreidemühlen gesondert von der sonstigen Getreideverarbeitung ausgewiesen. Hier ist davon auszugehen, dass sich das Müllerhandwerk technisch deutlich von der Aufbereitung, Lagerung und Verarbeitung zu fertigen Produkten unterscheidet. Für die großen Bereiche Milch- und Fleischverarbeitung wurden weitere Unterteilungen vorgenommen, die aber aus Gründen der Vergleichbarkeit gesondert und nicht in der Gesamtübersicht der Verarbeiter (Abbildung 35) dargestellt werden.

3.1.2 Ergebnisse

Insgesamt wurden 666 Öko-Verarbeitungsbetriebe in Hessen identifiziert, davon sind 338 Betriebe auch als landwirtschaftliche Betriebe registriert (BLE, 2021)¹⁰. Hierzu zählen auch landwirtschaftliche Betriebe, die für den Direktabsatz (Hofladen, Liederdienst etc.) ihre landwirtschaftlichen Erzeugnisse

⁸ <https://www.oeko-kontrollstellen.de/suchbiounternehmen/SuchForm.php>

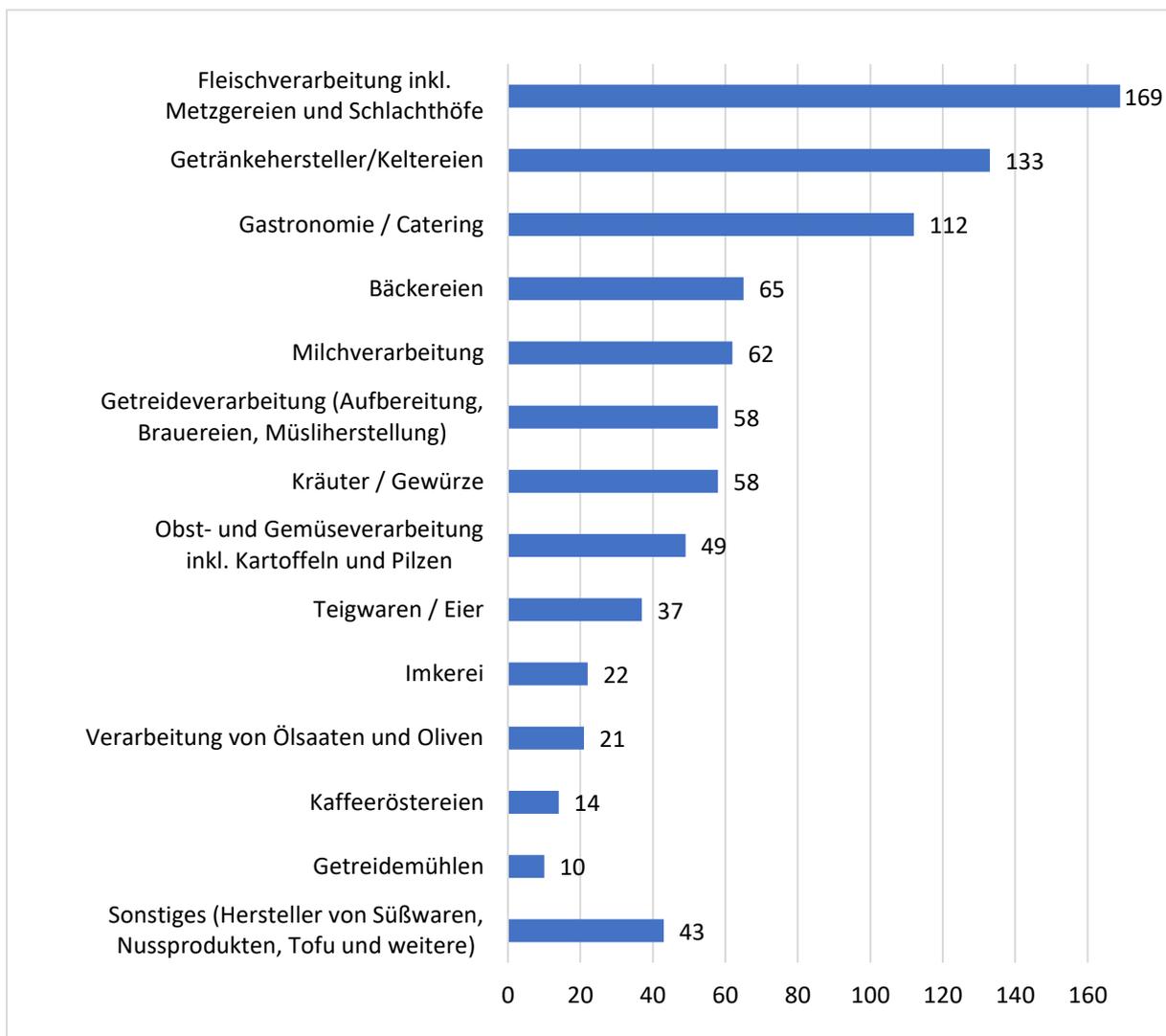
⁹ <http://bvk.oeko-kontrollstellen.de/de/mitglieder/>

¹⁰ https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/Landwirtschaft/Oekologischer-Landbau/ZahlenOekolandbau2021.pdf;jsessionid=10A9170E358AFB3F4537B01A05E00619.1_cid335?__blob=publicationFile&v=2

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

selbst verarbeiten. Mehrfachnennungen in den Verarbeitungskategorien waren möglich, so dass es insgesamt 853 Nennungen gibt. Am häufigsten sind mit jeweils über 100 Nennungen Fleischverarbeitungsbetriebe inklusive Metzgereien und Schlachthöfen, Getränkehersteller und Keltereien, sowie Gastronomie und Catering zu finden (Abbildung 35). Mit einigem Abstand folgen mit jeweils circa 60 Nennungen Bäckereien, Milchverarbeiter, Getreideverarbeiter inklusive Brauereien und Müsliherstellern, und Kräuter- und Gewürzhersteller. Obst- und Gemüseverarbeitung wurde von 48 Betrieben genannt, Teigwarenherstellung/Eierverarbeitung von 37 Betrieben. Im letzten Viertel befinden sich Imkereien und Verarbeiter von Ölsaaten und Oliven mit jeweils circa 20 Nennungen, sowie Kaffeeröstereien und Getreidemühlen mit je circa 10 Nennungen. In der Kategorie „Sonstiges“ befinden sich Hersteller von Süßwaren, Nussprodukten, Tofu und weiteren Produkten mit nur einzelnen Nennungen.

Abbildung 35: Ökologische Verarbeitungsbetriebe in Hessen nach Kategorien



Quelle: Eigene Recherche; * Mehrfachnennungen möglich

Beispielhaft werden die Fleisch- und die Milchverarbeitung in ihrer räumlichen Verteilung in Hessen näher betrachtet.

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Für die **fleischverarbeitenden Betriebe** wird deutlich, dass die große Anzahl vor allem durch Direktvermarkter zustande kommt (Abbildung 36). 109 Betriebe lassen ihre Rinder meist im Lohn schlachten und verarbeiten/zerlegen die Schlachtkörper dann selber für den Direktabsatz. 57 Betriebe verarbeiten Fleisch im Lohn für andere Betriebe und/oder beliefern den Einzelhandel oder mehrere kleine Wiederverkäufer. Weiterhin wurden 23 zertifizierte Schlachtstätten identifiziert (Abbildung 36). Davon sind drei Schlachtstätten als Viehhandel und Schlachtstätte zertifiziert, Zerlegung ist nicht ersichtlich. Vier Schlachtstätten dienen dem Direktabsatz ab Hof. Die 16 verbleibenden Schlacht- und Zerlegebetriebe verarbeiten im Lohn und zählen somit auch zu den 57 Fleischverarbeitern im Lohn.

Abbildung 36: Fleisch- und Milchverarbeitung, Unterkategorien

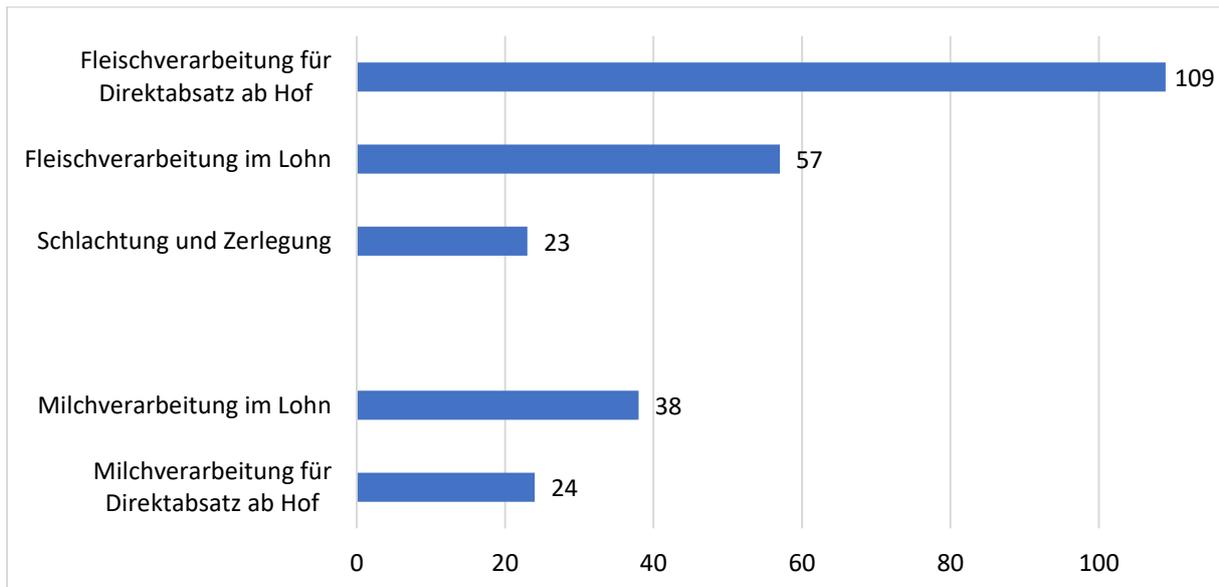
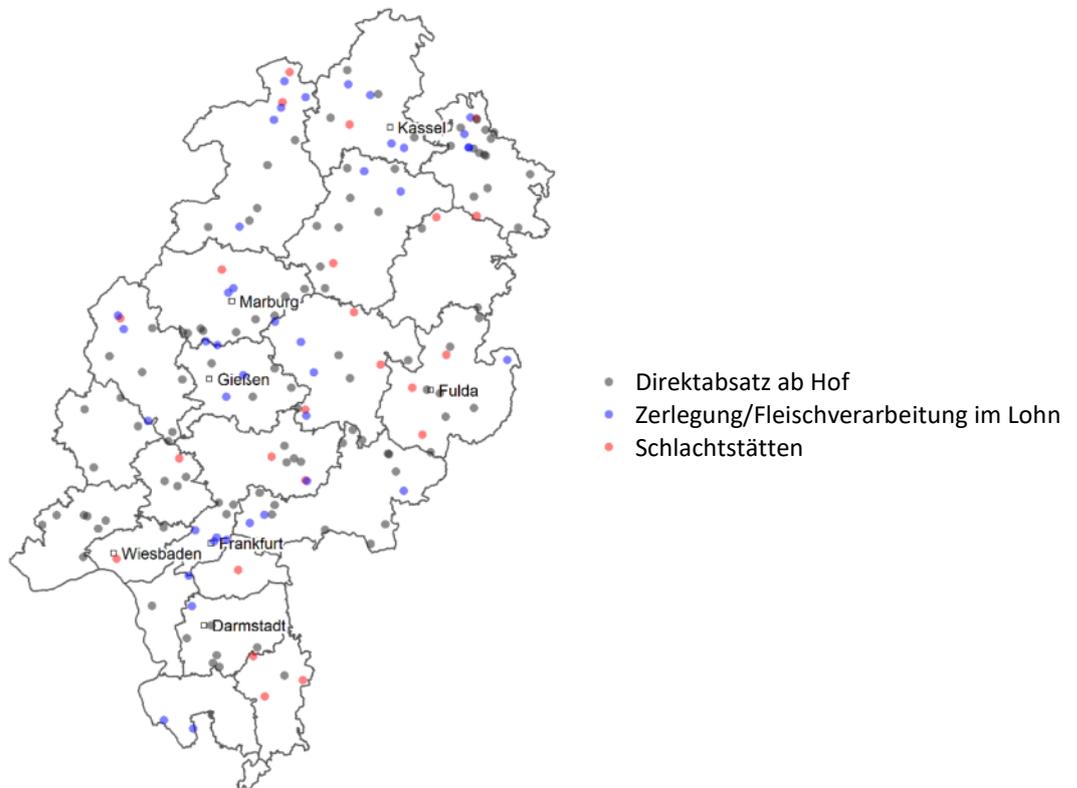


Abbildung 37: Öko-Fleischverarbeiter in Hessen

Anzahl: 169



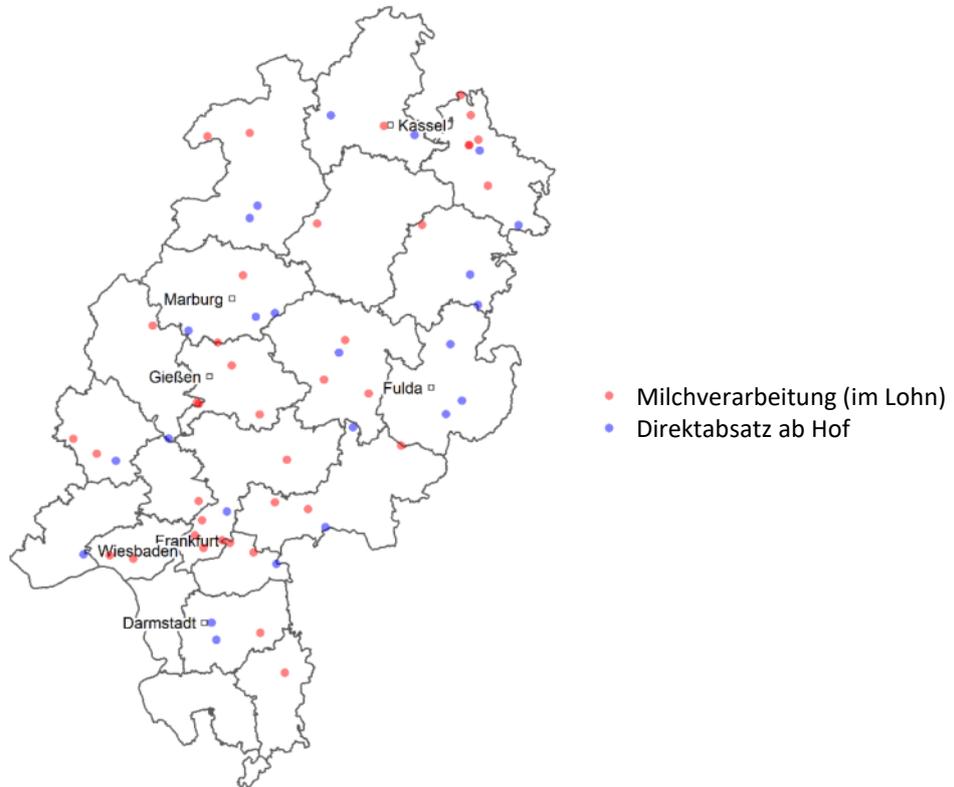
Schaut man sich die Verteilung der Verarbeitungsbetriebe für Fleisch an, wird deutlich, dass der Direktabsatz ab Hof in ganz Hessen verteilt ist (Abbildung 37). Dies korreliert mit dem hohen Anteil an ökologischem Dauergrünland in Hessen, das sich besonders für die extensive Fleischrinderhaltung eignet.

Auch bei der **Milchverarbeitung** spielen Direktvermarkter mit eigener Verarbeitung eine wichtige Rolle. Hier übersteigt die Zahl der reinen Verarbeiter die der Betriebe mit Verarbeitung nur für den eigenen Direktabsatz. 38 Betriebe verarbeiten die Milch für den Einzelhandel oder kleinere Wiederverkäufer, wohingegen 24 Betriebe die Milch für die eigene Direktvermarktung verarbeiten bzw. veredeln (Abbildung 36). Die höhere Zahl der reinen Verarbeiter ist vermutlich darin begründet, dass eine hofeigene Käserei deutlich mehr Ressourcen und Knowhow benötigt, als eine hofeigene Fleischverarbeitung. Hinzu kommt, dass Milch und Käse immer anfallen, während die Schlachtung von hofeigenen Tieren auf bestimmte Termine im Jahr verteilt werden kann und wird.

Die Milchverarbeitung für den Direktabsatz ab Hof ist ähnlich der Fleischverarbeitung für den Direktabsatz ab Hof über ganz Hessen verteilt, jedoch mit deutlich geringerer Dichte. Die Milchverarbeitung im Lohn für den Einzelhandel oder kleinere Wiederverkäufer ist vor allem mit der Upländer Bauernmolkerei im nordwestlichen Teil und sonst in Nordhessen östlich von Kassel sowie in Mittelhessen zwischen Marburg, Gießen und Frankfurt zu finden (Abbildung 38).

Abbildung 38: Öko-Milchverarbeitung in Hessen

Anzahl: 62



3.2 Ausgewählte Wertschöpfungsketten

Ziel dieses Untersuchungsschrittes ist es einen ersten Einblick in ausgewählte ökologische Wertschöpfungsketten (WSK) mit Fokus auf Erzeugung und Verarbeitung für die menschliche Ernährung zu gewinnen. Es werden Stärken und Schwächen bzw. Herausforderungen identifiziert.

Die Auswahl der untersuchten WSK fiel auf Fleisch, Kartoffeln und Sonderkulturen (z.B. Lein, Leindotter, Sonnenblumen und Linsen). Die ersten beiden WSK wurden aufgrund ihrer relativ großen Relevanz und die dritte aufgrund des vermuteten Potenzials für regionale WSK ausgewählt. Zur Erfassung des Status Quo, der Stärken und Schwächen sowie der Herausforderungen der ausgewählten regionalen Wertschöpfungsketten wurden strukturierte Interviews mit verschiedenen Akteuren der jeweiligen WSK durchgeführt.

Die hier vorgestellten Ergebnisse beruhen überwiegend auf Experteninterviews mit Vertretern der Wertschöpfungsketten, die im Rahmen dieser Studie durchgeführt wurden. Aufgrund der begrenzten finanziellen Mittel dieser Studie konnten nur wenige Interviews geführt werden, so dass die Ergebnisse teilweise als vorläufig anzusehen sind. Die Interviews wurden durch eine Auswertung der Daten des GfK-Haushaltspanels aus 2021 ergänzt, eine detaillierte Darstellung findet sich in Kapitel 4.1.

3.2.1 Kartoffeln

3.2.1.1 Vorgehensweise

Zur Bestimmung der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken innerhalb der Wertschöpfungsketten für verschiedene Produktbereiche der hessischen Lebensmittelkette wurden Experteninterviews durchgeführt. Für die telefonische Befragung hat die AMI einen Gesprächsleitfaden entworfen (siehe Anhang II). Dadurch war während der Gespräche einerseits eine Orientierung gegeben und andererseits war eine einheitliche Erhebung qualitativer Daten sichergestellt. Es wurde versucht eine ungezwungene, ähnlich wie in einem Gespräch verlaufende Atmosphäre herzustellen. Dazu wurden die Fragen nichtchronologisch „abgearbeitet“, sondern vom Interviewenden flexibel auf Antworten eingegangen und die entsprechenden Fragen an geeigneter Stelle im Gespräch gestellt. Teilweise hatten die Befragten auch Fragen an die Interviewenden. Die Auswertung erfolgt mittels qualitativer Inhaltsanalyse der aufbereiteten Gesprächsnotizen. Dabei sind die wesentlichen Aussagen der Experten kontextunabhängig auf die einzelnen Problemaspekte der Kategorien im Leitfaden zusammengefasst.

Für die Experteninterviews wurde zunächst im Internet nach wichtigen Akteuren der WSK Bio-Kartoffeln in Hessen recherchiert. Eine große Hilfe waren hierbei die Projektleiter*innen von ausgesuchten Öko-Modellregionen in Hessen. Diese haben konkrete, für die Interviews geeignete Experten genannt und zuvor selbst an den Leitfaden gestützten Interviews teilgenommen. Insgesamt wurden fünf telefonische Interviews zum Thema Verarbeitung von Bio-Kartoffeln durchgeführt. Zwei Interviews wurden mit Experten von ausgewählten Öko-Modellregionen geführt und drei mit Betriebsleiter*innen von Bio-Verarbeitungsunternehmen in Hessen.

Die Themen der Befragung waren Verarbeitung, Vermarktung, Regionalität, Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken sowie Wünsche für die Zukunft in Bezug auf die regionale Bio-Verarbeitung in Hessen erfragt. Die Interviews fanden im Mai 2022 statt und dauerten bis zu 1,5 Stunden.

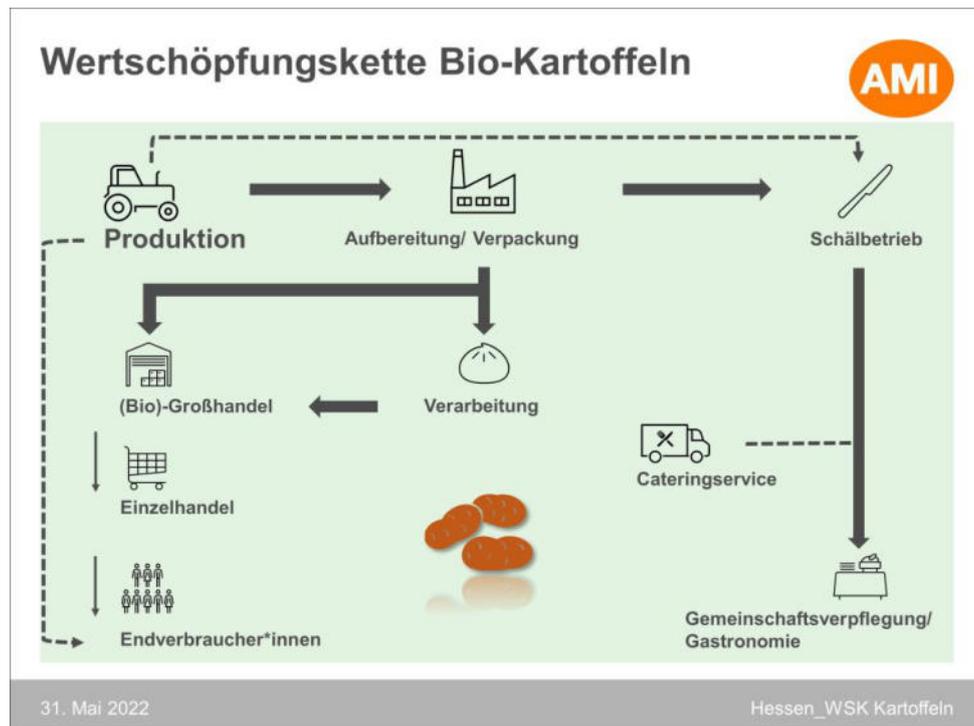
3.2.1.2 Ergebnisse

Status Quo / Überblick

Der Anbau von Bio-Kartoffeln beläuft sich in Hessen auf rund 500 ha. Dies sind 11 % der Kartoffelfläche des Bundeslandes. Die Bio-Kartoffelflächen befinden sich überwiegend in Nordhessen und in der Wetterau. Hier fand das Projektteam eine Vielzahl von bereits bestehenden Wertschöpfungsketten vor, die sich sowohl mit der Erzeugung, dem Sortieren, Abpacken und Vermarkten von Bio-Speisekartoffeln an den LEH befassen, als auch den vorgelagerten Verarbeitungsstufen für die Belieferung des Außer-Haus-Markts.

