

Schriftenreihe des
Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Reihe A: Angewandte Wissenschaft
Heft 481

Der Markt für ökologische Produkte in Deutschland und ausgewählten europäischen Ländern

**Der Markt für ökologische Produkte in Deutschland
und ausgewählten europäischen Ländern:
Derzeitiger Kenntnisstand und Möglichkeiten
künftiger Verbesserungen der Marktinformation**

Heinz Wendt, Marina Charlotte Di Leo,
Maike Jürgensen und Corinna Willhöft

SUB Göttingen
210 353 112

7



99 A 32228

Landwirtschaftsverlag GmbH
Münster-Hiltrup

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	4
TABELLENVERZEICHNIS	5
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	7
ZUSAMMENFASSUNG	9
0 EINLEITUNG	21
1 DEFINITION UND ABGRENZUNG „ÖKOLOGISCHER LANDBAU“ UND SEINE ENTWICKLUNG	22
1.1 IFOAM	22
1.2 EU-Öko-Verordnung	23
1.2.1 <i>Erzeugungsgrundregeln für den "Ökologischen Landbau"</i>	23
1.2.2 <i>Kennzeichnungsvorschriften</i>	24
1.2.3 <i>Kontrollvorschriften</i>	25
1.2.4 <i>Einfuhrregelungen</i>	25
1.3 AGÖL	26
1.4 Entwicklung des Ökolandbaues	26
1.5 Andere Qualitätsstandards	28
2 MARKTANALYSE	28
2.1 Deutschland	28
2.1.1 <i>Nachfrage nach ökologisch erzeugten Produkten</i>	28
2.1.1.1 Kaufintensität	30
2.1.1.2 Käuferstruktur	30
2.1.1.3 Bezugsquellen	31
2.1.1.4 Käufertypen	31
2.1.1.5 Kaufmotive - Nichtkaufmotive – Einstellungen	31
2.1.1.6 Preiskenntnis und Zahlungsbereitschaft	32
2.1.1.7 Warenzeichen – Kennzeichnung	33
2.1.1.8 Convenienceprodukte	34
2.1.1.9 Kaufmotive – Hinderungsgründe	34
2.1.1.10 Ergänzende Forschung	34
2.1.2 <i>Angebot von ökologisch erzeugten Produkten</i>	35
2.1.2.1 Datengrundlage	35
2.1.2.2 Getreide	36
2.1.2.2.1 Erzeugung	36
2.1.2.2.2 Absatzwege	36
2.1.2.2.3 Verarbeitung von Öko-Getreide	38
2.1.2.2.4 Preise	44
2.1.2.2.5 Ausblick	47
2.1.2.3 Milch	47
2.1.2.3.1 Erzeugung von Biomilch in Deutschland	47
2.1.2.3.2 Verarbeitung von Biomilch	50
2.1.2.3.3 Absatz von Biomilchprodukten	53
2.1.2.3.4 Preise der verarbeiteten Produkte	55
2.1.2.3.5 Markenzeichen und Absatzförderung	57
2.1.2.3.6 Ausblick	58
2.1.2.4 Fleisch	58
2.1.2.4.1 Nachfrage	58
2.1.2.4.2 Erzeugung	59

