

Zur Wettbewerbssituation bei Öko-Äpfeln

Katrin Zander¹

Abstract – Während im Bio-Obst- und Gemüsebereich von steigenden Importanteilen nach Deutschland ausgegangen wird, stellt sich die Situation bei Öko-Äpfeln besser dar: Der Anteil einheimischer Ware ist in den letzten Jahren weitgehend unverändert bei etwa 60% geblieben. Dieser Beitrag geht der Frage nach den Ursachen und den Erfolgsfaktoren nach. Zu diesem Zweck wurden strukturierte Interviews mit ausgewählten Akteuren der Wertschöpfungskette durchgeführt. Als Erfolgsfaktoren dieser Wertschöpfungskette sind der hohe Organisationsgrad auf europäischer

Ebene sowie die stark ausgeprägte Kooperation auf Erfassungsstufe zu nennen. Das dadurch erreichte relativ konstante Preisniveau gibt den Erzeugern eine hohe Planungssicherheit und ermöglicht so Investitionsstätigkeiten, die der Reduktion von Ernteschwankungen und der Qualitätssteigerung dienen. Hierdurch erreicht der deutsche Öko-Apfel-Anbau eine hohe Verlässlichkeit als Vertragspartner für den deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG

Eine leicht gestiegene ökologisch bewirtschaftete Fläche bei einem gleichzeitig deutlichen Wachstum des Öko-Marktes während der letzten Jahre lässt auf einen zunehmenden Anteil an Importware schließen (Hamm et al. 2010). Bei Äpfeln stellt sich die Situation anders dar und der Anteil deutscher Ware am Markt ist während der vergangenen Jahre relativ konstant bei etwa 60% geblieben. Die Lage der deutschen Öko-Apfelerzeuger und ihrer Absatzsituation wird trotz ausländischer Konkurrenz als überwiegend positiv wahrgenommen (AMI 2011).

Der Erfolg der Akteure im Markt hängt von der relativen Stellung gegenüber Wettbewerbern ab. Die Wettbewerbsstellung wird von verschiedenen Faktoren bestimmt wie der Bedeutung möglicher neuer Wettbewerber, dem Vorhandensein von Ersatzprodukten, der relativen Verhandlungsstärke der Marktteilnehmer sowie der Rivalität zwischen den Wettbewerbern (Porter 2000). Zur Beurteilung der Situation ist die Betrachtung der gesamten Wertschöpfungskette von den Erzeugern über den Erfassungshandel bis zu den Verbrauchern relevant.

Zielsetzung dieses Beitrags ist es, einen Überblick über die Produktionsstrukturen von Öko-Äpfeln innerhalb Europas und Deutschlands zu geben, die Besonderheiten der Wertschöpfungskette für Öko-Äpfel zu analysieren und Erfolgsfaktoren zu identifizieren.

VORGEHENSWEISE UND METHODEN

An erster Stelle stand die Erhebung der Produktionsmengen auf europäischer Ebene um einen Einblick in die Marktsituation zu bekommen. Danach anschließend wurden die wichtigsten Akteure innerhalb der Wertschöpfungskette Öko-Äpfel identifiziert und mit 17 von ihnen strukturierte Interviews durchgeführt. Gegenstand der Befragungen waren die jeweiligen Handelswege sowie das Verhalten gegenüber Geschäftspartnern und Konkurrenten.

ERGEBNISSE

Der ökologische Apfelanbau ist verglichen mit anderen Produkten des ökologischen Landbaus relativ stark regional konzentriert. Dies gilt besonders für die historisch gewachsenen Anbauzentren, wie das Alte Land an der Niederelbe oder die Bodenseeregion, die sich klimatisch und/oder geografisch durch ihre Nähe zu Ballungszentren als besonders geeignete Standorte erwiesen haben. Daneben gibt es kleinere Anbauswerpunkte und auch Apfel erzeugende Betriebe außerhalb dieser großen Produktionsregionen.

Die wichtigsten europäischen Erzeugerländer für ökologische Äpfel sind Italien mit Südtirol, gefolgt von Deutschland und Österreich (Tabelle 1). Fast die Hälfte der europäischen Öko-Äpfel wurde 2010 in Südtirol erzeugt.

Tabelle 1. Erntemengen an Öko-Tafeläpfeln in Mitteleuropa (t).

	2007	2008	2009	2010
Italien (Südtirol)	28.809	31.556	34.036	38.413
Deutschland	32.511	31.164	29.207	25.198
Österreich	2.244	7.748	10.492	9.995
Niederlande	4.774	3.903	4.670	3.593
Belgien	2.147	2.015	2.498	2.287
Frankreich	1.110	1.570	1.749	2.224
Gesamt Tafelware	68.995	77.956	82.652	81.710

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis von AMI und EBF, v.J.