Die Wertschöpfungskette von Bio-Kartoffeln ist komplex. Sie reicht vom Acker über Verarbeiter/Abpacker und den Großhandel bis hin zu den Endverbraucher*innen. Kartoffeln werden sowohl als Frischware als auch in Form verarbeiteter Erzeugnisse von den Endverbraucher*innen konsumiert – je nach Verwendungszweck unterscheiden sich daher die einzelnen Schritte teilweise in der Wertschöpfungskette. Die einzelnen Kettenglieder der Wertschöpfungskette Bio-Kartoffeln sind in Abbildung 39 beispielhaft dargestellt.

Abbildung 39: Wertschöpfungskette Bio-Kartoffeln



Der Anbau von Bio-Kartoffeln erfolgt in der Regel für den Frischmarkt. Die Speisekartoffeln werden von den Landwirten angebaut, geerntet und teilweise auf dem Hof gelagert. Sofern die Bio-Kartoffeln nicht als frische Speisekartoffeln direkt ab Hof vermarktet werden, gelangen die Speisekartoffeln zum Packbetrieb. Hier werden die Kartoffeln sortiert, gewaschen, abgepackt und dann an den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) oder Naturkostgroßhandel verkauft. Für den LEH werden auch Kartoffeln verarbeitet, die dann als Pommes oder Krokette in den Tiefkühltruhen des Handels zu finden sind. Dieser Verarbeitungsweg und auch die industrielle Verarbeitung von Kartoffeln zu Stärke oder Flocken sind nicht Gegenstand dieser Betrachtung. Ein Interviewpartner bietet jedoch neben dem

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Frischmarkt und der Schälung auch eine Zubereitung von tiefgekühlten Pommes für die Gastronomie an.

Lediglich die nicht für den LEH als Speisekartoffeln geeignete Ware kommt in die Verarbeitung bzw. zum Schälbetrieb. Im Schälbetrieb werden die Kartoffeln gereinigt, geschält, geschnitten und vakuumiert (Abbildung 39). Neben rohen, vakuumierten Kartoffeln können auch dampfgegart Kartoffeln für die Kunden aufbereitet werden. Die Bio-Kartoffeln werden je nach Kundenwunsch ganz, in Scheiben oder in Würfeln verarbeitet. Gemeinsam ist den solchermaßen verarbeiteten Bio-Kartoffeln, dass sie gekühlt werden müssen. Auch der Transport zum Kunden – in der Regel Großküchen der Region - erfolgt im Kühlwagen. In den Fällen, in denen die Kunden nicht direkt vom Bio-Verarbeitungsunternehmen beliefert werden, ist ein regionales Cateringunternehmen zwischengeschaltet. Dies bereitet die Mahlzeiten zu, je nach Bestellwunsch der Kunden, und liefert sie aus. Die Abfälle der Verarbeitung gehen in die Kläranlage oder als Futter an die Tiere.

Kartoffelverarbeitung und -absatz in Hessen (an Beispielen)

In Hessen gibt es eine Vielzahl von gemeinnützigen Einrichtungen, die unter anderem auch in landwirtschaftlichen Betrieben Bio-Kartoffeln erzeugen, schälen und für die Gastronomie bereitstellen. Die Einrichtungen haben die Aufgabe, Menschen mit Behinderungen individuell zu fördern und zu qualifizieren und sie beruflich zu integrieren. Die kommerzielle Erzeugung und Vermarktung von Lebensmitteln spielen bei den Einrichtungen eine wichtige Rolle. In Nordhessen befinden sich mehrere Einrichtungen für Menschen mit Behinderung, aber auch Jugendhilfe und Suchthilfe, unter dem Dach von Hephata Hessisches Diakoniezentrum e.V.. Hephata hat 2008 den Förderpreis für Öko-Landbau bekommen. Die Kommission hat die Bewerbungen begutachtet und explizit das Thema soziale Arbeit und regionale Vermarktung in den Vordergrund gestellt. Am Standort Richerode befindet sich die landwirtschaftliche Urproduktion, im Zechenhof wird sortiert und verpackt. Das Schälen der Bio-Kartoffeln findet auf Gut Halbersdorf statt, wo sich auch ein Kartoffellagerhaus mit Sortierung, Aufbereitung und Kühlung befindet. Einer der Abnehmer ist das Studentenwerk der Uni Kassel, ein anderer die Einzelhandelskette Edeka. Die Hephata Diakonie vertreibt rohe und dampfgegart Kartoffeln – je nach Kundenwunsch ganz, in Scheiben oder gewürfelt. Zusätzlich werden in Richerode Zwiebeln und Möhren geschält und ebenfalls an Großküchen geliefert. Auch diese Ware wird im eigenen Kühllager auf fünf Grad Celsius gekühlt und im eigenen Kühlwagen zu Großküchen der Region ausgebracht – die Mensa der Universität Kassel, die Kantine von Braun Melsungen, Kindergärten und Schulumensan.

Ungefähr 50 km von Kassel entfernt befindet sich das Hofgut Rocklinghausen in Korbach. Als Teil des Lebenshilfe-Werks Kreis Waldeck-Frankenberg e.V. wird auf dem Hofgut Rocklinghausen Landwirtschaft betrieben. Hier arbeiten Menschen mit Beeinträchtigung und hauptamtliche Kolleginnen und Kollegen, die Kinder, Jugendliche und Erwachsene betreuen, unterstützen und fördern. Seit 1990 wird der Hof nach Bioland-Richtlinien bewirtschaftet. Ein moderner Schälbetrieb arbeitet als Zulieferer von Großküchen, hier werden außer Kartoffeln unterschiedliche Gemüse, wie Möhren und Zwiebeln verarbeitet. Das Hofgut Rocklinghausen beliefert seit über 10 Jahren das Bio-Catering-Unternehmen „Biond“ in Kassel mit geschälten Kartoffeln und einigen Fleischprodukten. Das Catering-Unternehmen Biond wiederum beliefert Kindergärten, Schulen, Mensen mit Bio-Essen. Seit 2021 existiert auch ein Online-Angebot zur Bestellung von Bio-Mittagessen.

Der Antoniushof ist ein Demonstrationsbetrieb für soziale und ökologische Landwirtschaft. Der in Haimbach bei Fulda liegende Betrieb bereitet Bio-Kartoffeln als Frischware für den LEH auf und verarbeitet die Knollen auch weiter. Es gibt viele verschiedene Betriebszweige: Milchkühe, Kartoffeln mit Schälbetrieb, Ackerbau und Gemüse sowie 45 Sauen im fast geschlossenen System. Auf die Schweineproduktion wird im Kapitel zur Fleischwertschöpfungskette Bezug genommen. Es gibt einen

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Kartoffelschälbetrieb mit Sortierung und Kühllhäusern. Der Antoniushof liefert auch frische Bio-Speisekartoffeln an den regionalen LEH. Tegut verwendet die eigene Marke „Antoniushof Bio“ für die Vermarktung. Neben dem Vertrieb über den LEH wird auch direkt ab Hof verkauft.

Die befragten Betriebsleiter*innen haben sich in Bezug auf die Vermarktung ihrer Bio-Kartoffeln breit aufgestellt. Bei verarbeiteten Bio-Kartoffeln steht die Vermarktung an die Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung im Vordergrund. So werden Kindertagesstätten, Schulen, Kliniken, Betriebsrestaurants oder auch Kantinen in öffentlichen Einrichtungen beliefert. Bei Gemeinschaftsverpflegung wurde explizit auch die Belieferung von Kurkliniken genannt. Neben den bereits genannten Absatzwegen Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, LEH, Naturkosthandel spielt für frische Kartoffeln auch Direktabsatz über Wochenmärkte und Bio-Märkte in Kassel und Göttingen eine Rolle. Auch eine Markthalle in Kassel mit einem großen Bio-Gemüsestand dient als Absatzweg für die frischen Bio-Kartoffeln.

Bei frischen Kartoffeln für den LEH gibt es verschiedene regionale WSK. Die großen Ketten bedienen sich aus ihren Zentrallagern, die ihre Ware wiederum von den großen Packern erhalten. Tegut bekommt die Bio-Kartoffeln die meiste Zeit des Jahres vom unterfränkischen Abpacker „Remlinger Rüben“, der zwar in der Tegut-Region liegt, aber nicht in Hessen. Es gibt auch einige regionale Aktivitäten des LEH. Dafür packen einige größere Produktionsbetriebe ihre eigenen und regionalen Kartoffeln. Das Hofgut Marienborn in der Wetterau beispielsweise vermarktet unter der eigenen Marke gepackte Kartoffeln in Rewe Märkten der Rhein-Main-Region. Die Kartoffeln werden dort sehr gut angenommen.

Beispielhaft sei hier auch das Landmarkt Programm der Rewe erläutert. Die Landwirte erhalten Regal-Stellfläche in den Läden und bestücken diese selbst mit ihren Produkten. Es gibt zwei Modelle: entweder rechnen die Landwirte komplett selbst ab, nehmen dann auch die Retouren zurück, oder die Rewe-Läden erhalten eine größere Marge und nehmen selbst die Retoure/Abschriften zurück. Dabei sind explizit nur Landwirtschaftsbetriebe, nicht aber reine Verarbeiter zur Teilnahme berechtigt. So soll eine landwirtschaftliche Direktvermarktung nachempfunden werden. Der Vorteil für die Landwirte ist der direkte Weg zu den Kunden. Die Nachteile bestehen in der aufwändigen Belieferung, sowie in dem höheren Risiko in dem Modell mit selbstständiger Abrechnung. Daher versuchen die Landwirte möglichst ins reguläre Sortiment aufgenommen zu werden – dazu brauchen sie aber die entsprechenden durchgängig verfügbaren Mengen – oder sie liefern über die Vermarktungswege Geprüfte Qualität Hessen oder Bio aus Hessen der MGH Gutes aus Hessen in die Märkte.

Bedeutung der Öko-Modellregionen beim Aufbau von Wertschöpfungsketten für Kartoffeln

Für den Aufbau und die Förderung von regionalen Wertschöpfungsketten für Bio-Produkte spielen auch die Öko-Modellregionen in Hessen eine wichtige Rolle. Mehrere Öko-Modellregionen arbeiten mit Kartoffeln, die genaue Zahl ist nicht bekannt. Die jeweiligen Projektleitungen unterstützen die Marktakteure dabei, individuelle Lösungen zu entwickeln, um Wertschöpfungspotenziale in ihren Regionen nutzbar zu machen. So wurde beispielsweise in der Öko-Modellregion Wetterau im Rahmen der „Dollen Knolle Wetterau“ der Ausbau und die Vermarktung der dortigen Bio-Kartoffeln in den Vordergrund gerückt. Das Projekt verfolgt das Ziel, die Wertschöpfungskette für Bio-Kartoffeln auf- und auszubauen und setzt sich aus Marktakteuren der verschiedenen Wertschöpfungsstufen zusammen: Landwirtschaft, Verarbeitung, Handel und Großküchen. Ein Verarbeitungsbetrieb aus der Gegend schält die Kartoffeln und der Bio-Großhandel liefert in die Großküchen von Kindergärten, Schulen und Unternehmenskantinen und zwar auch nach Frankfurt. Den Anstoß zur Gründung des Projekts „Dolle Knolle Wetterau“ gab die steigende Nachfrage nach regionalen Bio-Lebensmitteln, sowohl im Einzelhandel als auch in den Großküchen. Die Wetterau befindet sich im Einzugsgebiet der

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Großstadt Frankfurt, die sich im AP 3 bei Auswertung des GfK-Haushaltspanels als besonders kaufkräftig herausgestellt hat (Hessisches Statistisches Landesamt, 2022)¹¹.

Im Norden von Hessen haben sich der Landkreis Kassel und der Werra-Meißner-Kreis zur Öko-Modellregion Nordhessen zusammengeschlossen. In dieser Region befindet sich auch die größte Anbaufläche von Bio-Kartoffeln. In der Öko-Modellregion gibt es eine Vielzahl von Projekten, um die Erzeuger*innen und Verarbeiter*innen von ökologischen Lebensmitteln stärker untereinander, mit den Verbraucher*innen sowie Akteur*innen aus Gastronomie und Tourismus zu vernetzen. Interessant ist in diesem Zusammenhang die im Aufbau befindliche Markthalle in Eschwege. Hiermit soll eine Bündelung des vielseitigen regionalen Angebots gebündelt werden. Als Kunden sollen die Großküchen der Region bedient werden. Hierzu werden auch geschälte Kartoffeln benötigt. Für die Schälung sollen auch konventionellen Verarbeiter gewonnen werden. Die Hemmnisse beim Aufbau von geeigneten regionalen Verarbeitungsstrukturen werden nachfolgend betrachtet.

Von zwei der Befragten wird die Entstehung einer neuen Markthalle in Hessen als ein zukunftsweisendes Projekt, auch für die Kartoffelvermarktung gesehen. Die Markthalle Werra-Meißner ist ab Juni 2022 geplant und befindet sich in Eschwege. Die Markthalle soll eine zentral gelegene Annahme- und Verteilstelle werden, über die Landwirte aus der Region ihre Erzeugnisse vermarkten können. Kunden sollen zunächst mal Caterer, Gastronomie, Kantinen und Großküchen sein (Marten, 2022, persönlich). Das Prinzip der Markthalle Werra-Meißner beschreibt der Vorsitzende des Kreisbauernverbands Torsten Möller im März 2022 in der Witzenhäuser Allgemeine¹²: „Jeder der Gesellschafter stellt verschiedene regional erzeugte Lebensmittel – egal ob konventionell oder biologisch – zur Verfügung. So ergibt sich die Produktpalette, die momentan von Rind- und Schweinefleisch über Hühner, Puten, Eier, Milchprodukte, Nudeln, Kartoffeln bis zu unterschiedlichen Sorten von Obst und Gemüse reicht. Was die Gesellschafter selbst nicht produzieren, könnte von Erzeugern aus der Region zugekauft werden. Alle Produkte werden in der alten Brauerei im Herzen der Eschweger Innenstadt angeliefert, gelagert und an die Großkunden verteilt. Für das Management soll ein Mitarbeiter mit Erfahrung im Kaufmännischen und mit Lebensmitteln eingestellt werden, der die Markthalle aufbaut.“

Definition des Begriffs „Regionalität“, Herkunft der Rohstoffe, Interesse an regionaler Herkunft

Auf die Frage: „Wie würden Sie regionale Verarbeitung und Vermarktung von Bio-Produkten in Hessen kennzeichnen?“, haben die befragten Verarbeiter von Bio-Kartoffeln mehrheitlich die Entfernung bzw. die kurzen Wege genannt. Neben einem „überschaubaren“ Lieferradius nannte einer der Befragten, die eindeutige Erkennbarkeit von regionalen Produzenten und Verpackern.

Bei den befragten hessischen Bio-Kartoffelverarbeitern stammen die Kartoffeln in der Regel aus der Region. Da die Bio-Knollen teilweise bis weit ins kommende Frühjahr gelagert werden können, sind Kartoffeln auch gut und überwiegend aus heimischem Anbau verfügbar. Allerdings ist es schwierig, ganzjährig gleichbleibende Qualität zu liefern. Gegen Ende der Lagersaison, wenn noch keine Frühkartoffeln aus Hessen verfügbar sind, werden Frühkartoffeln aus den klimabegünstigten Gebieten in der Pfalz zugekauft. Es dauert besonders im Norden Hessens eine Weile bis wieder erste Frühkartoffeln geerntet werden können.

Alle befragten Experten waren der Meinung, dass der regionale Bezug und die regionale Vermarktung von Bio-Produkten wichtig sind. Die Gesprächspartner*innen waren ausnahmslos am regionalen Bezug

¹¹ <https://gis-hsl.hessen.de/portal/apps/dashboards/3dd31c114d0744d790e1f13a96e0df03>

¹² Witzenhäuser Allgemeine, Lokales, 25. März 2022.

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

der Rohstoffe interessiert und haben dies auch bei der Zulieferung von Rohstoffen und Kooperationen mit anderen Bio-Betrieben als Kriterium angemerkt.

In welcher Weise Regionalität ausgelobt werden soll, wird jedoch differenziert gesehen. So ist Hessen als Region für manch einen der Befragten nicht immer ausreichend. Vielmehr seien einzelne Regionen für bestimmte Bio-Erzeugnisse typisch und diese Besonderheit müsste auch bei der Herkunftsbezeichnung erhalten bleiben. Auch würden die Kunden bestimmte Produkte mit einer jeweiligen Region in Zusammenhang bringen, wie z.B. die „Dolle Knolle aus der Wetterau“. Dabei ist nach Einschätzung mancher Gesprächspartner*innen der Regionalbezug in den ländlichen Regionen wie Nordhessen oder dem Vogelsberg stärker ausgeprägt als im städtischen Rhein-Main-Gebiet. Ein allgemeines regionales Herkunftszeichen war nicht bei allen Befragten als wichtiger Vermarktungsvorteil erachtet worden. Vielmehr kann auch ein eigenes Betriebslogo die Regionalität ausloben, gerade wenn der Betrieb einen gewissen Bekanntheitsgrad in der Region hat.

Schwächen und Stärken

Zu den **Schwächen** gehört die teilweise schwache Infrastruktur vor allem im nordhessischen Raum wie im Landkreis Waldeck-Frankenberg. Bei sehr ländlicher Lage eines Betriebs ist es schwierig, Kundenanfragen schnell zu bedienen, und das Ausliefern der Bio-Kartoffeln verursacht hohe Transportkosten. Dies wurde teilweise explizit als Hürde beim Ausbau der Bio-Produktion und -Vermarktung gesehen. Für Betriebe in diesen Regionen bieten sich keine Möglichkeiten des Direktabsatz an Endkunden. Auch haben Orte in diesen Regionen in der Regel keine Bioläden. Einige der befragten Betriebe vermarkten frische Bio-Kartoffeln zwar abgepackt an den regionalen Lebensmitteleinzelhandel, haben aber Schwierigkeiten, die geforderten Mengen zuverlässig zu liefern.

In einigen Regionen gibt es keine koordinierte Vermarktung. Sofern diese von den Betroffenen nicht selbst in die Hand genommen wird, fehlt es an einem regionalen Bio-Großhandel oder auch einer zentralen Stelle zur Bündelung der regionalen Erzeugnisse. Auch müsste sich hierfür jemand verantwortlich fühlen, der die Ware koordiniert und die Bestellungen entgegennimmt.

Als eine wesentliche Hürde bei der Verarbeitung von regionalen Bio-Kartoffeln wurden Qualitäts- und Ertragsschwankungen bei der Rohware genannt. Der Anspruch der Abnehmer an eine ganzjährig gleichbleibende Qualität ist groß. Bei der Beschaffung von Bio-Kartoffeln für die Verarbeitung gebe es je nach Erntevolumen große Preisschwankungen. Auch sei der Bio-Anbau nicht ohne Schwierigkeiten, gerade für Neueinsteiger. Ein Verarbeiter berichtet davon, dass er mehrere Betriebe für den Bio-Kartoffelanbau gewonnen hat, die nach einem schweren Krautfäulejahr wieder ausgestiegen sind. Auch wird der Anbau von Bio-Kartoffeln primär für den frischen Speisekartoffelbereich betrieben und nur der Ausschuss geht in die Verarbeitung. Aber auch die Verarbeitung braucht verlässliche Mengen, um die betrieblichen Kapazitäten auszulasten und die Nachfrage der Kunden gleichmäßig zu bedienen.

Auch eine lange Lagerung der Bio-Kartoffeln ist erforderlich, um fast ganzjährig eine Verarbeitung und Belieferung gewährleisten zu können. Nach der Lagersaison und vor Beginn der ersten inländischen Bio-Frühhkartoffeln aus der unmittelbaren Region, müssen aus Frühgebieten wie der Pfalz Frühhkartoffeln zugekauft werden. Bei schwachen Erntejahren kann es sein, dass dann die Lücken bis zur neuen inländischen Ernte mit Importware gefüllt werden müssen, die im Einkauf deutlich teurer sind. Für die Abnehmer, also die Küchen, ist ein fester durchgehender Jahrespreis erforderlich, damit sie zuverlässig kalkulieren können.

Bei den Schälmaschinen für Bio-Kartoffeln muss viel von Hand gemacht werden. Handarbeit ist teuer und erfordert Personal. Ein Mangel an geeigneten Arbeitskräften verhindert den Einsatz der Schälmaschine. Manche Schälbetriebe schälen aus diesem Grund nur noch an einem Tag pro Woche, andere Betriebe stellen ihre Schälstraße externen Unternehmen zur Verfügung, die ihr eigenes

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Personal mitbringen müssen. Insgesamt fehlen Betriebe, die Öko-Ware in ausreichender Menge schälen. Die konventionellen Schälbetrieben fordern große Mengen für eine getrennte Verarbeitung der ökologischen Kartoffeln.

Für einige Verarbeiter ist eine zu große Entfernung zu einer Großstadt und damit zur kaufkräftigen und bio-affinen Kundschaft ein Vermarktungshindernis. Zwar sei dies ein Vorteil bei der Rohstoffbeschaffung, aber im ländlichen Raum wird nach Meinung von zwei der befragten Betriebsleiter dem Biolandbau mit einer großen Skepsis begegnet. Gerade in sehr ländlichen und marktfernen Regionen ist die konventionelle Landwirtschaft in vielen Regionen noch die absolut dominierende Wirtschafts- und Vermarktungsweise. Einer der befragten Betriebsleiter sieht eine große Skepsis der in der Region ansässigen Landwirte in Bezug auf den Ökolandbau, die auch einer Umstellung weiterer Betriebe auf ökologische Wirtschaftsweise entgegensteht.

Als **Stärke** wird je nach betrieblicher Lage die räumliche Nähe zu den Kunden hervorgehoben. Unternehmen in der Nähe zu Großstädten wie Frankfurt oder Kassel, beides Universitätsstandorte, haben einen großen Bio-Kundenstamm. Sowohl der LEH als auch der Naturkosthandel bieten sich als Abnehmer für Bio-Speisekartoffeln aus der Region an. Die Abnahme der Bio-Produktion durch die Küchen ist in der Regel langfristig gesichert und die große Zahl an öffentlichen Kantinen, Betriebskantinen, oder Kitas und Krankenhäuser bietet gute Perspektiven für die Abnahme von verarbeiteten Bio-Kartoffeln.

Einige Bio-Betriebe haben einen direkten Kontakt zu LEH-Marktleitern vor Ort oder beliefern mehrere Bio-Märkte in der Region. Sie können flexibel auf die gewünschten Mengen des LEHs bzw. der Gastronomie reagieren. Die Belieferung und Logistik in der Region wurden explizit als gut bezeichnet, dies gilt für die Wege von der Produktion über die Verarbeitung bzw. das Schälen der Bio-Kartoffeln bis zum Kunden. Ein Betriebsleiter hat die Zusammenarbeit mit einem schlagkräftigen Kühlunternehmen vor Ort als „gut funktionierend“ bezeichnet. Auch der direkte Kontakt zum Kunden sei gegeben und die Vermarktung von frischen Bio-Kartoffeln ab Hof laufe gut.

Wünsche und Handlungsempfehlungen

An erster Stelle besteht seitens der Befragten der Wunsch nach der Schaffung neuer und besserer Strukturen in Verarbeitung und Absatz. In der Etablierung der Markthalle in Eschwege wird großes Potenzial gesehen. Es wurde herausgestellt, dass es für die Entwicklung von Bio-WSK in Hessen staatliche Unterstützung braucht. Dies kann in einer Förderung von Investitionen und Ausbildung bestehen oder in verpflichtenden Bio-Anteilen bzw. ganzen Mahlzeiten in der Gastronomie. Letztgenannte Maßnahme war unter den Befragten nicht unumstritten, da „von oben“ verordnete Maßnahmen nicht unbedingt zielführend seien. Vielmehr müssten die Küchenchefs von Bio-Essen überzeugt werden, damit sie sich für den Bezug und das Kochen dieser Lebensmittel einsetzen. Eine finanzielle Unterstützung für einkommensschwache Haushalte wurde ebenfalls als Empfehlung genannt. Gerade in Bezirken, wo die Kinder von Familien mit geringem Einkommen zur Schule oder in den Kindergarten gehen, sei oft nicht genug Geld für einen Bio-Aufpreis beim Mittagessen da. Auch der Abbau von bürokratischen Hürden beim Ausbau der Bio-Verarbeitung und Bio-Vermarktung wurde gewünscht.