2.1.2.4.3 Absatzwege	63
2.1.2.4.3.1 Rindfleisch	65
2.1.2.4.3.2 Schweinefleisch	68
2.1.2.4.3.3 Geflügelfleisch	68
2.1.2.4.3.4 Fleisch von Schaf und Ziege	70
2.1.2.4.4 Ausblick	71
2.1.2.5 Obst und Gemüse	72
2.1.2.5.1 Erzeugung	72
2.1.2.5.2 Absatzwege	73
2.1.2.5.3 Verarbeitung	77
2.1.2.5.4 Preise	77
2.1.2.5.5 Ausblick	80
2.1.2.6 Kartoffeln	80
2.1.2.6.1 Erzeugung	80
2.1.2.6.2 Absatzwege	81
2.1.2.6.3 Verarbeitung	82
2.1.2.6.4 Preise	83
2.1.2.7 Fisch	85
2.1.2.8 Zusammenfassender Überblick	85
2.1.2.8.1 Angebot	85
2.1.2.8.2 Absatzwege	87
2.1.2.8.3 Verarbeitung	89
2.1.2.8.4 Handel	90
2.1.2.8.4.1 Naturkostfachhandel	90
2.1.2.8.4.2 Reformhäuser	94
2.1.2.8.4.3 Konventioneller LEH	96
2.1.2.8.5 Preise	97
2.1.2.8.6 Markenzeichen	98
2.1.2.8.7 Absatzförderung	99
2.1.3 Ausblick	99
2.2 Andere Länder	101
2.2.1 Schweiz	101
2.2.1.1 Marktanalyse	101
2.2.1.1.1 Nachfrage	101
2.2.1.1.2 Angebot	102
2.2.1.1.2.1 Organisationsformen	102
2.2.1.1.2.2 Produktion	103
2.2.1.1.2.3 Produkte	103
2.2.1.1.2.4 Absatzwege	104
2.2.1.1.2.5 Staatliche Fördermaßnahmen	105
2.2.1.2 Abschließende Betrachtung	106
2.2.2 Österreich	107
2.2.2.1 Marktanalyse	107
2.2.2.1.1 Nachfrage	107
2.2.2.1.2 Angebot	107
2.2.2.1.2.1 Organisationsformen	107
2.2.2.1.2.2 Produktion	109
2.2.2.1.2.3 Produkte	111

2.2.2.1.2.4 Absatzwege	113
2.2.2.1.2.5 Staatliche Fördermaßnahmen	113
2.2.2.2 Abschließende Betrachtung	114
2.2.3 Dänemark	116
2.2.3.1 Marktanalyse	116
2.2.3.1.1 Nachfrage	116
2.2.3.1.2 Angebot	117
2.2.3.1.2.1 Organisationsformen	117
2.2.3.1.2.1 Erzeugung	117
2.2.3.1.2.2 Importe und Exporte	119
2.2.3.1.2.3 Einzelne Produkte	120
2.2.3.1.2.4 Absatzwege	122
2.2.3.1.2.5 Staatliche Fördermaßnahmen	123
2.2.3.2 Abschließende Betrachtung	124
2.2.4 Niederlande	125
2.2.4.1 Marktanalyse	125
2.2.4.1.1 Nachfrage	125
2.2.4.1.2 Angebot	125
2.2.4.1.2.1 Organisationsformen	125
2.2.4.1.2.2 Erzeugung	126
2.2.4.1.2.3 Produkte	128
2.2.4.1.2.4 Absatzwege	130
2.2.4.1.2.5 Staatliche Fördermaßnahmen	131
2.2.4.2 Abschließende Betrachtung	132
2.2.5 Großbritannien	133
2.2.5.1. Marktanalyse	133
2.2.5.1.1 Nachfrage	133
2.2.5.1.2 Angebot	133
2.2.5.1.2.1 Organisationsformen	133
2.2.5.1.2.2 Produktion	134
2.2.5.1.2.3 Produkte	136
2.2.5.1.2.4 Absatzwege	138
2.2.5.1.2.5 Staatliche Fördermaßnahmen	141
2.2.5.2 Abschließende Betrachtung	142
2.2.6 Frankreich	144
2.2.6.1 Marktanalyse	144
2.2.6.1.1 Nachfrage	144
2.2.6.1.2 Angebot	144
2.2.6.1.2.1 Organisationsformen	144
2.2.6.1.2.2 Erzeugung/ Importe	144
2.2.6.1.2.3 Produkte	147
2.2.6.1.2.4 Absatzwege	148
2.2.6.1.2.5 Staatliche Fördermaßnahmen	150
2.2.6.2 Abschließende Betrachtung	151
3 VERBESSERUNGSMÖGLICHKEITEN DER MARKTINFORMATIONEN	152
3.1 Bestehende Informationslücken	152
3.2 Ansatzpunkte für Verbesserungen	152
LITERATURVERZEICHNIS	155
ANHANG	160