Die meisten Akteure sahen die Projekte in den Öko-Modellregionen als weiterhin förderwürdig an. Neben dem Ausbau und der Betreuung von regionalen Wertschöpfungsketten wurde auch eine begleitende Beratung gewünscht.

Schließlich gelte es, die Verbraucher*innen vielmehr für das Thema Bio und Regionalität zu sensibilisieren. Auch hier wird die Politik in die Pflicht genommen, durch geeignete Maßnahmen auf dieses Thema aufmerksam zu machen.

3.2.2 Fleisch

3.2.2.1 Vorgehensweise

Für Bio-Fleisch wurden zunächst alle vorhandenen Daten über die Bio-Tierhaltung und Verarbeitung im Arbeitspaket 1 zusammengetragen. Danach hat die AMI mit dem gleichen Fragebogen wie bei den Wertschöpfungsketten Bio-Kartoffeln und Bio-Ölsaaten und -Leguminosen (siehe Anhang II) qualitative Interviews durchgeführt. Die Interviews dauerten jeweils maximal 60 Minuten. Befragt wurde ein größerer Betrieb mit Schweine- und Rindfleischproduktion und eigener Vermarktung, eine Beraterin (Schwerpunkt mobile Schlachtung), zwei Schlachthöfe und ein Verarbeitungsbetrieb, der Fleisch und Wurst für den LEH produziert.

3.2.2.2 Ergebnisse

Status Quo Bio-Tiere und Bio-Fleisch in Hessen

2020 wurden in Hessen 4.949 t Bio-Rindfleisch, 2.157 t Bio-Schweinefleisch und 424 t Bio-Geflügelfleisch (jeweils in Schlachtgewicht) erzeugt. Dahinter standen 7.500 Fleischerinder, 13.800 Milchkühe mit Nachzucht und 17.500 Mutterkühe mit Nachzucht (siehe Kapitel 2.2.2). Außerdem wurden 10.000 Mastschweine gehalten, also rund 22.000 Mastschweine geschlachtet, außerdem knapp 900 Sauen für die Ferkelerzeugung. Bei Rindfleisch kommt Hessen demnach auf einen Anteil an der deutschen Produktion von 8 %, bei Schweinefleisch sind es 7 %. Damit liegt der Anteil an der jeweils deutschen Bio-Produktion bei Schweinen und Rindern auf ähnlichem Niveau wie der Bio-Flächenanteil, der bei 7 % liegt.

Bio-Geflügel dagegen ist mit einem Anteil von weniger als 2 % an der deutschen Bio-Geflügelfleischproduktion deutlich unterrepräsentiert. Auch die Eierproduktion erreicht nur einen Anteil von knapp 5 % an der deutschen Bio-Eierproduktion. Insbesondere für Geflügelfleisch fehlen in Hessen die Wertschöpfungsketten, insbesondere ein Geflügelschlachthof, so dass die Entwicklung einer regionalen Geflügelfleischproduktion nicht möglich ist. Das hat zum Beispiel dazu geführt, dass Tegut, die bei anderem Bio-Fleisch möglichst regional sourcen, bei Geflügel nicht mit regionalem Bio-Geflügel wirbt, sondern mit Bio-Geflügel vom Bodensee. Dort sind sowohl Betriebe als auch ein Schlachthof vorhanden.

Für Bio-Schweine und -Rinder, -Schafe und -Ziegen gibt es in Hessen nur 2 Schlachthöfe: der Odenwald Schlachthof in Brensbach und der Schlachthof Fulda. Beides sind mittelgroße unabhängige Schlachthöfe und noch längst nicht an ihren Kapazitätsgrenzen. Neben den 2 großen Schlachthöfen hat das Projektteam 21 Betriebe ermittelt, die in kleinem Umfang Geflügel, Schweine oder Rinder schlachten. Das sind in der Regel Metzgereien, Hofschlachtereien oder Zerlegebetriebe, die auch Schlachtungen in kleinem Umfang anbieten. Diese Kleinbetriebe sind wichtig für die Herstellung regionaler Bio-Fleischprodukte, können aber keine größeren für den Lebensmitteleinzelhandel relevanten Mengen produzieren.

Nach einer Recherche der Uni Kassel sind insgesamt sind 152 Unternehmen als Verarbeiter von Bio-Fleisch in Hessen in der Öko-Kontrolle registriert. 57 davon verarbeiten Fleisch, 109 davon sind direktvermarktende Landwirtschaftsbetriebe mit Hofverarbeitung (siehe Kapitel 3.1.2). Das sind verglichen mit der Zahl der Metzgereien in Hessen von insgesamt 1.041 im Jahr 2021 (fleischerhandwerk.de) immerhin knapp 15 %. Hessen liegt mit 25 Metzgereien je 1.000 Einwohner im deutschen Mittelfeld – deutschlandweit gibt es je 1.000 Einwohner 23 Metzgereien. Spitzenreiter ist

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

das Nachbarland Thüringen (44), gefolgt von Bayern mit 38. In Hessen bedienen die Direktvermarkter noch stärker als die Metzger die Bio-Fleischnachfrage.

Laut der für die vorliegende Studie von der AMI durchgeführten Analyse des GfK-Haushaltspanels spielt Bio-Fleisch für Verbraucher*innen in Hesseneine etwas größere Rolle verglichen mit Gesamt-Deutschland. Insbesondere Rindfleisch ragt mit einem Bio-Anteil an den Einkaufsmengen von 10,6 % 2021 gegenüber dem deutschen Durchschnitt von 7,3 % hervor. Aber auch Geflügel liegt mit einem Bio-Anteil von 5,2 % deutlich über dem deutschen Durchschnitt von 3,2 %. Bei Schweinefleisch und Wurst liegt Hessen mit Bio-Anteilen von 3,1 % und 3,2 % jeweils leicht über dem deutschen Durchschnitt (siehe Kapitel 4.1).

Aufbereitung und Verarbeitung

Weil es nur zwei mittelgroße bio-zugelassene Schlachthöfe in Hessen gibt (Fulda und Brensbach im Odenwald), wird ein Großteil der Bio-Tiere außerhalb Hessens geschlachtet und vermarktet. Dabei haben beide hessischen Schlachthöfe noch Kapazität. Die Schlachtkosten sind aber durch die kleineren Strukturen etwas höher als in größeren Schlachtbetrieben. Wichtige Schlachtbetriebe für Bio-Tiere sind neben den beiden hessischen Schlachthöfen, die Schlachtbetriebe in Aschaffenburg (Bayern), Aub (Bayern), Kulmbach (Bayern), Wolpertshausen (Baden-Württemberg), Crailsheim (Baden-Württemberg), Coesfeld (Nordrhein-Westfalen) und Warburg (Nordrhein-Westfalen). Die Befragten schätzen den Anteil der außerhalb Hessens geschlachteten Tiere auf die Hälfte bis zu zwei Drittel.

Das Schlachthofsterben traf Hessen in den vergangenen 3-4 Jahren besonders stark, so dass es wenig Möglichkeiten gibt, neben den beiden genannten größeren Schlachthöfen, weitere Schlachthöfe „bio“ zu zertifizieren. Allein seit 2018 haben die Schlachthöfe in Kassel, Bad Wildungen, Bad Arolsen, Büdingen und Mannheim (direkt hinter der hessischen Grenze in Baden-Württemberg) geschlossen. So müssen die Tiere – auch aus konventioneller Erzeugung - immer weiter zum Schlachten transportiert werden. Dies stellt eine zusätzliche Herausforderung für die Etablierung regionaler Wertschöpfungsketten für (Bio-) Fleisch in Nordhessen dar.

In Fulda werden derzeit rund 1.000 Schweine pro Woche geschlachtet, davon 30-40 % Bio-Tiere. In Brensbach sind es ungefähr 600 Schweine pro Woche, davon 10 % Bio-Tiere. Das bedeutet pro Woche ungefähr 400 Bio-Schweine, pro Jahr 21.000. Ein Teil der in Fulda geschlachteten Bio-Schweine stammen aus dem angrenzenden Thüringen und aus Bayern. Zusätzlich werden in Fulda pro Woche rund 100 Rinder geschlachtet, davon 75-80 % Bio-Tiere.

Nach der Schlachtung kommt die Zerlegung. Die Schlachthöfe schlachten teilweise im Lohn für andere Unternehmen, zum Beispiel aus Bayern oder Baden-Württemberg. Der Fuldaer Schlachthof hat keine eigene Zerlegung und Verarbeitung mehr. Bis 2013 gehörte der Schlachthof und die Verarbeitung zur kff Kurhessische Fleischwaren Fulda GmbH und damit zu Tegut. Nach Trennung der kff von Tegut, der 2013 an die Schweizer Handelsgenossenschaft Migros verkauft wurde, kam es zu massiv zurückgehenden Umsätzen und Verlusten. Die ehemals gut funktionierende Fleischverarbeitung mit mehr als 100 Bio-Fleischartikeln wurde eingestellt und mit dem neuen Eigentümer Deurer in eine Tiernahrungsproduktion umgewandelt. Eine bestehende gut funktionierende Wertschöpfungskette wurde auseinandergerissen. Inzwischen wird ein großer Teil der in Fulda geschlachteten Schweine bei der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (BESH) in Baden-Württemberg und bei Förster Fleisch in Aub (Bayern) weiterverarbeitet.

Erfolgreicher Bio-Fleischvermarkter ist auch die Hephata – Metzgerei in Alsfeld mit dem Antoniushof in Fulda als Lieferanten. Seit April 2022 ist die Metzgerei in Alsfeld geschlossen, sie muss aufgrund der Gebäudestruktur und baulicher Mängel umfassend saniert werden. Der Betreiber hat inzwischen einen

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Vertrag mit einer Bioland Metzgerei in Kassel geschlossen, welche die gewohnten Produkte für die Hephata im Lohn herstellt.¹³

Für die Rewe Region Mitte verarbeitet die Firma Eidmann Bio-Schweine und Bio-Rinder zu verschiedenen Bratwürsten, Grillartikeln, Konserven und zu Frankfurter Würstchen. Die Firma ist der einzige Produzent von Bio-Frankfurter Würstchen aus Bio-Rindfleisch in einem Umkreis von 50-60 km um Frankfurt, und in Hessen gelegen. Die Firma hält die Produktpalette absichtlich klein, stellt keine Rohwurst her, um keine Schwierigkeiten mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum zu bekommen. Die Zusammenarbeit mit der Firma Eidmann ist auf Initiative der Rewe Region Mitte entstanden. Ein Projekt der MGH Gutes aus Hessen ist das Hessische Bioweiderind. Die Tiere stammen meist aus kleinbäuerlichen extensiv wirtschaftenden Betrieben in ganz Hessen. Die Betriebe sichern Grünlandstandorte und halten verschiedene Rassen. Seit Februar 2022 sind die Produkte in mehr als 30 Rewe Märkte zu finden. Perspektivisch sollen auch Hofläden, Metzgereien, Außerhausverpflegung, Bio-Märkte etc. in die Wertschöpfungskette eingebunden werden. Das Besondere ist hier die vollständige Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung in Hessen.

In der Bio- Metzgerei des Hofguts Rocklinghausen werden die in der Branche üblichen Zerlegungs- und Schneidarbeiten sowie Abpack- und umfangreiche Reinigungstätigkeiten verrichtet. Die Anleitung wird von einer Fachkraft für Arbeits- und Berufserziehung versehen, die gleichzeitig Metzgermeister ist. Hier werden Bio-Schweine der regionalen Erzeugergemeinschaft Waldecker BioSchwein und Rinder von Biobetrieben aus der Region zu Bio-Fleisch- und Wurstwaren verarbeitet. Die Erzeugergemeinschaft Waldecker Bio-Schwein ist 2001 aus der Erzeugergemeinschaft Waldecker Weideschwein hervorgegangen. Diese wurde 1990 von zwölf Waldeck-Frankenberger Landwirten gegründet. Erhältlich sind die Fleisch- und Wurstprodukte des Waldecker Bio-Schweins in allen Kleeblatt-Regionalwarenläden im Landkreis Waldeck-Frankenberg sowie in Fritzlar. Die Öko-Modellregion Landkreis Waldeck-Frankenberg unterstützt bei der Vermarktung.

Wo wenig Schlachthöfe sind, haben sich Alternativen entwickelt. Mobile Schlachtungen haben unter anderem in Hessen ihren Ursprung. Seit August 2021 ist außerdem ein neuer Anhang zur EU-Verordnung 853/2004 zur „Mobilen Schlachtung im Herkunftsbetrieb“ veröffentlicht worden, so dass nach viel Pionierarbeit die rechtlichen Rahmenbedingungen auf EU-Ebene inzwischen geklärt sind. So können bis zu 3 Rinder oder Pferde, oder 6 Schweine im Herkunftsbetrieb betäubt, getötet und entblutet werden, um dann auf direktem Weg zum Schlachtbetrieb zur Zerlegung gefahren werden. Idealerweise hat der Landwirtschaftsbetrieb selbst einen EU-zugelassenen Schlachtbetrieb mit einer Hofverarbeitung, oder es besteht eine vertragliche Zusammenarbeit mit einem Metzger mit Schlachtzulassung. Davon gibt es in Hessen 21. Die mobile Schlachteinheit muss einem Schlachtbetrieb zugeordnet sein, der in weniger als 2 Stunden vom Betrieb erreichbar ist. Mobile Schlachteinheiten sind noch nicht weit verbreitet, aber im Kommen. Sie sind insbesondere bei Direktvermarktern, die die Vorteile im direkten Kundenkontakt erklären können, immer beliebter.

Absatz(-wege)

Die befragten Unternehmen sind entweder in der Direktvermarktung oder Belieferung regionaler Läden oder im Absatz über den Lebensmitteleinzelhandel stark aufgestellt. Mittelgroße Strukturen sind selten zu finden. Im LEH laufen verschiedene Programme, die aber mit der Ausnahme des Rewe Region Mitte nicht mit der Herkunft des Fleisches werben. Häufig stehen die Landwirtschaftsbetriebe selbst (z.B. Hofgut Marienborn, Antoniusshof, Hofgut Rocklinghausen, Domäne Frankenhausen) oder

¹³ <https://nh24.de/2022/07/05/neue-perspektive-fuer-alsfelder-biofleisch-mobiler-hofladen-und-bratwurst-foodtruck/>

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

bestimmte Verarbeitungsbetriebe (z.B. Alsfelder Biofleisch, Rack & Rüter) bei der Vermarktung im Vordergrund. Die Namen der Betriebe werden als Marken beworben.

Als herausragende Beispiele erfolgreicher Bio-Fleischvermarktung werden genannt: Hofgut Friedelhausen, Hephata und die Domäne Mechthildshausen. Die besondere handwerkliche Qualität wurden immer wieder hervorgehoben. Allen gemein ist die soziale Ausrichtung der Betriebe, ob mit der Beschäftigung von Menschen mit Behinderung oder eine Zusammenarbeit mit der Sucht- oder Jugendhilfe. In diesen Betrieben rückt die wirtschaftliche Ausrichtung der Betriebe in den Hintergrund. Allerdings müssen auch diese Arbeitskräfte gut angeleitet werden und auch diese Menschen wollen nicht unbedingt in der Schlacht tierzerlegung oder Wurstherstellung arbeiten. Dennoch können diese Betriebe auf dem Markt gut konkurrieren, haben eine erfolgreiche Direktvermarktung und beliefern umliegende Naturkostläden.

Im LEH gibt es bislang bei einigen Rewe-Märkten regionales Bio-Fleisch und Bio-Wurst, unter der eigenen Marke und unter dem Landmarkt Konzept. Das betrifft vor allem Thekenware, aber auch einige SB-Artikel. Die meisten SB-Artikel kommen allerdings aus der deutschlandweit unter Rewe Bio vermarkteten Produktrange, die ihre Produkte in der Regel von Naturland Betrieben bezieht und dann bei verschiedenen Verarbeitern herstellen lässt. Der Abverkauf variiert stark zwischen den Märkten, je nachdem wie die Marktleitung dahintersteht und wie die Ware repräsentiert ist. Verkostungsaktionen sind immer erfolgreich und jetzt (nach Corona-Beschränkungen) auch wieder möglich.

Bei Tegut stammt das Bio-Rindfleisch zum Teil vom Rhöner Biospären-Rind. Die Rinder können also aus Hessen, Bayern oder Thüringen stammen, das entspricht der Vermarktungsregion von Tegut. Den Verein Rhöner Biosphärenrind e.V. gibt es schon seit 1998, sie haben bis 2017 mit der kff Kurhessische Fleischwaren in Fulda zusammengearbeitet und dort alle Tiere geschlachtet, zerlegt und verarbeitet. Mit dem Wegfall der kff musste Tegut neue Wege finden, die Schlachtung ist in Fulda geblieben, Zerlegung und Verarbeitung findet nun aber in Ludwigslust (Mecklenburg-Vorpommern) statt. Auch viele andere Bio-Fleischprodukte (Rind und Schwein) stammen bei Tegut aus Ludwigslust. Woher die Tiere kommen, ist bei den Tegut Eigenmarken Produkten nicht erkennbar, die meisten aber tragen ein Biokreis-Label.

Bei der Edeka werden die meisten Regionen in Hessen über die Edeka Hessenring beliefert, andere – und hier auch das Rhein-Main-Gebiet und Südhessen - über die Edeka Südwest. Bei der Edeka Südwest gibt es schon seit fast 10 Jahren eine Zusammenarbeit mit der Rebio – eine Bioland Erzeugergemeinschaft in Baden-Württemberg. Diese bündelt Schweine und Rinder aus dem Edeka Südwest Gebiet, verarbeitet die Tiere in Rheinstetten bei Karlsruhe, und vermarktet die Produkte im gesamten Edeka Südwest Gebiet. Die Region wird hier also anhand der Regionalgesellschaft der Edeka definiert. Für die Edeka Hessenring (und auch die Edeka Rhein-Ruhr) gibt es eine Zusammenarbeit mit dem Verarbeitungsbetrieb in Rheinstetten. Die Bio-Fleischprodukte und das Bio-Fleisch werden dort jeweils verarbeitet und verpackt. Die Tiere stammen wahlweise aus den Herkunftsregionen oder auch aus dem Südwesten. Es gibt keine eindeutige Regionenzuordnung bei der Edeka Südwest. Dennoch sucht auch die Edeka Hessenring noch Betriebe, die Schweine und Rinder liefern.

Die Discounter in Deutschland wiederum haben in der Regel einen einzigen Hersteller für ein bestimmtes Bio-Produkt, welches dann bundesweit in den Läden liegt. Die Region wird dort also nicht beachtet, bzw. die deutsche Herkunft als regional definiert. Mit der knappen Verfügbarkeit von Bio-Schweine- und Rindfleisch in den vergangenen 2-3 Jahren hat sich das aber auch aufgeweicht und die Discounter sind mangels Verfügbarkeit auch auf andere europäische Herkunft ausgezogen: Bio-Schweinefleisch vor allem aus den Niederlanden und Dänemark, aber auch Belgien und Spanien. Rindfleisch vor allem aus Österreich, aber auch aus Tschechien, der Slowakei, dem Baltikum.

Herkunft der Rohstoffe, Interesse an und Definition von Regionalität

Bei den hessischen Bio-Fleischverarbeitern stammen die Tiere und somit das Fleisch in der Regel aus der Region. Dabei definieren die Fleischverarbeiter Region nicht unbedingt als Hessen, sondern kleinere Einheiten wie Nordhessen, Vogelsberg oder Rhön. Der Regionalbezug ist in den ländlichen Regionen wie Nordhessen oder dem Vogelsberg stärker ausgeprägt als im städtischen Rhein-Main-Gebiet. Die Regionen sind in manchen Fällen auch länderübergreifend, wie die Rhön zum Beispiel. Die Biosphärenrinder Rhön werden in Hessen, Bayern und Thüringen gehalten und vermarktet. Hessen spielt daher als Herkunftskennzeichnung keine Rolle.

Die Region wird also bei Bio-Fleisch in der Regel sehr kleinräumig definiert, daher funktioniert die Direktvermarktung besonders gut bei bewussten Kunden. Die andere Kundengruppe im LEH hat bisher nur die Wahl zwischen bestimmten Verbänden, deutscher Herkunft, Herkunft Südwest.

Das Regionalfenster wird kaum genutzt, da es in den Augen der Verarbeiter zu flexibel ist, und die Verbraucher*innen nicht auf den ersten Blick – also allein durch die Marke – erkennen, aus welcher Region das Produkt stammt. Bei Fleisch hat es in Hessen häufig nur die Kennzeichnung „Süddeutschland“ und meint damit die Bundesländer Bayern, Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz.

Schwächen und Stärken

Eine wichtige **Schwäche** liegt in den mangelnden Strukturen und der fehlenden Bereitschaft, stärker auch regionale Produkte im LEH zu entwickeln. Die Strukturen sind entweder sehr klein oder so groß, dass sie in Hessen nicht verarbeitet werden. Für eine regionale Fleischverarbeitung und kurze Transportwege aber braucht es einen oder besser noch mehrere Schlachthöfe und Zerlegebetriebe.

Ein Verarbeiter würde gern mehr regionale Bio-Fleischerzeugnisse im Naturkosthandel vermarkten und dabei auch gerne die überregionalen Ketten dennree und Alnatura für die Läden in Hessen beliefern. Die Ketten aber bevorzugen überregionale Lieferanten, insbesondere bei Fleisch, da die Abnahmemengen in einzelnen Naturkostläden oft klein sind und sich nur bei größerer Abnahme die Kosten gering halten lassen. Ohnehin läuft Fleisch in den beiden großen Ketten des Naturkosthandels nur als Randsortiment. Außerdem ist es für Verarbeiter, die parallel Bio und konventionelle Produkte herstellen, schwierig eine Listung im Naturkosthandel zu bekommen. Es ist einfacher für regionale Verarbeiter mit inhabergeführten Naturkostläden oder Hofläden ins Geschäft zu kommen und über diese ihre Produkte zu vermarkten. Dazu müssen wieder einzelne Läden beliefert werden, was für manche Hersteller nicht machbar ist und sie lieber über den Naturkost-Großhandel verkaufen würden.

Laut Interviewpartner nehmen die Anforderungen an die Fleischverarbeiter immer mehr zu: Zu viele Zertifikate, Audits, International Food Standard (IFS). „Auf einen Metzger kommen inzwischen 2 Verwaltungsangestellte“, so drückte es ein Interviewpartner aus. Die Kosten dafür müssen auf die Produkte aufgeschlagen werden und kleinere Produktion wird überproportional belastet.

Ein großes Thema ist für die Verarbeiter immer wieder die Ganztiervermarktung. Häufig müssen die Edelteile wie Steak und Schnitzel die günstigeren Teilstücke mitfinanzieren und werden dann entsprechend teurer angeboten. In Würsten lassen sich diese gut verarbeiten, müssen aber auch gut vermarktet werden, so ist zum Beispiel bei Rohwürsten das Haltbarkeitsdatum oft kurz, so dass sich eher Dauerwürste anbieten. Hier müssen die Verarbeiter die richtige Balance finden zwischen großer oder nur kleiner Produktvielfalt, Verwertung aller Teilstücke und der Vermarktung weniger Spezialartikel oder einem breiten Sortiment.

Die Ganztiervermarktung macht auch die Belieferung des AHV-Sektors so schwierig. Gastronomen wollen häufig nur Keulen und Schnitzel, den Rest müssen die Verarbeiter dann selbst vermarkten. In

der Gemeinschaftsverpflegung ist es schon einfacher, Küchen zu finden, die auch Gulasch und Bratwürste anbieten, in denen dann auch andere Teile des Tieres verarbeitet werden können. Dennoch ist Bio-Fleisch für die Großküchen immer noch der teuerste Rohstoff und nur bei entsprechender Menügestaltung bei den häufig zu niedrigen Zahlungsbereitschaften der Gäste unterzubringen.

Eine **Stärke** regionaler WSK für Fleisch liegt darin, dass Fleisch eines der Produkte ist, bei denen den Verbraucher*innen die regionale Herkunft besonders wichtig ist. Auch wenn es in Hessen nur zwei große Schlachthöfe gibt, ist die landwirtschaftliche Direktvermarktung weit verbreitet. Es bestehen zahlreiche kleine Schlachtbetriebe und Zerlegebetriebe. „Kurze Wege“, „Hofschlachtung“, „handwerkliche Produktion“, „qualitativ hochwertige Produkte“ sind Argumente, die bei den Verbraucher*innen sehr gut ankommen. Daher ist bei Fleisch die Direktvermarktung besonders stark, weil dann klar erkennbar ist, woher die Tiere kommen und wo sie verarbeitet wurden. Dies zeigt auch die AMI Analyse des GfK Haushaltspanels. Die Verbraucher*innen wünschen sich in der Regel mehr regionales Bio-Fleisch. Insbesondere vom Naturkosthandel mit dem häufig nur überregionales Angebot (vor allem Bio-Supermärkte) erwarten sie Angebote aus der Region. Bio-regionale Angebote finden sich vor allem in inhabergeführten Läden des LEHs. Gutes Beispiel sind einige Rewe-Märkte mit regionalem Bio-Fleisch in der Theke. In den Vollsortimentern und Discountern des LEH werden die Regionen meist deutlich größer (Deutschland) definiert.

Wünsche und Handlungsempfehlungen

Die fehlenden Schlacht- und Zerlegemöglichkeiten im Land führen zu den in den Interviews geäußerten Wünschen und Empfehlungen, die an dieser Stelle gegensteuern und die Beibehaltung und Eröffnung von Schlacht- und Zerlegebetrieben ermöglichen sollen.

An erster Stelle wurden in den Interviews vereinfachte Auflagen für Kleinbetriebe genannt. Dabei sollte gesunder Menschenverstand mehr zählen, als die für Großbetriebe konzipierten Auflagen. Außerdem sollten Veterinärämter, Gesundheitsämter, Bauämter, Umweltämter und Landwirtschaftsämter besser zusammenarbeiten und ihre Anforderungen besser aufeinander abstimmen. Insbesondere die Veterinärämter werden seit dem Wilke-Skandal 2019, also der Feststellung von gravierenden Hygienemängeln in der Wurstproduktion bei der Firma Wilke in Twistetal, als besonders streng und übervorsichtig wahrgenommen. Das behindere die Entwicklung von kleineren Strukturen.

Eine durchaus eine wichtige Rolle können die Öko-Modellregionen übernehmen, wie das Beispiel der Kartoffeln zeigt. Sie können in der Region vermitteln, indem sie Kontakte herstellen. Die Produkte haben einen klaren regionalen Bezug, der gleichzeitig Vertrauen bei den Verbraucher*innen schafft.

Eine Herkunftskennzeichnung „aus Hessen“ war für die Befragten nicht unbedingt wichtig, da sie ihre eigenen Marken, mit engerem Regionalbezug führen. Dennoch: der Verbraucherwunsch nach hessischer Kennzeichnung, insbesondere in den ländlichen Regionen, wird als ausgesprochen groß wahrgenommen und könnte einer Weiterentwicklung regionaler Wertschöpfungsketten helfen.

Mehrfach wurden auch fehlende Strukturen in Hessen herausgestellt. Wichtig wäre den Interviewpartner*innen, dass eine bessere Erfassung und Koordination von Erzeugung, Verarbeitung und Absatz erfolgt.¹⁴ Als gute Beispiele, bei denen Ministerium, Landesämter und Bauernverband zielgerichteter zusammenarbeiten, wurden in den Interviews immer wieder Bayern und Baden-Württemberg genannt. Die Öko-Modellregionen in Hessen seien gut, für eine Gesamtentwicklung

¹⁴ Die MGH Gutes aus Hessen ist Mitbetreiber einer Internetplattform zur Fleischverarbeitung in Hessen (Fleischverarbeitung-Hessen.de). Sie war am Aufbau einer Wertschöpfungskette mit regionalem Schweinefleisch beteiligt, bei der 140 Märkte beliefert werden.

jedoch zu kleinteilig, so dass eine stärkere Kooperation zwischen den Öko-Modellregionen wünschenswert wäre. Daher sollten hessenweite Workshops zur Vernetzung stattfinden. Metzger, Schlachthäuser, Landwirte – alle müssen an einen Tisch. Eine Zusammenarbeit mit der Handwerkskammer könnte sinnvoll sein. Wichtig wäre in dem Zusammenhang auch, dass die Bio-Verbände stärker zusammenarbeiten und ihre Zertifizierungen gegenseitig anerkennen. Weiterhin sind gesicherte Abnahmen eine wichtige Voraussetzung, damit sich (bio-) regionale Verarbeitungsstrukturen auch für den LEH entwickeln können.

Um Bio-Fleisch in die AHV zu bringen, brauche es Vorbilder und Ausschreibungen der öffentlichen Hand, die bestimmte Bio-Anteile in den Mahlzeiten fordern. Zusätzlich könnte ein regionaler Warenbezug in den Ausschreibungen verankert werden.

3.2.3 Ölsaaten und Leguminosen

Zu den Ölsaaten zählen im Wesentlichen Sojabohnen, Sonnenblumen, Raps, Lein, Leindotter, und Hanf, zu den Körnerleguminosen Erbsen, Ackerbohnen, Lupinen und Linsen. Von den 115.159 Hektar ökologisch bewirtschafteter Fläche in Hessen, entfallen 739 Hektar auf Ölsaaten, was ca. 0,6 % der Ökofläche entspricht. Davon nehmen Sojabohnen für Futterzwecke mit 431 Hektar den Großteil ein. Körnerleguminosen werden auf 4503 Hektar angebaut (4 % der Öko-Fläche), wobei hiervon der Großteil, nämlich die Ackerbohnen (2.924 ha), Leguminosengemenge (633 ha) und Erbsen (562 ha) ebenfalls meist für den Futtertrog bestimmt sind. Ökologische Linsen für Speisezwecke wurden im Jahr 2020 auf 23 Hektar angebaut (siehe auch Kapitel 2.2.1.3).

Die weiteren Abschnitte dieses Kapitels befassen sich eingehender mit den Ölsaaten und Körnerleguminosen für Speisezwecke. Lein, Leindotter, Sonnenblumen und Linsen sind bislang zwar eher Nischenkulturen, gewinnen jedoch zunehmend an Bedeutung. Sonnenblumen, Lein und Leindotter werden meist zu Ölen weiterverarbeitet, welche eine sehr hohe Wertschöpfung haben und ein hochwertiges und gesundes Lebensmittel darstellen. Linsen und andere Körnerleguminosen werden bei Verbraucher*innen als pflanzliche Alternative zu tierischen Eiweißquellen immer beliebter (Paffarini et al., 2021); diese Verbraucher*innen legen auch großen Wert auf regional und ökologisch produzierte Produkte (Paffarini et al., 2021). Des Weiteren bringen die genannten Kulturen Vielfalt auf den Acker und tragen so zu einer Erhöhung der Biodiversität bei.

3.2.3.1 Vorgehensweise

Für die Untersuchung der WSK Ölsaaten und Linsen wurden nach einem Leitfaden (siehe Anhang II) fünf semi-strukturierte Interviews mit Expert*innen aus Produktion und Verarbeitung geführt. Hierzu zählten Akteure aus der Landwirtschaft, aus dem Erfassungshandel und der Verarbeitung. Da die Gesprächsbereitschaft der Expert*innen aus dem weiterverarbeitenden Umfeld gering war, wurde eine Mühlenbetreiberin außerhalb Hessens, jedoch nahe der Grenze interviewt. Die Themen der Interviews bezogen sich auf die Bedeutung von Regionalität im eigenen Unternehmen, die Herkunft der Rohstoffe sowie auf die Potenziale und Schwachstellen der Verarbeitung und Vermarktung von Ölsaaten und Leguminosen. Bei den Ölsaaten wurden insbesondere Sonnenblumen, Raps, Lein und Leindotter, und bei den Leguminosen die Linsen betrachtet. Der Schwerpunkt der Interviews lag innerhalb der WSK auf der Aufbereitung und Verarbeitung der Ölsaaten und Linsen. Es wurde eine themenbasierte Inhaltsanalyse nach Hauptkategorien (Kuckartz, 2018) durchgeführt.

Zusätzlich wurden die Experten, die im Rahmen der Anbauerhebungen (siehe Kapitel 2.1) befragt wurden, auch nach ihrer Einschätzung zur Entwicklung ökologischer Wertschöpfungsketten unter anderem zum Ölsaatenmarkt befragt.

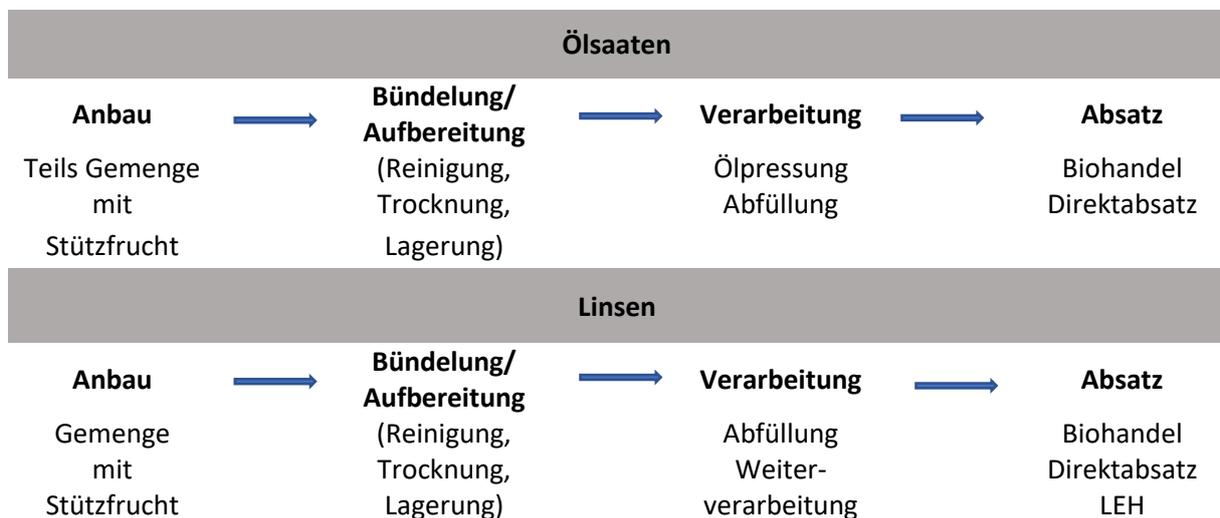
3.2.3.2 Ergebnisse

Im Bereich der Ölsaaten waren die Sonnenblumen im ökologischen Landbau vor vielen Jahren schon einmal interessant, es hat dann aber an flankierenden Maßnahmen, wie Anbauberatung und gezielter Züchtung, gefehlt. Nun gewinnen Sonnenblumen für die Ölherstellung wieder an Bedeutung, insbesondere in Südhessen, aber auch in anderen Regionen des Landes. Potenzial wird hier auch im Zuge des Klimawandels und steigenden Temperaturen gesehen. Raps ist im ökologischen Landbau weiterhin eine Risikokultur aufgrund von hohem Schädlingsdruck und Pilzbefall. Hier sind insbesondere windige und höhere Lagen empfehlenswert. Der Leinbau erfordert ebenfalls gute Kenntnisse und Management. Ungleiche Abreife und schwankende Ertragsmengen sind die wesentlichen Herausforderungen. Im Bereich des Flachsleins gibt es ein Projekt mit der Kleider-Firma HessNatur, an dem acht Landwirte teilnehmen. Bei Hanf sind ebenfalls zwei Nutzungsrichtungen vorhanden. Zum einen der Faserhanf für Pellet-Herstellung, Dämmmaterial und staubfreie Einstreu für Tiere, und zum andern Hanf für die Ölherstellung. Einige Betriebe bauen Öko-Öl-Hanf im zweistelligen Hektarbereich an, im Odenwald (Odenwälder Hanfmanufaktur) auch in Naturland-Qualität. Öko-Sojabohnen werden meist nur auf den Gunstböden in der Region Kassel für Speisezwecke angebaut.

Bio-Rohstoffe für die Ölpressung kommen zu einem kleinen Teil aus Deutschland, und sonst aus Dänemark, aus dem östlichen Europa (Rumänien, Bulgarien, Ukraine, Moldawien) und Zentralasien (Russland, Kasachstan). In Deutschland ist der Bezug von Lein, Leindotter und Linsen in kleinen Mengen auch aus Hessen möglich, teils werden auch nur hofeigene oder Rohstoffe aus 50-100 km Entfernung verarbeitet. Sonnenblumen und Raps sind eher selten aus Deutschland zu beziehen und kommen meist aus dem östlichen Europa oder aus Zentralasien.

Die Wertschöpfungskette (WSK) für Bio-Ölsaaten und Bio-Linsen besteht aus dem Anbau, der Aufbereitung, der Verarbeitung und der Vermarktung (Abbildung 40).

Abbildung 40: Wertschöpfungskette Bio-Ölsaaten und Linsen



Insbesondere für kleinere Ölmühlen ist die vollständige Verwertung der Rohstoffe aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten wichtig. So soll häufig auch der Ölkuchen als Lebensmittel vermarktet werden, wozu ein hoher Reinheitsgrad (99 %) der Rohstoffe wichtig ist. Dies stellt wiederum einen hohen Anspruch an die Reinigungstechnik und Lagerung dar. Größere Ölmühlen verwerten den Ölkuchen häufig nur als Futtermittel und sind so in der Lage, auch etwas geringere Reinheitsgrade in Kauf zu nehmen.

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Am Beispiel von einzelnen Betrieben wird die Struktur des Anbaus und der Verarbeitung von Ölsaaten und Leguminosen in Hessen dargestellt.

Der Demeter Hof Schwalmtal im Vogelsbergkreis wird seit 2011 nach Demeter-Richtlinien bewirtschaftet. Neben etwa 100 Milchkühen und Nachzucht werden auf dem Ackerland Linsen, Ölsaaten, Getreide, Kresse, Speiselupinen und viele weitere Kulturen in einer weiten Fruchtfolge angebaut. Die Artenvielfalt wird vor allem durch Mischkulturen unterstützt. Seit 2017 wird eine Anlage zur Aufbereitung von Druschfrüchten betrieben, welche sich mittlerweile zu einem eigenen Betriebszweig entwickelt hat. Zu den Dienstleistungen gehören Reinigen, Sortieren (nach Farbe, Größe, Gewicht), Entstauben, Polieren, Abpacken, Aufbereitung von Z-Saatgut, Reinigen von Ölsaaten für Speise- oder sonstige Zwecke. Hierzu zählen Drachenkopf, Hanf (für Ölmühlen oder als Speiseware), Leindotter, Leinsamen, Raps, und Saflor. Weiterhin wird das Aufbereiten von Getreide für Bäcker oder direkt als Speiseware angeboten. Auch Körnerleguminosen wie Ackerbohnen, Bohnen, Erbsen, Linsen, Lupinen und Wicken werden für Speise- oder sonstige Zwecke aufbereitet. Weiterhin gibt es die Möglichkeit, Gemenge jeglicher Art zu trennen. Die Vermarktung von hofeigenen Produkten findet über viele kleine Wiederverkäufer, wie Hofläden, Unverpackt-Läden, den Naturkost-Fachhandel und vereinzelt auch über den Lebensmitteleinzelhandel statt. Zugekaufte Roh-Waren werden nach der Aufbereitung in Big-Packs an größere Verarbeiter verkauft.

Die Raiffeisen Agritrading wurde 2021 als Gemeinschaftsunternehmen der Raiffeisen Waren-Zentrale Rhein-Main eG, Köln und der Raiffeisen Waren GmbH, Kassel gegründet. Sie vermarktet Getreide, Ölsaaten und Leguminosen aus der Erfassung der Gesellschafter und im Zukauf von Dritten an die Kunden und die weiterverarbeitende Industrie. In Hessen befindet sich in Friedberg das Zentrallager für die Bio-Rohwaren. Es wurde 2019 auf Bio umgestellt und ist Umschlagplatz für große Bio-Warenmengen; insbesondere Dinkel, Hafer, Erbsen und Bohnen. In Wabern ist ein weiteres Lager für Bio-Rohwaren, wo neben der Siebreinigung auch eine Feinreinigung für Bio-Rohwaren möglich ist, die sich für Feinleguminosen eignen würde.

In Hessen gibt es einige Ölmühlen. Der Bio-Hof Alte Schule wurde 2009 gegründet und liegt im hessischen „Bergwinkel“ eingerahmt von den Mittelgebirgen Spessart, Rhön und Vogelsberg. Derzeit werden 30 ha Wiesen und 10 ha Acker nach den Richtlinien des Naturland-Verbandes bewirtschaftet. 20 ha der Flächen sind Streuobstwiesen, welche mit einer 80-köpfigen Rhönschafherde beweidet werden. Auf den Äckern wird neben Roggen, der vor allem an eine regionale Bäckerei geliefert wird, Weizen, Emmer, Gelbmehlweizen, Dinkel und Futtererbsen angebaut. Linsen und Leindotter sowie Hafer für die Schafe kommen als Sommerung auf die Felder. Aus Mohn und Leindotter werden Öle direkt auf dem Hof gepresst. Der Betrieb wird vom Betriebsleiter alleine im Nebenerwerb bewirtschaftet. Die Vermarktung der Öle und der Linsen findet über kleine Wiederverkäufer in der Region und über einen Marktbeschicker in Frankfurt statt.

Die Chattengauer Ölmühle ist eine junge Erzeugergemeinschaft nordhessischer Biobauern mit Sitz in Gudensberg. Hier werden regional erzeugte Saaten und Nüsse zu kaltgepressten Ölen verarbeitet. Die Rohwaren werden im Vertragsanbau möglichst regional (Nordhessen (Lein, Leindotter), Thüringen (Mohn) oder Nordrhein-Westfalen (Hanf) produziert. Viele Rohwaren werden aber auch aus ganz Deutschland bezogen. Hierzu zählen Kürbiskern-, Lein-, Leindotter-, Hanf-, Mariendistel-, Raps- und Senföl. Ölsaaten, die aus klimatischen Gründen nicht selbst angebaut werden können, wie Walnüsse, Oliven, Erdnüsse, werden von ausgesuchten Biobetrieben aus dem europäischen und außer-europäischen Ausland geliefert. Der bei der Produktion anfallende Presskuchen wird zu glutenfreien und teilentölten Mehlen mit hohem Eiweißgehalt zu Speisezwecken vermahlen. Einige Presskuchen werden von den Biobauern als hochwertiges Eiweißfutter an ihre Tiere verfüttert. Die Vermarktung

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

findet vor Ort in einem Hofladen, über kleine Wiederverkäufer sowie über den LEH (ausgewählte Rewe- und Edeka-Märkte aus der Region) statt.

Die Ölmühle Kräske ist ein kleines Familienunternehmen im Lahntal, welches Kürbiskern-, Walnuss-, Haselnuss-, Raps-, Sesam-, Lein-, Leindotter-, Sonnenblumenöl in Bio-Qualität in kleinsten Chargen mit einer Familienarbeitskraft herstellt. Die Rohstoffe werden nach Möglichkeit aus der Region oder aus Deutschland bezogen, einige Rohstoffe mangels Verfügbarkeit aber auch aus Osteuropa. Die Vermarktung läuft über einen Bioladen und einen Wochenmarkt im Marburger Raum.

Eine weitere Ölmühle ist die Ölmanufaktur Waldhessen in Bad Hersfeld. Hier werden Öle aus regionalen Rohwaren hergestellt. Neben Bio-Rohwaren werden auch regionale konventionelle Rohwaren verarbeitet. Zum Sortiment gehören Öl aus Sonnenblumen, Lein, Leindotter, Hanf, Kürbiskernen, Sesam, Schwarzkümmel, Walnüssen und Haselnüssen. Der Absatz erfolgt über viele kleine regionale Verkaufsstellen. Zusätzlich werden regionale Verarbeiter wie kleine Familienbäckereien beliefert. Lein-, Hanf- und Schwarzkümmelpresskuchen finden als Ergänzungsfutter für Pferde Verwendung. Schälkörper des Tresters gehen an Hersteller von Naturkosmetik für den Einsatz in Peelings.

Definition von Regionalität

Die Interviewpartner*innen wurden nach ihrer Definition von Regionalität gefragt. Die kleineren Betriebe definieren Regionalität über kurze Wege (aus Hessen) oder über wenige Verarbeitungsschritte beziehungsweise Verarbeitungsbetriebe und maximal einen Wiederverkäufer, so dass der Bezug zum Erzeuger noch sichtbar ist. Eine direkte Vermarktung vom Erzeugerbetrieb an den Großhandel mit der eine deutschlandweite Belieferung von Kunden einhergeht, wird hingegen nicht als regional verstanden. Größere Ölmühle vermarkten deutschland- und europaweit, so dass Regionalität dort eine untergeordnete Rolle spielt.

Schwächen und Stärken

Die Interviews haben gezeigt, dass der Anbau ist durch spezielles Wissen zum Management sowie durch spezielle Anbau-Technik für Saat und Ernte gekennzeichnet ist. Ölsaaten unterliegen wetter- und managementabhängigen überdurchschnittlich hohen Qualitäts- und Ertragsschwankungen. Dabei steht z.B. Bio-Raps in Konkurrenz mit Bio-Weizen, der mit deutlich geringerem Risiko angebaut werden kann

Im Gegensatz zu Getreidekulturen können Linsen und Lein nicht in Reinsaat angebaut werden, sondern müssen im Gemenge mit einer Stützfrucht angebaut werden. Das führt dazu, dass Gemenge nach der Ernte aufwändig getrennt und gereinigt werden müssen. Andererseits können Ölsaaten und Leguminosen aber auch zur Erweiterung der Fruchtfolge beitragen und bei erfolgreichem Management ein zusätzliches Standbein mit hohem Wertschöpfungspotenzial bilden.

Die wesentlichen Schwächen im Anbau liegen für die Landwirte vor allem in fehlender Beratung und Begleitung während des Anbaus der Kulturen, sowie in fehlender Sä- und Erntetechnik. Weiterhin ist erst nach der Aufbereitung klar, wie hoch Qualität und Ausbeute sind. Es kann zu bis zu 40 % Verlusten beziehungsweise Ausschuss wegen Verunreinigung kommen. Ölsaaten müssen bis zu 12 Monate von den Landwirten gelagert werden, da die Ölmühlen die Ware nach und nach abrufen. Für die Erzeuger bedeutet dies, dass es oft lange dauert, bis Geld fließt – mit Folgen für die einzelbetriebliche Liquidität. Zusammen mit den hohen Ertrags- und Qualitätsschwankungen, ist das Produktionsrisiko auf Seiten der Erzeuger sehr hoch; dies ist ein wichtiger Hinderungsgrund für den Aufbau einer stabilen regionalen Wertschöpfungskette. Des Weiteren wurde von Personalmangel berichtet.

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Die Aufbereitung besteht bei den Sonderkulturen, wie Ölsaaten und Linsen, in der Reinigung, Trocknung und Lagerung. Alle Schritte sind anspruchsvoll, da spezielle Technik und Knowhow erforderlich sind. Ein hoher Reinheitsgrad des Rohproduktes ist wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Trocknung und gute Lagerfähigkeit, beides ist wiederum ausschlaggebend für die weitere Verarbeitungsfähigkeit und schließlich die Qualität des Öls. Höchste Qualitätsanforderungen sind wichtig, weil die Bio-Öle meist als Premiumprodukt verkauft werden.

Ähnlich wie bei der Primärerzeugung, werden wichtige Schwächen in der fehlenden Aufbereitung Reinigungs-, Trennungs-, Trocknungs- und Lagerungstechnik gesehen. Für größere Ölmühlen fehlen regionale Bündler und Infrastruktur um Reinigung, Trennung, Trocknung und Lagerung zu übernehmen. Gleichzeitig fehlen Wissen und Erfahrung. Dies gilt auch für überregionale Genossenschaften, die Sonderkulturen, wie Linsen, bei kleinen regionalen Aufbereitern reinigen lassen. In Ermangelung regionaler schlagkräftiger Infrastruktur werden hessische Ölsaaten und Linsen derzeit überwiegend im Ausland zu relativ geringen Kosten gereinigt. Die fehlenden Bündlungs- und Aufbereitung Strukturen führen auch dazu, dass der Einkauf größerer Rohstoff-Mengen aus der Region oder Deutschland zu sehr hohen Stückkosten führt, die mit Importen aus Osteuropa oder Asien nicht konkurrenzfähig sind.

Momentan erreichen regionale Ölsaaten und Linsen aus Hessen die Verbraucher*innen vor allem direkt oder durch kleine Wiederverkäufer, wie andere Direktvermarkter oder kleine Cafés. Einige zugekaufte Rohwaren werden in Hessen aufbereitet und dann in größeren Gebinden an Ölmühlen oder größere Weiterverarbeiter überregional verkauft.

Die wesentlichen Schwächen in der Vermarktung liegen insbesondere in dem fehlenden konstanten Angebot. Wie beschrieben, liegt das an den vielfältigen Schwierigkeiten vom Anbau über Verarbeitung bis zum fertigen Produkt. Um eine regionale Vermarktung aufzubauen bzw. zu erhalten, sind eine stabile Wertschöpfungskette und die zuverlässige Verfügbarkeit der Produkte die wichtigste Voraussetzung. Dies bedarf gerade bei Ölsaaten und Linsen eines guten Managements, da diese Kulturen, großen Qualitäts- und Ertragsschwankungen unterliegen.

Die hier betrachteten besonderen Öle sind Produkte mit einem relativ geringen Mengenumsatz, da sie von den einzelnen Kunden nur selten gekauft werden (müssen). Ein stationärer Direktabsatz ist deshalb schwierig und die kleineren Ölmühlen sind auf Kooperationen angewiesen. Nur so können sie eine attraktive Produktpalette über das gesamte Jahr zusammenstellen und anbieten.

Größere Ölmühlen oder Verarbeiter sind auf eine Vermarktung über den Biohandel oder Lebensmitteleinzelhandel angewiesen. Allerdings fehlt es beim LEH, laut Interviews, oft an Kapazitäten, einen Mehraufwand für den Einkauf regionaler Produkte zu betreiben, auch wenn sie von den Verbraucher*innen gewünscht sind. Eine weitere Herausforderung ist die Diskrepanz zwischen Anbau und Bekanntheit bzw. Nachfrage durch die Verbraucher*innen. Bei Ölsaaten sei z.B. das Leindotteröl eher unbekannt, der Anbau aber einfach, bei Leinsamen ist der Anbau schwieriger, dafür ist das Leinöl sehr bekannt und nachgefragt.

Stärken

Das Potenzial für den Anbau von Bio-Sonnenblumen und Bio-Raps wird in Deutschland als noch längst nicht ausgeschöpft angesehen. Ebenso sind Ölmühlen mit Interesse an bioregionalen Rohstoffen vorhanden. Das Interesse an und die Nachfrage nach Aufbereitung und Verarbeitung regionaler Bio-Ölsaaten ist bei Landwirten und Erzeugergemeinschaften groß. Sowohl kleine Ölmühlen als auch größere Lebensmittelhersteller fragen regionale Bio-Ölsaaten und -Linsen nach. Allerdings ist der Bezug von regionalen Bio-Rohstoffen, bestenfalls sogar Verbandsware, derzeit so schwierig, dass Verarbeiter oft auf Ware „nur“ nach EU-Bio-Standard aus dem Ausland zugreifen müssen.

Eine wichtige Stärke wird im Interesse der Verbraucher*innen gesehen. Die Akteure beschreiben die Nachfrage nach regionalen Produkten übereinstimmend als gegeben und wachsend. Einige Verarbeiter profitieren von dem Regionaltrend, der sich mit der Corona-Pandemie verstärkt hat. Regionale Bio-Öle werden häufig aus gesundheitlichen oder geschmacklichen Gründen oder als „Spezialität“ oder Mitbringsel gekauft. Qualität, Frische und der Preis sind wichtige Kaufkriterien. Eine regionale Herkunft oder eine ökologische Erzeugung sind meist nicht das Hauptkaufargument, auch wenn Verbraucher*innen grundsätzlich gerne wissen, wo das Lebensmittel herkommt. Leinöl wird häufig aus gesundheitlichen Gründen gekauft, weniger wegen der regionalen Herkunft. Leindotteröl braucht meist eine Erklärung, dass es kein Leinöl ist und hat einen starken Eigengeschmack, so dass es eher ein Produkt ist, das Verbraucher*innen wegen des Geschmacks kaufen. Linsen aus der Region sind für viele Kunden überraschend und daher ein beliebtes Produkt und Mitbringsel. Kichererbsen oder Kidneybohnen werden von Verbraucher*innen nicht aus hessischem Anbau erwartet, so dass hierfür erstmal eine Nachfrage geschaffen werden muss.

Wünsche und Handlungserfordernisse

Die Erhebungen haben gezeigt, dass erheblicher Investitionsbedarf vor allem in der Entwicklung regionaler Bündelungs- und Aufbereitungsstrukturen besteht. Derzeit reichen weder die Menge an produzierter Rohware noch die Möglichkeiten der Aufbereitung aus, um nennenswerte regionale WSK für Ölsaaten und Linsen zu entwickeln. Die Verwendung regionaler oder hessischer Rohware bedeutet innerhalb der WSK einen deutlich höheren Aufwand und somit Kosten. Damit sich der Mehraufwand einer Waren-Trennung lohnt, müssen Verarbeiter und Endkunden bereit sein, hessische Produkte entsprechend zu vergüten. Mit zunehmender Betriebsgröße sinken bei Verarbeitern das Interesse und die Möglichkeiten, regionale Produkte zu erzeugen, da weder ausreichend regionale Rohstoffe vorhanden sind noch die erzeugte Ware vollständig auf regionalen Märkten abgesetzt werden kann.

Die wesentlichen Schwächen liegen in fehlendem Wissen und Erfahrung, sowie fehlenden regionalen Strukturen. Für die Etablierung einer stabilen regionalen Wertschöpfungskette ist es daher wichtig, dass Erzeuger eine Anlaufstelle haben, die neben der Anbauberatung alle weiteren Schritte wie Reinigung, Aufbereitung, Lagerung und Transport übernimmt. Dazu braucht es innerhalb der Wertschöpfungskette eine klare Verteilung der Verantwortlichkeiten, insbesondere muss klar sein, wer das Risiko und wer die Kosten trägt und wie Motivation und Durchhaltevermögen bei den Landwirten gesteigert werden kann.

Für Ölsaaten und Linsen fehlen die Strukturen insbesondere auf der Aufbereitungs- und Verarbeitungsebene, für die Produktion bzw. Aufbereitung im größeren Stil auch auf der Vermarktungsebene (Handel). Dies führt dazu, dass einzelne Landwirte sich die Strukturen momentan selber schaffen (müssen), die dann gleichzeitig für andere Erzeuger und Verarbeiter aus der Region nutzbar sind. Dies spiegelt sich auch in der Vermarktung wieder, die hauptsächlich direkt oder über kleine Wiederverkäufer erfolgt.

Der Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten braucht einen Maßnahmen-Mix, der Beratung und Betreuung der Landwirt*innen vor Ort enthält, der Bündler, Verarbeiter und Händler veranlasst, die Rohstoffe zuverlässig abzunehmen und Produkte herzustellen, die zu den Rohstoffen der Region passen und auch von den Verbraucher*innen nachgefragt werden. Für die Politik besteht der Handlungsbedarf darin, die Beratung und den Zusammenschluss von Erzeugern zu unterstützen und die Entwicklung regionaler Aufbereitung und Verarbeitung zu fördern. Dies sollte die Förderung von regionalen (Klein-)Unternehmen einschließen, da sie die Flexibilität haben um auf regionale Besonderheiten einzugehen. Weiterhin wurden hohe Hürden durch Bürokratie und Auflagen genannt, die es abzubauen gilt.

4 Arbeitspaket 3 – Nachfrage nach bioregionalen Lebensmitteln - der hessische Einzelhandel

4.1 Die private Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln in Hessen (Auswertung des GfK-Haushaltspanels für den hessischen LEH)

4.1.1 Methodik des Haushaltspanels der GfK

Das Haushaltspanel der GfK beschreibt das Konsumverhalten der privaten Haushalte in Deutschland. Dabei erfassen 30.000 repräsentativ ausgewählte Haushalte ihre gesamten Einkäufe an schnelldrehenden Konsumgütern mit Handscannern in ihrer Wohnung. Für 13.000 dieser Haushalte stellt die GfK zur Erfassung von loser Ware ein Codebuch mit vordefinierten Strichcodes zur Verfügung. Die Panel-Haushalte geben unter anderem Menge, Preis und Einkaufsstätte für die gekauften Produkte an. Die erhobenen Daten werden genutzt, um Marktentwicklungen zu beschreiben und Trends zu ermitteln.

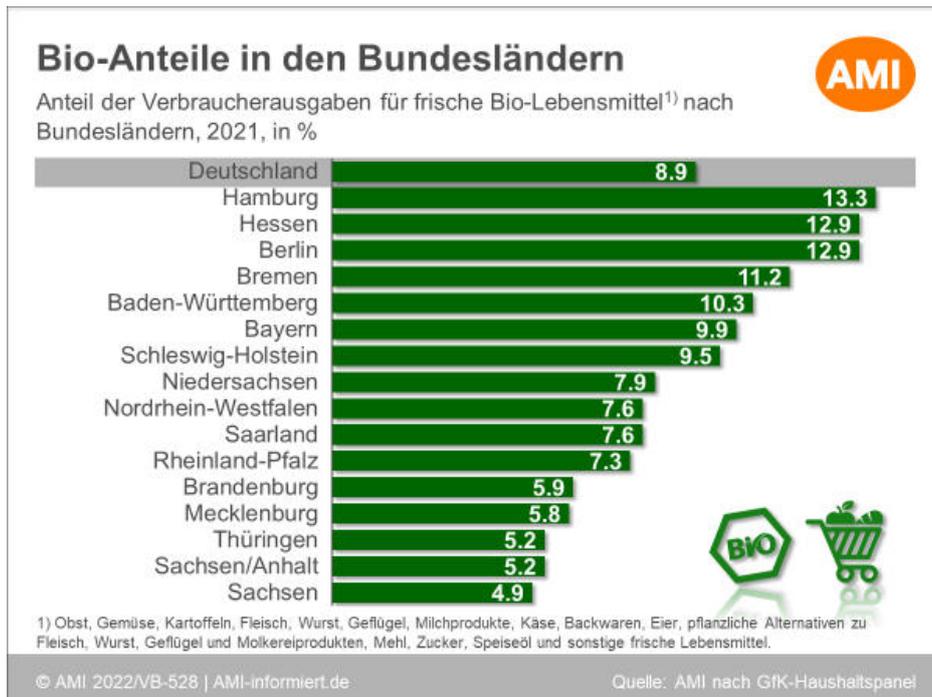
Über eine spezielle Auswertungssoftware hat die AMI Zugriff auf die Rohdaten der Frische-Warengruppen des Haushaltspanels der GfK. Die AMI hat zudem die Möglichkeit, die Nachfrage nach frischen Lebensmitteln, soziodemographisch zu analysieren. Dies bedeutet, dass die Haushalte u.a. nach Alter, Lebenszyklus und dem Bundesland, in dem sie leben, sowie weiteren soziodemographischen Merkmalen beschrieben werden können.

Die Nachfrage der Privathaushalte nach Bio-Lebensmitteln in den einzelnen Bundesländern kann die AMI auf Basis von Daten aus den beiden GfK-Haushaltspanels analysieren. Allerdings gehen nicht alle Lebensmittel und Getränke in diese Analyse mit ein, sondern nur frische Lebensmittel wie Rindfleisch, Schweinefleisch, Fleischwaren/Wurst, Geflügel, Eier, Käse, Milch, Milchprodukte, Fette, Öle, Brot, Kleingebäck, Kartoffeln sowie frisches Obst und Gemüse. Auf diese Warengruppen entfallen in Deutschland rund 60 % der gesamten Ausgaben für Bio-Lebensmittel und Getränke, so dass eine Auswertung auf dieser Basis eine hohe Aussagekraft hat. Für die vorliegende Studie wurden die aktuellen Daten von 2021 verwendet.

4.1.2 Ergebnisse

Den höchsten Bio-Anteil an den Ausgaben für frische Lebensmittel findet man in Hamburg. Hessen folgt mit 13,1 % aber bereits auf Platz Zwei (Abbildung 41). Das ist erstaunlich, denn damit liegt Hessen an der Spitze aller Flächenstaaten und noch vor den Stadtstaaten Berlin und Bremen. Baden-Württemberg und Bayern folgen in weitem Abstand. Unterdurchschnittlich ist der Bio-Anteil an den Ausgaben für Lebensmittel und Getränke im Norden und Osten der Republik. Eine Ausnahme ist Schleswig-Holstein mit einem überdurchschnittlichen Bio-Anteil.

Abbildung 41: Anteil der Verbraucherausgaben für frische Bio-Lebensmittel nach Bundesländern



Ein wichtiger Bestimmungsgrund der Bio-Nachfrage ist das verfügbare Netto-Einkommen. In den süddeutschen Bundesländern ist es überdurchschnittlich. Auffallend ist hier der hohe Anteil von Ausgaben für Bio-Lebensmittel in der zweitniedrigsten und der höchsten Einkommensklasse in Hessen (Abbildung 42).

Abbildung 42: Bio-Anteil der Verbraucherausgaben nach Nettoeinkommen

Hessen: Höheres Netto-Einkommen
 Bio-Anteile an der Verbraucherausgaben für ausgewählte Frische-
 produkte* nach Nettoeinkommen der Haushaltsführenden Person in %

	Deutschland	Hessen	Baden-Württemberg	Bayern
bis 999 EUR	7,0	8,2	8,1	5,1
1.000 bis 1.499 EUR	6,3	8,4	6,3	7,3
1.500 bis 1.999 EUR	7,3	10,8	9,1	9,8
2.000 bis 2.499 EUR	7,6	9,1	9,1	9,0
2.500 bis 2.999 EUR	8,0	8,7	7,5	8,7
3.000 bis 3.499 EUR	8,1	8,4	10,7	11,0
3.500 EUR und mehr	11,5	18,4	12,4	11,4

*Untersuchte Frischewaregruppen: Fleisch, Fleischwaren/Wurst, Geflügel, Eier, Käse, Milch und Milchprodukte, Fette und Öle, Brot und Gebäck, Kartoffeln, Obst und Gemüse

Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Deutschlandweit nimmt der Bio-Anteil an den Ausgaben für Lebensmittel und Getränke mit zunehmendem Alter ab. In Hessen ist der Anteil bei der jüngsten Bevölkerungsgruppe besonders hoch, er erreicht dort fast ein Viertel (Abbildung 43). Außerdem nimmt der Bio-Anteil ab 55 Jahren in Hessen wieder zu. Diese Besonderheit wäre näher zu untersuchen und ist vor allem vor dem Hintergrund des demografischen Wandels von Bedeutung.

Abbildung 43: Bio-Anteil der Verbraucherausgaben nach Alter der haushaltsführenden Person

Junge Haushalte in Hessen kaufen viel bio 

Bio-Anteile an der Verbraucherausgaben für ausgewählte Frischeprodukte* nach Alter der Haushaltsführenden Person in %

	Deutschland	Hessen	Baden-Württemberg	Bayern
Gesamtheit Haushalte	9,1	13,1	10,5	10,1
bis 34 Jahre	11,1	24,1	11,9	11,3
35 bis 44 Jahre	10,0	10,4	10,1	12,3
45 bis 54 Jahre	9,4	9,7	12,9	10,3
55 bis 64 Jahre	8,5	13,9	9,8	8,1
65 Jahre und älter	7,6	11,1	8,1	9,2

*Untersuchte Frischwarengruppen: Fleisch, Fleischwaren/Wurst, Geflügel, Eier, Käse, Milch und Milchprodukte, Fette und Öle, Brot und Gebäck, Kartoffeln, Obst und Gemüse

27. April 2022 Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Abbildung 44: Bio-Anteil der Verbraucherausgaben nach Haushaltsgröße

Hessen: Einkind-Familien stark in bio 

Bio-Anteile an der Verbraucherausgaben für ausgewählte Frischeprodukte* nach Haushaltsgröße in %

	Deutschland	Hessen	Baden-Württemberg	Bayern
1-Personenhaushalt	9,5	11,1	9,9	12,3
- männlich	8,4	8,6	8,3	11,4
- weiblich	10,5	13,1	11,4	13,1
2-Personenhaushalt	8,3	12,6	9,8	8,8
3-Personenhaushalt	10,4	21,6	12,9	10,8
4 und mehr-Personenhaushalt	9,1	8,2	10,2	9,4

*Untersuchte Frischwarengruppen: Fleisch, Fleischwaren/Wurst, Geflügel, Eier, Käse, Milch und Milchprodukte, Fette und Öle, Brot und Gebäck, Kartoffeln, Obst und Gemüse

27. April 2022 Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Auch bei der Haushaltsgröße ist die im Bundesdurchschnitt festzustellende Differenzierung in Hessen stärker ausgeprägt. Überdurchschnittlich ist der Bio-Anteil bei weiblichen Singles und bei Haushalten mit einem Kind (Abbildung 44). Dieses Muster ist in Hessen besonders stark ausgeprägt.

In fast allen Warengruppen sind die Bio-Anteile an den Verbraucherausgaben für Lebensmittel und Getränke in Hessen höher als im Bundesdurchschnitt (Abbildung 45). Eine Ausnahme bildet Schweinefleisch, bei dem Baden-Württemberg führend ist. Besonderheiten im regionalen Angebot (Schwäbisch Hällisches Landschwein) schlagen hier auch auf die Verbraucherausgaben durch.

Abbildung 45: Bio-Anteile an den Verbraucherausgaben für ausgewählte Frischeprodukte

Eier, Gemüse und Kartoffeln punkten		AMI			
Bio-Anteile an den Verbraucherausgaben für ausgewählte Frischeprodukte in %					
	Deutschland	Hessen	Baden-Württemberg	Bayern	
Milch, Milchprodukte	11,7	15,3	14,3	13,2	
Margarine und Speiseöl	17,1	20,9	21,1	20,7	
Rindfleisch	8,2	12,2	8,3	7,3	
Schweinefleisch	4,0	4,6	7,5	3,5	
Fleischwaren	3,7	5,0	4,8	3,3	
Geflügel	6,9	10,8	7,1	7,8	
Eier	25,7	34,2	22,1	29,2	
Obst	10,1	14,2	10,4	12,0	
Gemüse	13,7	19,8	15,5	15,2	
Kartoffeln	12,4	19,5	14,1	14,7	
Käse	6,1	8,1	7,3	8,0	
Brot und Kleingebäck	7,2	14,4	8,2	9,5	

27. April 2022 Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Im Vergleich zu anderen Bundesländern ist der Online-Bezug von Bio-Lebensmitteln in Hessen höher (Abbildung 46). In diese Kategorie gehören auch Abokisten, sofern sie online bestellt werden. Damit ergibt sich eine unscharfe Grenze zum Einkauf beim Erzeuger. Der Einkauf beim Erzeuger ist in Hessen dagegen schwächer vertreten als in anderen Bundesländern, was teilweise durch den höheren Online-Bezug zu erklären ist.

Im LEH sind Vollsortimenter in Hessen überdurchschnittlich bei den Bio-Umsätzen vertreten, die Discounter dagegen unterdurchschnittlich. Für diese Erscheinung ist vor allem der Vollsortimenter Tegut verantwortlich, der ein ausgesprochen großes Bio-Sortiment führt (Abbildung 47). Edeka und Rewe sind in Bayern und Baden-Württemberg für gut 80 % der Bio-Ausgaben bei Vollsortimentern verantwortlich, in Hessen kommen die beiden zusammen aber nur auf knapp 60 %.

Abbildung 46: Bio-Anteile an den Verbraucherausgaben nach Einkaufsstätten für alle Bio-Warengruppen

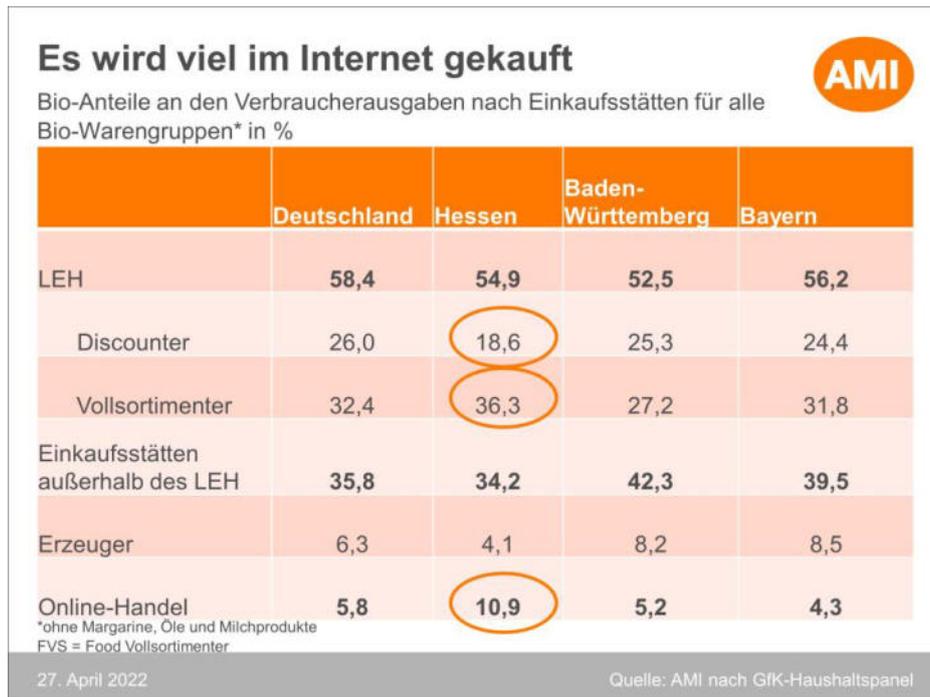
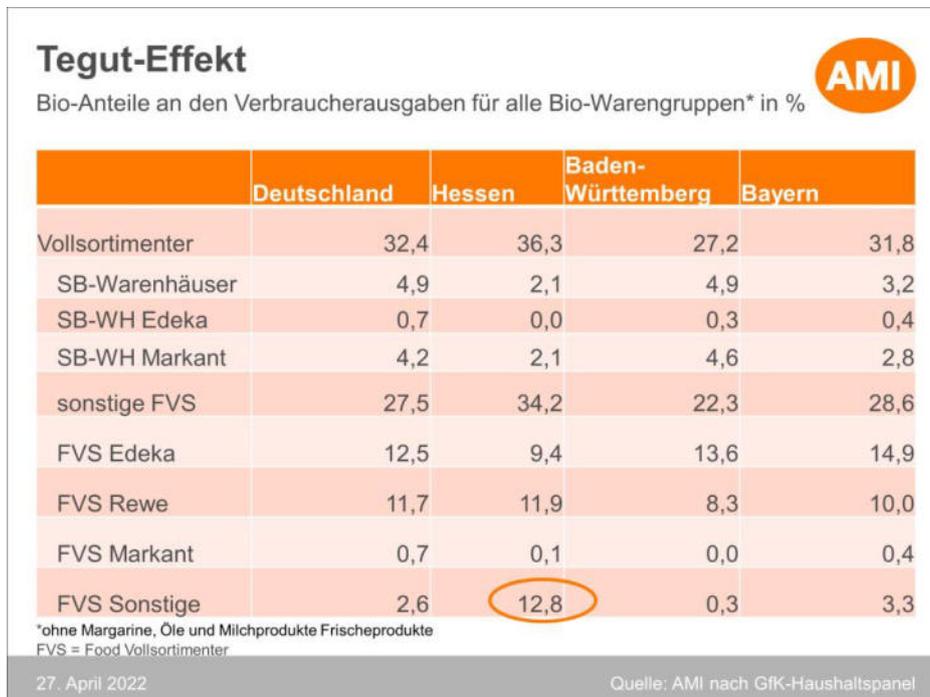


Abbildung 47: Bio-Anteile an den Verbraucherausgaben für alle Bio-Warengruppen



4.2 Bioregionale Lebensmittel im hessischen Einzelhandel

Der Lebensmittelhandel befindet sich in einer Schlüsselposition, um die Vermarktung und den Konsum von regionalen Bio-Lebensmitteln voranzutreiben und entsprechende WSK zu etablieren. Dieses Kapitel widmet sich der Perspektive des Handels und der Analyse der Möglichkeiten und Hemmnisse auf Handelsebene.

In jüngster Zeit haben sich im Lebensmittelmarkt wichtige Veränderungen ergeben, die ihren Ausgang in der Corona-Pandemie hatten und sich nun durch den Ukraine-Krieg fortsetzen. Die Corona-Pandemie hatte einen starken Einfluss auf das Kaufverhalten von deutschen Verbraucher*innen, indem nachhaltige Produkte, wie Bio und regionale Produkte, stärker nachgefragt wurden (BLE, 2021; Heimig, 2022; Vogler & Schauer, 2021). Neueste Entwicklungen zeigen, dass die steigenden Lebensmittelpreise zu einer sinkenden Nachfrage nach (regionalen) Bio-Produkten führen.

Entsprechend der positiven Entwicklung der Nachfrage nach bio-regionalen Lebensmitteln, vor allem in den letzten 2 Jahren, weitet der Handel sein bio-regionales Sortiment stetig aus und nutzt das Potenzial regionaler Bio-Lebensmittel, den Mehrwert von Bio-Lebensmitteln noch zu verstärken (Prange, 2021; Riedl, 2018; Sievers, 2018) und sich gegenüber der Konkurrenz zu positionieren (Heimig, 2022; Lattmann & Stockburger, 2021; Schulz & Stockburger, 2021). Für die Kundenkommunikation bedeutet dies, dass regionale Bio-Produkte gerne aktiv beworben werden (Schindler, 2021). Dies stellt Vollsortimenter jedoch vor besondere Herausforderungen der Warenbeschaffung, da die erforderlichen Mengen nicht immer in ausreichender Menge und Qualität regional verfügbar sind.

Auch die Zusammenarbeit innerhalb regionaler WSK ist für die Akteure oft anspruchsvoll und erfordert eine intensive Kommunikation und Kooperationsbereitschaft (Heimig, 2021). Deshalb braucht die Etablierung regionaler WSK und gut funktionierende regionale Partnerschaften, und viele sind über lange Jahre gewachsen (Schulz & Stockburger, 2021).

4.2.1 Methode

Um erste Einblicke in die Sicht des Lebensmitteleinzelhandels auf regionale Bio-WSK in Hessen zu gewinnen, wurden im Frühjahr 2022 einige Experteninterviews mit Vertreter*innen von in Hessen ansässigen Handelsunternehmen geführt. Die hier durchgeführten Erhebungen sind weder repräsentativ, noch geben sie die Situation von bioregionalen Produkten im Einzelhandel abschließend wieder. Sie tragen aber dazu bei, einen Eindruck der derzeitigen Situation bei bioregionalen Lebensmitteln und der Herausforderungen auf Handels- (und Erzeugerseite) zu bekommen.

Der für diese Experteninterviews verwendete Interview-Leitfaden war stark strukturiert, um die Auswertung zu erleichtern und enthielt die folgenden Themenbereiche:

- Regionalität (allgemein, nicht nur Bio)
- Nachfrage nach regionalen Bio-Produkten
- Kommunikation
- Regionale Zusammenarbeit
- Ausblick.

Im Sinne der Abbildung einer möglichst breiten Sichtweise des Lebensmittelhandels wurden Vertreter von insgesamt 9 Handelsunternehmen (insgesamt 12 Interviews) interviewt. Dies beinhaltete Bioläden und Abokistenbetriebe, Bio-Supermärkte und den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) in Hessen. Beim LEH wurden sowohl Marktleiter, als auch Bereichsverantwortliche in den Zentralen interviewt, um umfassendere Informationen zu generieren. Die Interviews fanden sowohl in Präsenz

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

als auch telefonisch bzw. per Zoom statt und dauerten zwischen 30 und 120 Minuten. In Einzelfällen wurden auch zwei Gespräche geführt.

Für die Auswertung der Interviews wurden die Gesprächsprotokolle digitalisiert und die Inhalte anhand eines induktiven Kodierschemas ausgewertet (Tabelle 17).

Tabelle 17: Kodierschema

Hauptkategorie	Unterkategorie
Regionalität	<ul style="list-style-type: none">• Definition Regionalität (allgemein)• Relevanz und Motivation für den Handel• Bio-regionales Sortiment: Angebot und Nachfrage• Anforderungen, Erfahrungen, Merkmale regionaler Zusammenarbeit• Kommunikation
Empfehlungen	<ul style="list-style-type: none">• Welche Produktgruppen bieten sich für regionale Wertschöpfungsketten an?• Erforderliche politische Veränderungen

Dabei wurden zunächst die Antworten der Bioläden vergleichend mit den Abokistenbetrieben zusammengefasst und ausgewertet. Anschließend wurde genauso mit den Bio-Supermärkten im Vergleich zu den Vollsortimentern vorgegangen. Darüber hinaus wurden auch Vergleiche zwischen den zwei Gruppen angestellt.

4.2.2 Ergebnisse

Die Ergebnisdarstellung folgt Kodierschema aus Tabelle 17.

4.2.2.1 Definition Regionalität

Nur eines der befragten Handelsunternehmen hat eine klare Definition für Regionalität. Sie beträgt 50 km um den Bioladen herum. Die übrigen Händler haben keine Regional-Definition, sondern verlassen sich auf persönliche Beziehungen, die lange gewachsen sind und die durch vertrauensvollen Umgang auf Augenhöhe gekennzeichnet sind. So bezeichnete bspw. einer der Abokisten-Mitarbeiter auch einen Partner in 120 km Entfernung als regionalen Zulieferer. Auch bei den Vollsortimentern und Bio-Supermärkten wird der Regionalitätsbegriff häufig recht weit gefasst, so dass auch Ware aus Deutschland als regional verstanden werden kann. Dies lässt sich vor allem durch die überregionalen Aktivitäten dieser deutschlandweit agierenden Handelsunternehmen erklären, bei denen der Einkauf meist zentral gesteuert wird. Allerdings arbeiten die Vollsortimenter mit unterschiedlichen Regional-Initiativen und Regional-Kennzeichnungen zusammen, die wiederum ihren eigenen Kriterienkatalog und ihre eigene Regional-Definition haben. Zu diesen Regional-Initiativen und Regional-Kennzeichnungen zählen z. B. „Köstliches Nordhessen“, „Landmarkt“, „Geprüfte Qualität Hessen“, „Bio aus Hessen“ und das Regional-Fenster.

Es wurde in den Interviews kein Unterschied zwischen Herkunft der Rohware und Verarbeitungsort gemacht.

4.2.2.2 Bedeutung und Motivation aus Sicht des Handels

Bei den Bioläden und Abokisten zeigte sich ein durchweg (sehr) großes Interesse an regionalen Partnerschaften. Regionale Produkte wurden als das „Herzstück“ der Läden bezeichnet und bildeten den „Schwerpunkt von Anfang an“, da die Händler seit der Gründung der Bioläden vor über 40 Jahren mit einigen regionalen Erzeugern zusammenarbeiten. Regionale Bio-Produkte dienen in Zeiten der zunehmenden Verfügbarkeit von Bio-Produkten auch der Abgrenzung der Bioläden gegenüber Bio-Supermärkten und dem LEH. Teilweise gibt es den Wunsch, ausschließlich regionale Produkte zu beziehen, und gleichzeitig unabhängiger vom Naturkost-Großhandel zu werden.

Bei Bio-Supermärkten und Vollsortimentern ist die Motivation für regionale Zusammenarbeit vor allem im Bedienen der stetig wachsenden Nachfrage nach Bio- und Regional-Produkten begründet. Bei den selbstständigen Kaufleuten ist das Interesse an regionalen Partnerschaften sowohl von der Kundenstruktur der Filialen als auch von dezentralen Bestellmöglichkeiten abhängig. Auf zentraler Ebene hingegen herrscht durchweg großes Interesse an (vor allem großen) regionalen Partnerunternehmen. Regionale Bio-Produkte sind für Vollsortimenter mit großem Bio-Angebot auch positionierungsrelevant und werten das Sortiment zusätzlich auf.

4.2.2.3 Regionale Zusammenarbeit: Merkmale, Anforderungen, Erfahrungen

Gute regionale Zusammenarbeit zeichnet sich aus Sicht der befragten Handelsunternehmen durch langjährige Beziehungen basierend auf gegenseitigem Vertrauen und Arbeit auf Augenhöhe aus. Allerdings gilt es für regionale Erzeuger und Verarbeitungsunternehmen, einige Anforderungen zu erfüllen, um mit dem Handel zusammenarbeiten zu können. Je nach Größe und Reichweite des Handelsunternehmens variieren die Anforderungen an regionale Erzeuger und Verarbeitungsunternehmen. Die Anforderungen lassen sich in folgende Kriterien einteilen: Qualität, Quantitäten, Professionalität und Zuverlässigkeit und Flexibilität. Im Folgenden werden die Anforderungen erläutert und durch die Erfahrungen der Handelsunternehmen illustriert.

Bei allen befragten Handelsunternehmen beinhalten Qualitätsanforderungen Frische und Bio-Zertifizierung. Für tierische Erzeugnisse wird eine Verbandszertifizierung durchweg bevorzugt. Bei Bio-Supermärkten und bei den Vollsortimentern müssen noch höhere Qualitätsstandards (z.B. IFS, Global G.A.P., QS) eingehalten werden. Damit ist auch eine hohe bürokratische Hürde verbunden, die viele kleine Erzeuger allerdings nicht nehmen (können). In Bezug auf bestehende Partnerschaften wurde die Anforderung „Qualität“ durch die Handelsunternehmen durchweg positiv bewertet.

Die Anforderungen an Quantitäten richten sich nach der Größe des Handelsunternehmens. Die befragten Bioläden und Abokisten haben begrenzte Lagerkapazitäten und sind auf regelmäßige kleine Lieferungen angewiesen. Bio-Supermärkte und die Vollsortimenter hingegen bevorzugen große Mengen, die jedoch ebenso passgenau bestellt und geliefert werden müssen und die dann über mehrere (auch überregionale) Filialen vertrieben werden.

Bei der Anforderung „Professionalität“ scheint sowohl aus Sicht der Bioläden und Abokisten als auch aus Sicht des Bio-Supermarkts und der Vollsortimenter noch „viel Luft nach oben“ zu sein. Die Kommunikation mit Erzeugern gestaltet sich als sehr aufwendig und teilweise auch als schwierig. Ebenso gibt es in den Bereichen Rechnungsstellung, Verpackung, Auszeichnung und Kompatibilität mit komplexen digitalen Prozessen noch Verbesserungsbedarf. All diese Kriterien können für Handelsunternehmen ein Grund sein, eine bestehende Partnerschaft zu beenden bzw. keine neue Partnerschaft einzugehen.

Die Anforderung „Zuverlässigkeit“ ähnelt der Anforderung „Professionalität“ und beinhaltet, dass Lieferungen regelmäßig getätigt werden, die Waren verfügbar sind und die Kommunikation

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

reibungslos verläuft. Die Erfahrung mit diesen Anforderungen wurden teils positiv teils negativ bewertet. Einerseits wurden langjährige Beziehungen zwischen dem Handel und regionalen Partner*innen, welche von persönlichem Kontakt leben, positiv bewertet. Andererseits wurde auch von persönlichen Zerwürfnissen zwischen der Filialleitung und Erzeugern berichtet, woraufhin die Zusammenarbeit beendet wurde.

Die Handelsunternehmen waren besonders zufrieden mit ihren regionalen Partnern, wenn sie flexibel und spontan auf geänderte Bestellungen reagieren. Am zufriedensten waren die Handelsunternehmen, deren Partner sich zu 100 % auf ihre Bedürfnisse einstellen.

4.2.2.4 Bioregionales Sortiment: Angebot und Nachfrage

Das Angebot von bio-regionalen Produkten in Hessen wird überwiegend durch das Angebot, d. h. die regionalen Erzeugungs- und Verarbeitungsstrukturen sowie durch die Nachfrage bestimmt. Der Anteil der regionalen Bio-Lebensmittel am Umsatz variiert stark je nach Größe, Reichweite und Bio-Anteil des jeweiligen Handelsunternehmens. Bei den befragten Bioläden und Abokisten liegt der wertmäßige Anteil der regionalen Bio-Produkte am Sortiment zwischen 15 und 45 %. Beim Bio-Supermarkt ist der Anteil geringer und liegt unter 10 %. Den geringsten Anteil an bio-regionalen Lebensmitteln am Sortiment haben die Vollsortimenter mit unter 5 %. Diese Angaben wurden meist geschätzt und stammen teilweise aus der Statistik der Handelsunternehmen. Allerdings gilt es hier zu beachten, dass die Regional-Definitionen wie eingangs beschrieben nicht einheitlich sind. Zudem verfügen nicht alle Händler über eine Kennzeichnung regionaler Produkte in ihrem Warenwirtschaftssystem.

Die Händler wurden nach ihrem bio-regionalen Sortiment befragt (Tabelle 18). Aus der Spalte Angebot geht hervor, wie viele von den befragten Handelsunternehmen diese Produkte anbieten (alle, manche oder einzelne Handelsunternehmen). In der Spalte Nachfrage ist das Ausmaß der Nachfrage nach diesen Produkten dargestellt (sehr groß bis sehr gering). Die Produktgruppen sind nach absteigender Nachfrage sortiert.

Alle befragten Handelsunternehmen bieten bioregionale Eier und je nach Saison auch bioregionales Gemüse an. Beide Produktgruppen werden sehr stark nachgefragt. Darüber hinaus bieten alle Händler Brot und Backwaren sowie Fleisch aus bioregionaler Erzeugung an. Diese Produktgruppen werden etwas weniger stark nachgefragt, aber die Nachfrage ist immer noch groß. Manche Händler bieten bioregionales Obst und bioregionale Molkereiprodukte an. Bei beiden Produktgruppen wird die Nachfrage als groß angesehen.

Die folgenden Produkte werden nur von einzelnen Handelsunternehmen bio-regional angeboten: Tofu, Getränke (Bier, Wasser) und Pilze werden stark nachgefragt. Das liegt u.a. daran, dass diese Produkte teilweise ausschließlich in bio-regionaler Qualität angeboten werden. Es bleibt also die Frage, wie aussagekräftig diese Daten sind. Bei Aufstrichen und Öl ist die Nachfrage gering, bei Trockenprodukten (Mehl, Linsen, Quinoa, Chiasamen) sogar sehr gering. Diese sehr geringe Nachfrage könnte darauf zurückzuführen sein, dass gerade Quinoa und Chia-Samen als exotische Produkte wahrgenommen werden und kein regionaler Anbau erwartet wird.

Tabelle 18: Angebot und Nachfrage regionaler Bio-Lebensmittel in Hessen nach Produktgruppen

Produktgruppe	Läden mit Angebot	Nachfrage
Eier	Alle	Sehr groß
Gemüse	Alle	Sehr groß, saisonal schwankend
Brot und Backwaren	Alle	Groß
Fleisch	Alle	Groß
Obst	Manche	Groß
Molkereiprodukte	Manche	Groß
Tofu	Einzelne	Groß
Getränke (Bier, Wasser)	Einzelne	Groß
Pilze	Einzelne	Groß
Aufstriche	Einzelne	Gering
Öl	Einzelne	Gering
Trockenprodukte (Mehl, Linsen, Quinoa, Chiasamen)	Einzelne	Sehr gering

Die durchgeführten Experteninterviews geben sehr unterschiedliche Beobachtungen im Bereich der Kundenpräferenzen wieder. Einerseits gilt eine große Auswahl an regionalen Bio-Produkten als ein besonderes Merkmal des Bioladens, weswegen die Kunden in die Läden kommen. Andererseits ist Regionalität nicht das einzige Kaufargument. Zu anderen Kaufgründen zählen Preis, Qualität, Geschmack und Komfort. Bei Bioläden und Abokisten lassen sich hohe Zahlungsbereitschaften vor allem bei bio-regionalen tierischen Erzeugnissen beobachten.

Viele Vollsortimenter-Kunden fragen entweder nach regionalen oder nach bio-zertifizierten Lebensmitteln und nur eine kleine Kundengruppe fragt nach bioregionalen Lebensmitteln. Insgesamt scheint Regionalität bei den Vollsortimentern weniger wichtig zu sein als Bio.

4.2.2.5 Kommunikation

Regional-Produktkennzeichnungen spielen nur bei den Vollsortimentern eine Rolle. Diese nutzen das Regional-Fenster sowie die regionale Markenbezeichnungen, oder Regional-Labels der jeweiligen Initiative, deren Produkte vertrieben werden.

In den Bioläden, im Bio-Supermarkt und in einem Vollsortimenter sind regionale Lebensmittel meist gemeinsam mit nicht-regionalen Lebensmitteln auf der Verkaufsfläche platziert. Einer klaren räumlich getrennten Platzierung steht oft die beschränkte Verkaufsfläche entgegen. Gleichzeitig ist eine eindeutige Abgrenzung der verschiedenen Produkte (bioregional/nicht bioregional) schwierig, wenn Läden nicht über eine klare Regional-Definition verfügen, die gleichzeitig von den Kund*innen akzeptiert sein muss. Weiterhin spricht gegen eine solch getrennte Platzierung, dass manche Zulieferer nicht häufig genug liefern können und die Waren nicht immer verfügbar sind, sodass Lücken im Regal entstehen würden.

Bei zwei Vollsortimentern finden sich sowohl die integrierte als auch die separate Platzierung. Die Art der Platzierung richtet sich danach, ob die regionalen Produkte exklusiv bei diesem Handelsunternehmen erhältlich sind. Exklusive Produkte bekommen Sonderflächen mit gebündelten Produkten aus verschiedenen Produktgruppen (z.B. Kühltruhen mit Fleisch und Käse neben Trockenregalen im gleichen Umfeld). Dabei werden bioregionale und konventionelle regionale

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Produkte gemeinsam platziert. Aufgrund von Konflikten der Regional-Initiativen untereinander werden deren regionale Produkte meist bewusst getrennt voneinander platziert.

Die befragten Bioläden machen auf verschiedene Weisen auf ihre regionalen Partner*innen aufmerksam: Bei allen Bioläden stellen Hinweise am Preisschild (z.B. „aus der Region“, „5km von hier entfernt“, „weil Nähe Vertrauen schafft“) regionale Produkte heraus. An den Wänden hängen Karten mit regionalen Zulieferern, es werden Anzeigen in Lokalnachrichten und Kulturprogrammheften geschaltet und auf Aufstellern vor dem Laden oder an der Käsetheke werden saisonale Besonderheiten und neue regionale Produkte beworben. Darüber hinaus zeichnen sich die Bioläden durch ihren engen Kontakt zu Erzeuger*innen und ihren hohen Personalaufwand aus. Die Mitarbeitenden besuchen jährlich ausgewählte regionale Partnerbetriebe und können die Kundschaft dadurch entsprechend informiert beraten. Soziale Medien spielen praktisch keine Rolle in der Kundenkommunikation dieser Händler.

Bei Abokisten sind regionale Produkte analog zu den Hinweisen am Preisschild in den Bioläden im Online-Shop mit einem Regional-Button gekennzeichnet. Darüber hinaus können Kund*innen, je nach Shop, über eine Filterfunktion nach regionalen Lebensmitteln im Online-Shop suchen. Im Vergleich zu den Bioläden spielt Werbung über das Internet bei Abokisten durchaus eine große Rolle (E-Mail-Verteiler, Website, Soziale Medien). Außerdem legen sie ihren Kisten Einlegeblätter mit Infos zu Erzeugern und Rezeptideen für regionale Produkte bei.

Auch bei den Vollsortimentern und im Bio-Supermarkt werden Hinweise am Preisschild verwendet. Diese dienen der Differenzierung der Produkte und sollen den Kunden Orientierung im vielfältigen Sortiment dieser Händler geben. Darüber hinaus kommen Aufsteller und Plakate mit Informationen zu Erzeugern zum Einsatz. Teilweise gibt es Kühltruhen mit regionalen Fleisch- und Wurstwaren. Bio-Supermärkte informieren teilweise über ein Kundenmagazin zu Partnerschaften mit Erzeugern. Bei den Vollsortimentern werden Flugblätter mit Einlegern zu saisonalen Spezialitäten ausgelegt. Hierbei ist die Herausforderung, dass bei unvorhergesehener Knappheit bestimmter Waren auf Lieferanten aus anderen Regionen ausgewichen werden muss, obwohl bestimmte Produkte als regional beworben wurden. Deswegen ist das explizite Bewerben regionaler Lebensmittel bei manchen Händlern umstritten. In einem der befragten Vollsortimenter spielt die Werbung für bioregionale Lebensmittel aufgrund der Kundenstruktur und der geringen Nachfrage nach diesen Produkten praktisch keine Rolle.

5 Fazit und Handlungsempfehlungen

Hessen hat hervorragende Voraussetzungen für den Aufbau von bioregionalen Wertschöpfungsketten. Mit dem Rhein-Main-Gebiet verfügt es über ein starkes Wirtschaftszentrum, mit teilweise sehr hoher Kaufkraft, die wiederum eine wichtige Voraussetzung für eine hohe Nachfrage nach den relativ hochpreisigen Bio-Lebensmitteln ist. So ist es auch nicht überraschend, dass der Anteil für frische Öko-Lebensmittel (gut 60 % des Bio-Lebensmittelmarktes) an den gesamten Ausgaben für Lebensmittel in Hessen bei fast 13 % und damit deutlich höher als der deutsche Durchschnitt von knapp 9 % liegt. Interessant ist auch, dass in Hessen die jungen Menschen einen besonders hohen Bio-Anteil bei Lebensmitteln aufweisen, was auf ein hohes zukünftiges Nachfragepotenzial schließen lässt.

Auch der hessische Bio-Anbau steht im bundesweiten Vergleich sehr gut da. Der Anteil ökologisch bewirtschafteter Fläche von gut 16 % ist in Hessen im Vergleich zu ganz Deutschland mit ca. 10 % Öko-Anteil sehr hoch. Die Struktur des hessischen Öko-Landbaus ist stark von Grünland geprägt, der Grünlandanteil liegt mit 60 % höher als im bundesdeutschen Schnitt (52 %), gefolgt von Getreide und Ackerfutter. Sonderkulturen, wie Eiweißpflanzen, Hackfrüchte, Gemüse und Dauerkulturen finden sich nur sehr wenig. Punktuell gibt es Kartoffelanbau, Hanf- und Linsenanbau sowie Heil- und Gewürzkräuteranbau. Die Ergebnisse zur Tierhaltung und Fleischproduktion sind deutlich weniger zuverlässig, da keine belastbare Datengrundlage vorliegt. Dennoch zeigt sich, dass die Bio-Fleischerzeugung relativ gleichmäßig über Hessen verteilt ist, während es, mit Ausnahme kleinerer auf den Direktabsatz ausgerichteter Betriebe, nur wenig Weiterverarbeitung (Schlachtung und Zerlegung) gibt, so dass oft auf angrenzende Bundesländer ausgewichen wird.

Die ersten Einblicke in ausgewählte WSK (Kartoffeln, Fleisch und Ölsaaten/Linsen) verdeutlichen erhebliche Unterschiede in den speziellen Herausforderungen. Bei Kartoffeln gibt es in verschiedenen hessischen Regionen einige leistungsstarke Verarbeitungsbetriebe, die auch verarbeitete Produkte für Gastronomie und Handel anbieten, und die gute Netzwerke aufgebaut haben. Bei Fleisch fehlen Zerlegekapazitäten und Kooperationen innerhalb der WSK, um Ware zu bündeln und in größeren Mengen schlachten und verarbeiten zu lassen, so dass auch der Einzelhandel mit bioregionaler Ware beliefert werden könnte.

Der Produktbereich Ölsaaten und Leguminosen ist von großen Unsicherheiten gekennzeichnet. Notwendige Investitionen in Ernte-, Aufbereitungs- und Verarbeitungstechnik sowie fehlendes Knowhow führen zu hohem Risiko innerhalb der Wertschöpfungsketten. In der steigenden Nachfrage nach pflanzlichen Fleischalternativen wird ein großes Potenzial für einheimische Ölsaaten und Leguminosen gesehen.

Es wird viel Potenzial in der Außerhausverpflegung (Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie) gesehen. Jedoch fehlen auch hier funktionierende Strukturen vor allem für die Bündelung/Erfassung sowie für vorverarbeitete Produkte für die Küchen. Wichtig wären Ansprechpartner, die die Ware der Zulieferer bündeln und es der Gastronomie ermöglichen, ihre gesamte Biobestellung über einen Lieferanten zu machen.

Die Interviews mit Vertreter*innen des Lebensmitteleinzelhandels haben gezeigt, dass der Handel an bioregionalen Lebensmitteln interessiert ist. Allerdings wurden verschiedenen Schwierigkeiten in Zusammenhang mit ausreichenden und zuverlässigen Lieferungen und Kennzeichnungen sowie dem erhöhten Aufwand der Warenbeschaffung ausgemacht. Es besteht ein geringes Problembewusstsein bezüglich der Definition von Regionalität mit Bezug auf Verarbeitungsort und Herkunft der Rohware.

Auf der Grundlage der im Rahmen dieser Studie durchgeführten Erhebungen können Chancen und Risiken identifiziert werden. Chancen und Risiken sind auf der übergeordneten Ebene angesiedelt und

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

gelten für alle Betriebe und Wertschöpfungsketten in ähnlichem Ausmaß (Tabelle 19). Einige der Aspekte werden sowohl als Chance wie auch als Risiko aufgeführt. Das liegt daran, dass kein abschließendes Urteil möglich ist.

Tabelle 19: Chancen und Risiken bioregionaler Wertschöpfungsketten in Hessen (Grundlage Experteninterviews)

Chancen	Risiken
<p>Konsumverhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ steigende Nachfrage nach Regionalität und Bio ➔ Nachfrage nach bioregionalen Produkten in allen Vertriebswegen - auch im allgemeinen LEH. ➔ Treuer Kundenstamm ➔ Hohe Zahlungsbereitschaften bei bestimmten Konsumentengruppen 	<p>Konsumverhalten/Verbraucherbewusstsein</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ teilweise geringe Wertschätzung von Lebensmitteln wegen allgemein niedriger Lebensmittelpreise ➔ geringe Zahlungsbereitschaft wegen zu geringer Kenntnis der landwirtschaftlichen Produktion ➔ Rückgang der Nachfrage nach bioregionalen Lebensmitteln durch steigende Lebensmittelpreise (Lebenshaltungskosten)
<p>Teilweise Engagement des Handels bei der Etablierung von bioregionalen WSK</p>	<p>Fehlendes Engagement des Handels Zurückhaltung von Verarbeitung und Handel bei verbindlichen Absprachen mit Erzeugern durch unsichere allgemeine wirtschaftliche Situation</p>
<p>Kooperation von Bio-Anbauverbänden</p>	<p>Fehlende Zusammenarbeit verschiedener Gremien und Verbände</p>
	<p>Große Preisschwankungen bei den Rohstoffen je nach Erntesituation</p>
<p>Signifikante, marktorientierte und zielgerichtete Förderung des Öko-Anbaus in Hessen</p>	<p>Unzureichende Förderung von Anbau, Verarbeitung und Vermarktung (besonders relevant für kleine Unternehmen)</p>
<p>Förderung von bioregionalen Vermarktungsstrukturen und Wertschöpfungsketten vorhanden</p>	<p>Förderung zu kleinteilig. Es fehlt der „große Wurf“, das gemeinsame Herangehen aller Beteiligten</p>
<p>Förderung der Nachfrage nach bioregionalen Produkten über Steigerung von Wissen und Vertrauen bei Verbraucher*innen ➔ z.B. bioregional Kennzeichnung</p>	
<p>Außer-Haus-Verpflegung</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ Deutliche Steigerung des Bioregional-Anteils ➔ Bioregional als Ausschreibungskriterium in öffentlichen Kantinen und Mensen ➔ Anpassung der Richtlinien für Bio in der AHV 	

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Die Erhebungen haben gezeigt, dass in allen untersuchten WSK der Erfolg von dem vorhandenen Knowhow und der überbetrieblichen Kooperation abhängt. Dies ist an verschiedene Voraussetzungen gebunden:

- Betriebe, die die erforderlichen Produkte erzeugen, verarbeiten und handeln,
- Kooperationsbereitschaft. Dies erfordert gemeinsame Ziele und Kompromissbereitschaft seitens der Betriebsleiter und aller involvierten Personen,
- Spezielle persönliche Fähigkeiten und Kapazitäten, um Kooperationen zu moderieren und zum Erfolg zu führen (soft skills),
- Wissen über Erfolgsfaktoren der Kooperation und der WSK.

Um die Transparenz im hessischen Bio-Markt zu erhöhen, die Vernetzung der Marktakteure zu erleichtern und die genannten Funktionen zu erfüllen, bietet es sich an, eine zentrale Koordinationsstelle einzurichten. Die Stelle sollte verbands- und unternehmensneutral agieren und nicht selbst in das Marktgeschehen eingreifen. Sie muss von allen Stellen und Ebenen in Verbänden und Behörden unterstützt werden und die Akteure miteinander verbinden. Zu den Aufgaben könnten die Vernetzung von Marktakteuren (durch Workshops, Arbeitstreffen einzelner Produktbereiche), die Bereitstellung von Informationen, die Beratung zu Vertragsmöglichkeiten und Kooperationsformen anhand von Best-Practice Beispielen, die Beratung zu Fördermöglichkeiten und Genehmigungsverfahren, sowie die Identifikation des Weiterbildungsbedarfs gehören.

Um die Kräfte im Land weiter zu bündeln, ist die Zusammenarbeit aller Stellen essenziell: MGH, HMUKLV, LLH, Hessischer Bauernverband, VÖL, Bio-Verbände. Die Öko-Modellregionen wirken gut in den einzelnen Regionen, verbessern aber vor allem die Direktvermarktung. Für größere Vermarktungsstrukturen und auch für die Belieferung des LEH fehlt eine bessere Vernetzung aller hessischen Regionen.

Kleine und mittlere Bio-Verarbeitungsbetriebe können für ihre Investitionen die Investitionsförderung in Höhe von 40% in Anspruch nehmen. Anders als landwirtschaftliche Betriebe erhalten Bio-Verarbeitungsbetriebe keine Bio-Förderung. Fördermittel werden oft nicht abgerufen, weil die Antragstellung der Fördermittel als zu aufwändig und riskant angesehen wird und zwar nicht nur während der Antragstellung, sondern auch danach (Erstellen von Verwendungsnachweisen, Fristen, Anzeige von Veränderungen etc.). Eine stärkere personelle Förderung (Projektmanagement) könnte hier Abhilfe schaffen.

Neben den Anforderungen an die Etablierung von funktionierenden WSK muss die Verbrauchernachfrage gesteigert werden. Es ist gut dokumentiert, dass Verbraucher*innen Interesse an Bio-Lebensmitteln aus der Region haben. Vielfach wird kritisiert, dass Bio-Produkte mittlerweile in erheblichem Maß importiert werden, so dass die Kombination von „Bio“ mit „Regional“ erfolgversprechend ist. Es ist aber auch bekannt, dass Verbraucher*innen klare und vertrauenswürdige Kennzeichnungen brauchen, um sich entsprechend dieser Präferenzen entscheiden zu können. Derzeit gibt es mehrere regionale Kennzeichnungen in Hessen (Bio aus Hessen, Geschützte Qualität Hessen, Landmarkt, Rhöner Bioshärenrind, EU-Kennzeichnungen zu geschützter geographischer Angabe etc.) es ist aber nicht klar, ob Verbraucher*innen sie kennen und ob sie Ihnen vertrauen. Nach dem Vorbild anderer Bundesländer wäre eine entschiedene Informationskampagne für das hessische Bio-Siegel zielführend, damit sich WSK mit regionaler Ware besser etablieren können.

Weitere Forschung sollte sich mit den Verbrauchererwartungen an eine Regionalkennzeichnung für Hessen beschäftigen. Weiterhin ist es wichtig, die hier vorgestellten Ergebnisse über zusätzliche Interviews und Workshops zu vertiefen und auf weitere Wertschöpfungsketten auszudehnen.

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Schließlich sollten Erfolgsfaktoren für funktionierende WSK identifiziert und auf dieser Grundlage Beratung und Förderung zielgenau etabliert werden.

Die Datengrundlage zur Abbildung der Erzeugung von Bio-Produkten in Hessen ist unzureichend. Die InVeKos-Daten bilden die Anbauflächen der ‚großen‘ Kulturen recht gut ab. Schwierig wird es bei den Gemüseflächen, bei denen hohe mengen- und vor allem wertmäßige Erträge erzielt werden. Es ist zu vermuten, dass ein wichtiger Teil dieser Betriebe keine Anträge auf Flächenförderung stellt, sodass die Flächen in den InVeKos-Daten nicht abgebildet werden. Ein Teil der Betriebe geben als Kultur nur „Gemüse“ an, ohne die Gemüseart zu nennen, so dass die verschiedenen Gemüsekulturen unzureichend differenziert sind. Tierbestände werden in den InVeKos-Daten nicht systematisch erfasst, für Rinder gibt es die HIT-Datenbank, für kleinere Tiere die Daten der Landwirtschaftszählung. Die hohen Erfassungsgrenzen führen auch hier zu nennenswerter Untererfassung.

Zur Steigerung der Transparenz empfehlen wir im jeweils laufenden Jahr aktuelle InVeKos-Daten öffentlich zugänglich zu machen. Nur so können beispielsweise die Getreideernte oder die Fleischmenge anhand aktueller Daten geschätzt werden. Die bayerische LfL und auch die österreichische AMA veröffentlichen diese Daten seit Jahren frei auf ihren Websites.¹⁵

Diese Studie kann aufgrund der geringen finanziellen Ausstattung nur einen ersten Eindruck in die Situation der hessischen Bio-Erzeugung, -Verarbeitung und -Handel geben. Weitere Untersuchungen sind erforderlich, um die hier angedeuteten Stärken und Schwächen zu konkretisieren und detaillierte Handlungsempfehlungen abzuleiten.

¹⁵<https://www.lfl.bayern.de/iba/agrarstruktur/279000/index.php>
https://www.ama.at/getattachment/91789820-5a0a-4c23-8069-8f6a0dcb091c/PK_Folien_2022.pdf

6 Zusammenfassung

Die vorliegende Studie gibt einen ersten Einblick in die aktuelle Situation der landwirtschaftlichen Öko-Erzeugung, der Verarbeitung und des Handels ökologischer Lebensmittel in Hessen. Am Beispiel von ausgewählten Wertschöpfungsketten (WSK) wird untersucht, welche Schwächen und Stärken und welche Herausforderungen für regionale Produktion, Verarbeitung und Handel von ökologischen Lebensmitteln bestehen. Ziel der Studie ist es, die aktuelle Situation darzustellen, Schwachstellen zu identifizieren und Ansatzpunkte zu ihrer Abhilfe darzulegen. Die Studie gliedert sich in drei Arbeitspakete (AP): AP 1 – Landwirtschaftliche Öko-Erzeugung, AP 2 – Verarbeitung ökologischer Lebensmittel in Hessen und AP 3 – die Nachfrage nach bioregionalen Lebensmitteln im hessischen Einzelhandel.

Methode

Für AP 1 – Landwirtschaftliche Öko-Erzeugung wurden InVeKos-Daten aus dem Jahr 2020 ausgewertet und auf Kreisebene aggregiert dargestellt (siehe auch Kapitel 2.1). Um aus den Anbauflächen Erntemengen abschätzen zu können, wurden Berater und Beraterinnen für den ökologischen Landbau nach Durchschnittserträgen in Abhängigkeit der Standortqualität befragt. Um die Bodenbonität bei den Ertragsschätzungen auf der Grundlage der InVeKoS-Daten zu berücksichtigen, wurden die durchschnittlichen Ertragsmesszahlen der einzelnen Gemarkungen verwendet.

Für AP 2 – Verarbeitung ökologischer Lebensmittel in Hessen wurde zunächst eine Liste mit Unternehmen erstellt, die ökologische Rohstoffe für die menschliche Ernährung verarbeiten. Für die Bio-Wertschöpfungsketten Kartoffeln, Fleisch sowie Ölsaaten und Leguminosen, wurden Experteninterviews durchgeführt.

Für die Identifizierung der Nachfrage nach bioregionalen Lebensmitteln im hessischen Einzelhandel (AP 3) wurde zum einen die private Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln in Hessen beschrieben. Hierzu wurde das GfK-Haushaltspanel in der Kategorie Frische-Warengruppen ausgewertet. Zum anderen wurden Interviews mit Expert*innen des Lebensmitteleinzelhandels geführt.

Ergebnisse

Aus AP 1 – Landwirtschaftliche Öko-Erzeugung – geht hervor, dass der ökologische Landbau in Hessen, insbesondere in den Mittelgebirgsregionen, geprägt ist von Dauergrünland und damit auch der Haltung von raufutterverzehrenden Tieren. Auf den ökologisch bewirtschafteten Ackerflächen werden neben Ackerfutter vor allem Getreide und Körnerleguminosen als Futtermittel und für die menschliche Ernährung angebaut. Unklar ist, welche Anteile als Futtermittel und welche Anteile für die menschliche Ernährung Verwendung finden. Hackfrüchte, Ölsaaten und Gemüse machen in Hessen nur einen sehr kleinen Teil der Öko-Fläche aus. Diese Kulturen sind tendenziell anspruchsvoller hinsichtlich Bodengüte, Agrartechnik, Arbeitseinsatz und Know-how. Sie ermöglichen jedoch auch deutlich höhere Deckungsbeiträge.

Im ersten Teil des AP 2 – Verarbeitung ökologischer Lebensmittel in Hessen – wurden insgesamt 666 Öko-Verarbeitungsbetriebe identifiziert. Hierzu zählen auch landwirtschaftliche Betriebe, die für den Direktabsatz (Hofladen, Liederdienst etc.) ihre landwirtschaftlichen Erzeugnisse selbst verarbeiten. Mehrfachnennungen in den Verarbeitungskategorien waren möglich, so dass es insgesamt 853 Nennungen gibt. Am häufigsten sind Fleischverarbeitungsbetriebe inklusive Metzgereien und Schlachthöfen, Getränkehersteller und Keltereien, sowie Gastronomie und Catering zu finden. Im Mittelfeld finden sich Bäckereien, Milchverarbeiter, Getreideverarbeiter inklusive Brauereien und Müsliherstellern, und Kräuter- und Gewürzhersteller. Im letzten Drittel finden sich Obst- und Gemüseverarbeitung und Teigwarenherstellung/Eierverarbeitung. Mit Abstand folgen hier Imkereien

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

und Verarbeiter von Ölsaaten und Oliven, sowie Kaffeeröstereien und Getreidemöhlen. In der Kategorie „Sonstiges“ befinden sich Hersteller von Süßwaren, Nussprodukten, Tofu und weiteren Produkten mit nur einzelnen Nennungen.

Im zweiten Teil des AP 2 verdeutlichen die Einblicke in ausgewählte WSK (Kartoffeln, Fleisch und Ölsaaten/Linsen) erhebliche Unterschiede in den jeweiligen Situationen und den speziellen Herausforderungen. Bei Kartoffeln gibt es in verschiedenen hessischen Regionen einige leistungsstarke Verarbeitungsbetriebe, die auch verarbeitete Produkte für Gastronomie und Handel anbieten, und die gute Netzwerke aufgebaut haben. Bei Fleisch ist die Situation zweigeteilt: einerseits gibt es nur zwei mittelgroße Schlachtbetriebe und andererseits viele kleine Schlacht- und Zerlegebetriebe, die im Lohn für direktvermarktende Betriebe arbeiten. Es fehlen Verarbeitungskapazitäten und Kooperationen innerhalb der WSK, um Ware zu bündeln und in größeren Mengen schlachten und verarbeiten zu lassen, so dass auch der Einzelhandel mit regionaler Ware beliefert werden könnte.

Ölsaaten und Leguminosen sind ein „neuer“ Produktbereich, der erhebliche Investitionen sowohl im Anbau als auch in der Verarbeitung erfordert. Ertragsunsicherheiten, aufwendige Trennung, Reinigung und Trocknung sowie fehlendes Knowhow führen zu hohen Produktionskosten. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach pflanzlichen Fleischalternativen, so dass es ein großes Potenzial für einheimische Ölsaaten und Leguminosen gibt.

Im Rahmen von AP 3 – Nachfrage nach bioregionalen Lebensmitteln im hessischen Einzelhandel – zeigt die Auswertung des GfK-Haushaltspanels den höchsten Bio-Anteil an den Ausgaben für frische Lebensmittel in Hamburg, doch Hessen folgt mit 13,1 % bereits auf Platz Zwei. Das ist erstaunlich, denn damit liegt Hessen an der Spitze aller Flächenstaaten und noch vor den Stadtstaaten Berlin und Bremen. Auch bei der Betrachtung einzelner Warengruppen fällt auf, dass in fast allen Warengruppen die Bio-Anteile an den Verbraucherausgaben für Lebensmittel und Getränke in Hessen höher sind als im Bundesdurchschnitt. Schaut man auf sozio-demographische Aspekte, so ist das verfügbare Netto-Einkommen ein wichtiger Bestimmungsgrund für die Bio-Nachfrage. Auffallend ist hier der hohe Anteil von Ausgaben für Bio-Lebensmittel in Hessen in der zweitniedrigsten und der höchsten Einkommensklasse. Besonders hohe Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel sind außerdem bei weiblichen Singles und bei Haushalten mit einem Kind zu erkennen. Dieses Muster ist in Hessen besonders stark ausgeprägt. Im Vergleich zu anderen Bundesländern, ist der Online-Bezug von Bio-Lebensmitteln in Hessen höher. In diese Kategorie gehören auch Abokisten, sofern sie online bestellt werden. Damit ergibt sich eine unscharfe Grenze zum Einkauf beim Erzeuger, die ein Grund dafür sein könnte, dass der Einkauf beim Erzeuger in Hessen schwächer vertreten ist als in anderen Bundesländern. Im LEH sind Vollsortimenter in Hessen überdurchschnittlich bei den Bio-Umsätzen vertreten, die Discounter dagegen unterdurchschnittlich. Für diese Erscheinung ist vor allem der Vollsortimenter Tegut verantwortlich, der ein ausgesprochen großes Bio-Sortiment führt.

Aus den Interviews mit den Expert*innen zur Nachfrage nach bioregionalen Lebensmitteln im hessischen LEH ist deutlich geworden, dass regionale Zusammenarbeit vor allem auf gegenseitigem Vertrauen und langjährigen Beziehungen beruht und nicht durch eine einheitliche und klare Regional-Definition bestimmt ist. Die Anforderungen an regionale Partner*innen sind vielfältig und können zu Qualität, Quantitäten, Professionalität und Zuverlässigkeit gruppiert werden. Das Angebot regionaler Bio-Lebensmittel in Hessen wird durch die lokal unterschiedlich stark ausgebauten Erzeugungs- und Verarbeitungsstrukturen sowie durch die Nachfrage bestimmt. Der Anteil der bio-regionalen Produkte im Sortiment der befragten Händler variiert stark je nach Größe, Reichweite und Bio-Anteil des Unternehmens. Alle Händler bieten bio-regionale Eier, Gemüse, Brot und Backwaren sowie Fleisch an. Bei all diesen Produktgruppen ist die Nachfrage (sehr) groß. Das Bewusstsein für die regionale Herkunft der Rohstoffe bei verarbeiteten (bio-)regionalen Lebensmitteln ist gering. Die Handelsunternehmen

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

nutzen unterschiedliche Kommunikationskanäle, um ihre bio-regionalen Produkte zu bewerben. Klassische Medien wie Handzettel oder Aufsteller spielen dabei eine größere Rolle als z.B. die sozialen Medien.

Hessen hat hervorragende Voraussetzungen für den Aufbau von bioregionalen Wertschöpfungsketten. Die Verbraucherausgaben für ökologische Lebensmittel sind in Hessen deutlich höher als der deutsche Durchschnitt. Auch der ökologische Flächenanteil ist höher als im Rest Deutschlands. Dieses Potenzial wird bisher nur in sehr geringem Maß genutzt. Um die Kräfte im Land weiter zu bündeln, ist die Zusammenarbeit aller Stellen essenziell: MGH, HMUKLV, LLH, Hessischer Bauernverband, VÖL, Bio-Verbände. InVeKos-Daten sollten zeitnah veröffentlicht werden, um Produktionsmengen frühzeitig abschätzen zu können. Es gilt die Akteure in den Wertschöpfungsketten zu vernetzen, sie zu qualifizieren und hierfür geeignete Förderprogramme aufzulegen. Gleichzeitig muss die Verbrauchernachfrage über geeignete Maßnahmen, wie Verbraucherinformationen zu Bio aus Hessen und vorhandenen Kennzeichnungen, gezielt gesteigert werden.

Literaturverzeichnis

- BLE. (2021). *Öko-Barometer 2020*.
https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/oekobarometer-2020.pdf;jsessionid=CFEDB8D2AD1CDDF5777162E2735B7674.live852?__blob=publicationFile&v=12
- BMEL. (2019). *Zukunftsstrategie Ökologischer Landbau*. Berlin.
<https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/zukunftsstrategie-oekologischer-landbau.html>
- BMEL. (2022). *Öko-Barometer 2021*. Online-Dokument. Berlin.
https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/oekobarometer-2021.pdf?__blob=publicationFile&v=5
- Bogner, A., Littig, B. & Menz, W. (2014). *Interviews mit Experten*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
<http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-19416-5> <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19416-5>
- Büning-Fesel, M., Zovko, E., Seitz, H. & Frey, S., Knoblich, K. (2022). *Trendreport Ernährung 2022*.
<https://www.nutrition-hub.de/post/trendreport-ernaehrung-10-top-ernaehrungstrends-2022>
- Europäische Kommission. (2021). *Mitteilung über einen Aktionsplan zur Förderung der ökologischen/biologischen Produktion*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52021SC0065>
- Frühschütz, L. (2022). Macht Euch an die Arbeit! *BioHandel*(02), 9–16.
- Heimig, D. (2021). Müller Gruppe setzt auf Regionalität. *Lebensmittel Zeitung*(38), 60.
https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20210924577958
- Heimig, D. (2022). „In Mecklenburg-Vorpommern sind unsere Wurzeln“. *Lebensmittel Zeitung*(6), 50.
https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20220211589595
- HMUKLV. (2020). *Öko-Aktionsplan Hessen 2020-2025*. Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.
<https://umwelt.hessen.de/Landwirtschaft/Foerderungen/Oekoaktionsplan>
- Konrad, J. (2021). Nachhaltigkeit auch in der Küche. *Lebensmittel Zeitung*(38), 40. https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20210924577994
- Kraemer, S. (2022). Lokale Präsenz stärken. *Lebensmittel Zeitung*(2), 38. https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20220114587224
- Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Aufl.). *Grundlagentexte Methoden*. Beltz Verlagsgruppe. <http://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bsz:31-epflicht-1138552>
- Lattmann, C. & Stockburger, M. (2021). Edeka-Händler Feneberg beliefert Aldi. *Lebensmittel Zeitung*(30), 1. https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20210730573195
- Lebensmittelzeitung (2022). Regionalität ist nicht an Kilometern zu messen. *Lebensmittel Zeitung*(2), 38. https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20220114587223
- Moewius, J. (2022). *Bilanz-Plus: Kunden & Betriebe entscheiden sich für Bio*.
<https://www.boelw.de/themen/zahlen-fakten/handel/artikel/bilanz-plus-kunden-betriebe-entscheiden-sich-fuer-bio-fuer-30-bio-bis-2030-braucht-es-jetzt-endlich-starke-politik/>
- Nunan, D., Birks, D. F. & Malhotra, N. K. (2020). *Marketing research: applied insight*. Pearson.
- Paffarini, C., Torquati, B., Tempesta, T., Venanzi, S. & Vecchiato, D. (2021). Rural sustainability and food choice: the effect of territorial characteristics on the consumers' preferences for organic lentils. *Agricultural and Food Economics*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40100-021-00200-9>
- Prange, S. (2021). Vom Feld in die Kiste auf den Tisch. *BioHandel*(01), S. 8–12.

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

- Riedl, J. (2018). Bio-Fachhändler strategisch am Scheideweg. *Lebensmittel Zeitung*(28), 33.
https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20180713460017
- Schindler, B. (2021). Themen von Tragweite. *Lebensmittel Zeitung*(18), 54–56. https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20210507565461
- Schulz, H.-J. & Stockburger, M. (2021). Edeka schärft regionales Profil. *Lebensmittel Zeitung*(23), 4.
https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20210611569035
- Sievers, H. (2018). Zwischen Mainstream und Profilierung. *Lebensmittel Zeitung*(20), 44.
https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20180518452843
- SPD, Bündnis 90/Die Grünen, FDP. (2021). *Mehr Fortschritt wagen: Koalitionsvertrag 2021-2025*.
<https://www.gruene.de/artikel/koalitionsvertrag-mehr-fortschritt-wagen>
- Vogler, T. & Schauer, T. (2021). Genuss und Gesundheit am Frühstückstisch. *Lebensmittel Zeitung*(49), 39. https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20211210585079

Anhang I

Tabelle 20: Überblick über die ökologisch bewirtschafteten Flächen

	Öko-Fläche in ha	Anteil an Öko-Fläche [%]
Dauergrünland	69.467	60,3
Getreide und Pseudogetreide	22.853	19,8
Ackerfutter	13.373	11,6
Eiweißpflanzen	4.503	3,9
Dauerkulturen	990	0,9
Hackfrüchte	791	0,7
Ölsaaten	739	0,6
Gemüse	603	0,5
Sonstiges		1,6
<i>Stilllegung</i>	218	
<i>Andere Handelsgewächse</i>	206	
<i>Heil- und Gewürzpflanzen</i>	110	
<i>Energiepflanzen</i>	56	
<i>Zierpflanzen</i>	37	
<i>Greening</i>	10	
<i>Sonstige Flächen</i>	1.202	
Gesamt	115.159	100

Tabelle 21: Anteil Öko-Fläche und Anteil Öko-Betriebe nach Landkreis

<i>Landkreis</i>	<i>Anteil Öko-Fläche [%]</i>	<i>Anteil Öko-Betriebe [%]</i>
Bergstraße	6,1	5,1
Darmstadt	7,0	7,2
Groß-Gerau	4,1	3,1
Hochtaunuskreis	10,9	6,1
Main-Kinzig-Kreis	16,5	12,2
Main-Taunus-Kreis/WI	10,9	6,9
Odenwaldkreis	8,2	5,8
Offenbach	5,2	3,6
Rheingau-Taunus-Kreis	15,9	10,2
Wetteraukreis/FFM	7,9	7,3

Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen

Gießen	19,9	14,1
Lahn-Dill-Kreis	40,0	22,4
Limburg-Weilburg	10,7	9,6
Marburg-Biedenkopf	19,5	12,5
Vogelsbergkreis	23,5	16,4
Fulda	17,4	14,4
Hersfeld-Rotenburg	13,9	8,6
Kassel	11,1	9,0
Schwalm-Eder-Kreis	8,2	6,5
Waldeck-Frankenberg	12,3	9,5
Werra-Meißner-Kreis	13,5	11,8

Abbildung 48: Anbau von Öko-Haselnüssen

Öko-Fläche in Hessen: 35 ha

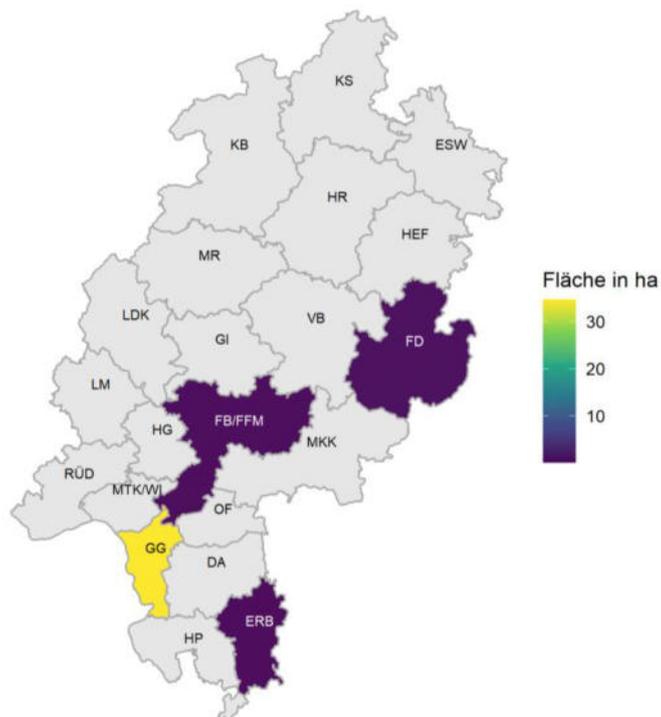


Abbildung 49: Anbau von Öko-Walnüssen

Öko-Fläche in Hessen: 27 ha

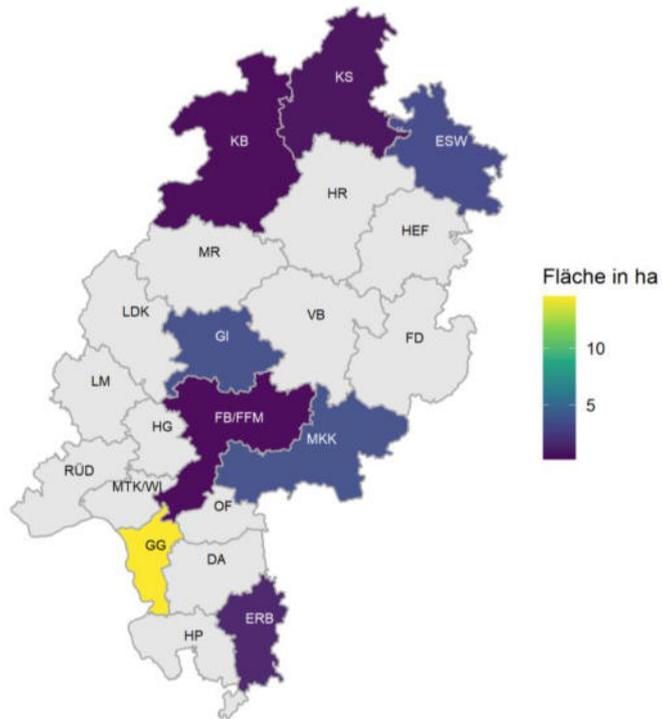


Abbildung 50: Anbau von Öko-Spargel

Öko-Fläche in Hessen: 17 ha

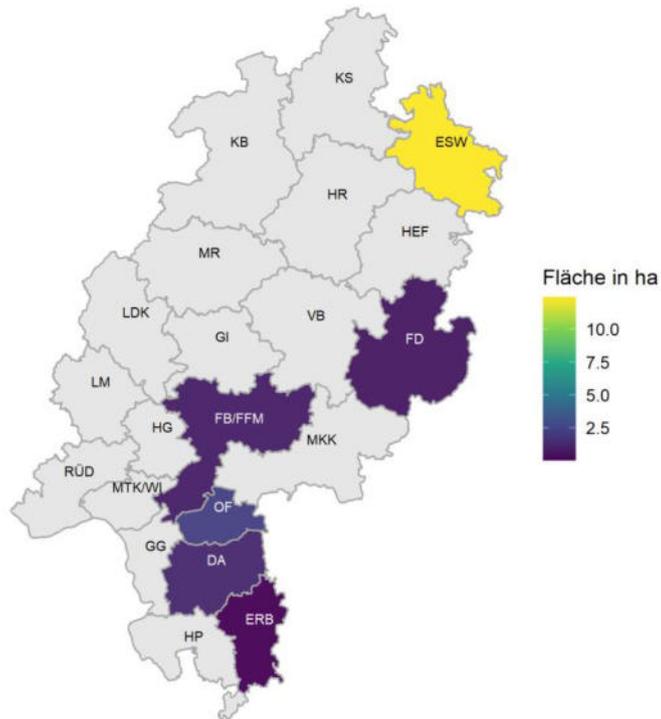


Abbildung 51: Anbau von Öko-Möhren (Karotte, Futtermöhre)

Öko-Fläche in Hessen: 34 ha

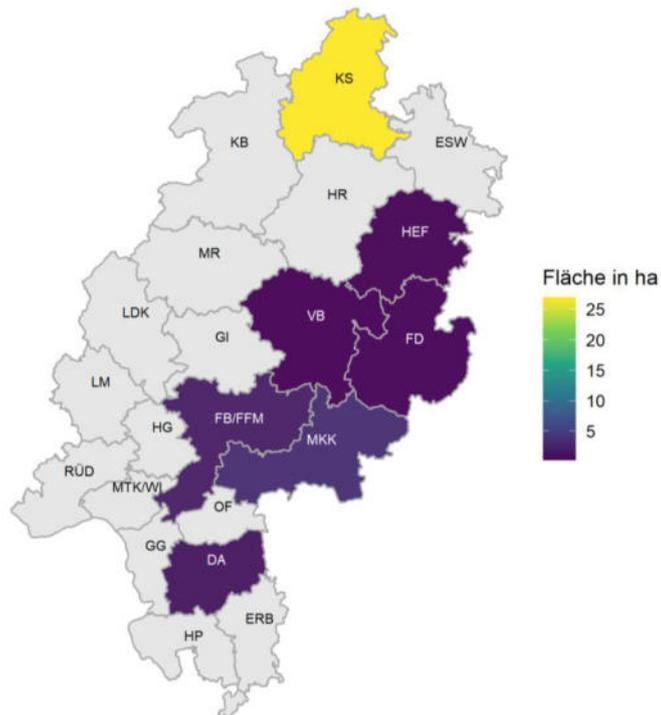
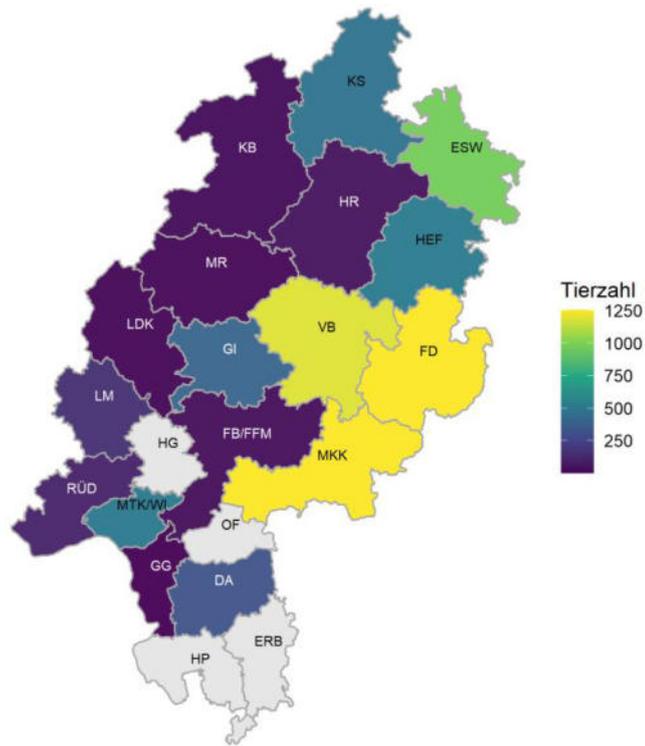


Abbildung 54: Anzahl der Öko-Mastgänse nach Landkreisen

Öko-Tiere in Hessen: 7.273



Anhang II

Arbeitspaket 2 – Leitfaden für strukturierte Interviews

Interne Vermerke vorab:

1. **Ziel der telefonischen Befragung:**
 - a. Identifikation von Schwächen, Stärken, Chancen und Risiken der Verarbeitung verschiedener Produkte in Hessen
 - b. Ergänzung der bestehenden Akteurs- und Verarbeitungsunternehmen sowie Identifizieren von Leuchtturm/ Best-Practice- Betrieben
2. Zielgruppe: 10 bis 15 in Hessen ansässige Verarbeitungsbetriebe
3. Fettgedruckter Text muss gesagt werden, nicht fetter Text als Trigger, falls von interviewter Person nichts kommt
4. Vor der Befragung, möglichst viele Informationen über den Verarbeitungsbetrieb einholen; einige Fragen erledigen sich somit, bzw. ermöglichen angepasste Ansprache.
5. Befragung soll max. 25 min dauern
6. Leitfaden besteht aus drei Themenbereichen:
 - a. das Verarbeitungsunternehmen, und seine Rohstoffquellen
 - b. Vermarktungswege in Hessen
 - c. Ausblick
7. Gesprächsaufzeichnung erfolgt über direktes Mittippen oder Mitnotieren des Gesagten
8. Falls schriftliche Vorab-Info verlangt wird, dann folgende Kurzbeschreibung senden

Kurzbeschreibung Studie

Durchführung einer Marktstudie zu regionalen Bio-Lebensmitteln in Hessen des MGH Gutes aus Hessen im Rahmen eines Forschungsvorhabens des Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing der Universität Kassel in Zusammenarbeit mit der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI).

Eines der Studienziele ist die Beschreibung der Strukturen regionaler Bio-Märkte in Hessen und die Analyse des Potenzials regionaler Bio-Wertschöpfungsketten.

Die Studie startete im November 2021. Die Ergebnisse werden in einem Schlussbericht Mitte 2022 vorgestellt.

1. Einführung

Guten Tag, mein Name ist _____

- von der Uni Kassel /AMI (nur auf Nachfrage sich selbst vorstellen)

Wir führen derzeit eine Befragung im Auftrag von MGH Gutes aus Hessen durch.

Es geht darum, den Status Quo regionaler landwirtschaftlicher Bio-Erzeugung, Bio-Verarbeitung und des Bio-Handels in Hessen zu bestimmen. Ziel der Studie ist es, Hinweise auf Erfolgsfaktoren und Schwachstellen der Bio-Regionalvermarktung in Hessen zu ermitteln.

Dazu brauchen wir Ihre Hilfe: wir wollen Ihnen als Verarbeiter ein paar Fragen stellen.

Haben Sie Zeit für ein kurzes Gespräch?

Sie haben jetzt keine Zeit? Das verstehe ich. Wann passt es Ihnen am besten?

2. Ihr Betrieb in Hessen

2.1 Welche Produkte stellen Sie her?

2.2 Welche Bio-Rohstoffe verarbeiten Sie?

2.3 Aus welchem Umkreis beziehen Sie Ihre Rohstoffe

<50 km 50 bis 100 km überregional aus dem Ausland

2.4 Welche Bio-Zertifizierung hat Ihr Betrieb?

EU-Bio Verband, wenn ja, welcher? _____

2.5 Sind Sie Mitglied bei „Gutes aus Hessen“?

ja nein

2.6 Nutzen Sie bereits regionale Kooperationen?

Wenn ja, welche? Regionalfenster Öko-Modellregion andere regionale Marken

2.7 Was hat Ihr Unternehmen dazu bewogen, sich für diese Produktionsmethode/Zertifizierung zu entscheiden?

2.8 Wie groß ist Ihr Interesse an der regionalen Herkunft der Rohstoffe?

groß geht so spielt keine Rolle, wenn nein, warum nicht? _____

2.9 Haben Sie Anfragen von regionalen Erzeugerbetrieben, die Ihr Unternehmen beliefern wollen?

ja nein

Falls ja: welche Produkte? _____

Wenn nein, warum nicht?

ungenügende Qualität der Rohstoffe Unzuverlässige Lieferung

nicht die gewünschte Mengen andere Gründe:

2.10 Haben Sie Anfragen von Abnehmern (AHV, LEH), die regional verarbeitete Bio-Produkte beziehen wollen?

nein

Falls ja, für welche Produkte?

2.11 Sind regionale Handelsbeziehungen zustande gekommen? Wenn ja, welche?

Möchten Sie uns bitte den Namen des Abnehmers nennen?

2.12 Welche Vermarktungswege nutzen Sie aktuell? An wen verkaufen Sie Ihre Produkte?

Lebensmittelindustrie

Gastronomie Gemeinschaftsverpflegung Lebensmitteleinzelhandel

Naturkostfachhandel Großhandel, Schulmilch/Obstprogramm

Fremdenverkehrseinrichtungen, wenn ja, welche: _____

Export: Land: _____

Sonstiges _____

2.13 Haben Sie in der Vergangenheit schon andere Vermarktungswege genutzt? Falls ja, was war der Grund aufzuhören?

2.14 Wenn Sie an Ihre Bio-Produkte und Ihre Vertriebswege in Hessen denken, was denken Sie, ist Ihre größte Stärke? Was läuft gut?

2.15 Und was läuft aktuell nicht so gut? Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf? Was sind die Hürden?

2.16 In welchem Bereich bieten sich Ihrer Meinung nach in Zukunft die größten Chancen der regionalen Vermarktung von Bio-Produkten für Ihr Unternehmen z.B.

- Nachfrage (neue Zielgruppen, veränderte Erwartungen)
- Produktsegmente
- Absatzwege
- Kooperationen/Kooperationsbereitschaft
- Logistik

Weitere: _____

2.17 Und was denken Sie, was sind in Zukunft die größten Hürden / Herausforderungen für Ihre Vermarktung von Bio-Produkten / für mehr regionale Bio-Lebensmittel in Hessen und warum? Z. B.

- Nachfrage
- Produktsegmente
- Absatzwege
- Kooperationen/ Kooperationsbereitschaft
- Know How
- Logistik

Weitere: _____

2.18 Wie schätzen Sie das Kaufverhalten Ihrer Kunden in Bezug auf Qualitäten oder regionale Herkünfte Ihrer Produkte in Zukunft ein? Was erwarten ihre Kunden in Zukunft von Ihren Produkten? _____

2.19 Wie schätzen Sie das Kaufverhalten Ihrer Kunden in Bezug auf Qualitäten oder regionale Herkünfte Ihrer Produkte in Zukunft ein? Was erwarten ihre Kunden in Zukunft von Ihren Produkten? _____

3. Regionale Bio-Vermarktung in Hessen

3.1 Aus Ihrer Sicht, was kennzeichnet regionale Verarbeitung und Vermarktung von Bio-Produkten in Hessen? Wie würden Sie „Regionales aus Hessen“ definieren? z.B.:

- kurze Wege? Wie kurz?
- Hohe Wertschöpfung auf dem Erzeugerbetrieb? Was meinen Sie damit?
- Regionale Auslobung, Nutzung regionaler Marken?
- Regional Netzwerke

Sonstiges: _____

3.2 Gibt es Ihrer Ansicht nach besonders erfolgreiche Beispiele der „regionalen Wertschöpfungskette von Bio“ in Hessen?

ja nein

Wenn ja, welche sind das?

Wenn ja, was macht Ihrer Meinung nach diese Beispiele so erfolgreich?

3.3 Warum nutzen bzw. vermarkten bisher nur wenige Verarbeitungsbetriebe oder Vermarkter in Hessen Bio-Produkte aus der Region?

4. Abschluss

4.1 Stellen Sie sich vor, die „gute Fee“ kommt zu Ihnen und gibt Ihnen einen Wunsch frei: was würden Sie sich für Ihren Betrieb / für Hessen in Bezug auf die regionale Vermarktung/Verarbeitung von Bio-Produkten wünschen?

4.2 Und was wünschen Sie sich von der öffentlichen Hand, der Verwaltung oder Politik für den Ausbau Ihrer regionalen Vermarktungswege?

4.3 Werden Sie in den nächsten Jahren in Ihrem Betrieb Veränderungen in der Verarbeitung durchführen?

Nein

Ja, welche?

z.B. Neuausrichtung Sortiment, Kundenkommunikation, etc. Regionalität?

4.4 Welche Aspekte haben wir noch nicht angeschnitten, wollen Sie noch etwas ergänzen?

Danke für Ihre Zeit!

Wenn Sie Interesse an den Ergebnissen haben, dann setzen wir Sie auf die Interessenten-Liste.

Hinweis auf den Schlussbericht im Sommer 2022

Ihre Teilnahme an der Befragung ist freiwillig. Sie haben jederzeit das Recht auf Ihre persönlichen Daten zuzugreifen, sie zu ändern, ihnen zu widersprechen und sie zu löschen. Wenn Sie dieses Recht ausüben möchten, wenden Sie sich bitte an Prof. Dr. Katrin Zander (k.zander@uni-kassel.de) bzw. Diana Schaack (Diana.Schaack@ami-informiert.de). Diese Befragung findet über das Telefon oder Zoom statt. Ihre Aussagen werden in schriftlicher Form während der Befragung protokolliert. Ihre Antworten werden vor der Analyse anonymisiert. Alle Daten werden über VPN-Technologie auf einem dezierten Server gespeichert und sind nur Universität Kassel/AMI zugänglich. Ihre Daten werden nur für die Forschungsziele der Studie und nicht für kommerzielle Zwecke verwendet. Nach Abschluss des Projekts im Sommer 2022 werden Ihre Daten entsprechend den nationalen Gesetzen archiviert.