Die Analyse der europäischen Produktionsmengen der letzten Jahre macht deutlich, dass Deutschland innerhalb Europas den ersten Platz bezogen auf die Produktionsmenge an Italien bzw. Südtirol abgegeben hat. Während die Erntemengen in Südtirol kontinuierlich gestiegen sind, sind sie in Deutschland seit 2007 rückläufig. Dies überrascht in Anbetracht der in den vergangenen Jahren gemeldeten Mengen an Umstellungsware, die auf steigende Flächen auch in Deutschland schließen lassen. Offensichtlich haben die ungünstigen Witterungsbedingungen vor allem in 2010 und 2009 die Flächenzunahmen überkompensiert. Auffällig ist auch die starke Ausweitung

¹ Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing, Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften, Universität Kassel (k.zander@uni-kassel.de).

der Produktionsmengen in Österreich seit 2007, die auf einem erheblichen Flächenzuwachs beruht.

Die starken Schwankungen der deutschen Erntemengen schlagen sich nur geringfügig im Preisniveau nieder, weder auf Ebene der Erzeuger- noch der Verbraucherpreise. Lediglich für Ende 2010 wird von einem Preisanstieg von 4% berichtet, der auf die sehr geringe Ernte in 2010 zurückgeführt wird. Die geringe Preiselastizität hat ihre Ursache vermutlich in der ebenfalls rückläufigen Nachfrage auf dem deutschen Markt (minus 18% in 2009 verglichen mit 2007) (AMI 2010). Die Gründe hierfür liegen in der zunehmenden Vielfalt von in Öko-Qualität angebotenen Obstarten auch aus dem Ausland und den absoluten und relativen Preisrückgängen für Substitute wie Öko-Bananen und Öko-Orangen während der vergangenen Jahre.

Die vertiefenden Interviews mit wichtigen Akteuren im Markt für Öko-Äpfel haben gezeigt, dass der Markt für Öko-Äpfel als Nachfragemarkt zu bezeichnen ist, auf dem das Kriterium Regionalität eine große Bedeutung hat. In der Präferenz des Einzelhandels rangiert regionale vor deutscher, europäischer und Übersee-Ware, so dass Übersee-Ware erst dann gefragt ist, wenn die deutschen bzw. europäischen Lager weitgehend geräumt sind. Der Erfassungshandel geht davon aus, dass deutlich mehr deutsche Ware abgesetzt werden könnte, wenn sie verfügbar wäre. Daraus ergibt sich für die deutschen Erzeuger eine gute Marktposition, in der (bislang) nur Fehlmengen durch Importe gedeckt werden.

Als weitere Besonderheit der Wertschöpfungskette bei Öko-Äpfeln ist der hohe Organisationsgrad der Erzeuger und des Erfassungshandels auf europäischer Ebene zu nennen. Regelmäßiger Informationsaustausch sorgt für eine hohe Transparenz auch auf Erzeugerebene. Die starke regionale Konzentration des Apfelanbaus erleichtert den Informationsaustausch zwischen Erzeugern zusätzlich. Die regionalen Produktionsschwerpunkte vereinfachen auch eine enge Zusammenarbeit zwischen Erzeugern und dem Erfassungshandel, wie die gemeinschaftliche Lagerung, Sortierung und Vermarktung. Damit ist es möglich einerseits ausreichend große und einheitliche Partien an den Markt zu bringen und gleichzeitig Kostenvorteile durch große Einheiten zu nutzen. Der deutsche Erfassungshandel verlangt zwar von deutschen Erzeugern die Zugehörigkeit zu einem ökologischen Anbauverband, dabei ist es aber unerheblich, welchem Anbauverband die Betriebe angehören. Auch dies erleichtert die Bereitstellung größerer Partien. Ein weiteres wichtiges Kennzeichen innerhalb dieses Marktes sind sehr hohe Qualitätsstandards mit bis zu 30 verschiedenen Sortierkriterien.

Wichtiges Kennzeichen der Kooperation zwischen Erzeugerzusammenschlüssen und Erfassungshandel ist der Austausch von Ware bei Engpässen oder Überhängen nicht nur auf regionaler, sondern auch auf überregionaler Ebene. Dadurch wird verhindert, dass sich die Abnehmer an andere Anbieter wenden müssen, und jeder Erfassungshändler kann seinen Abnehmern eine hohe Liefersicherheit garantieren. Durch die hohe Transparenz und die Kenntnis der aktuellen Produktionsmengen auch von Konkurrenten, kann das Sortierergebnis auf die erwarteten Markterfordernisse angepasst werden. Dies bedeu-

tet, dass in Jahren mit niedrigen Ernten weniger streng sortiert wird um größere Mengen bereitstellen zu können. Ggf. wird dies den Abnehmern aktiv kommuniziert.

Durch diese Maßnahmen zur Regulierung des Marktgeschehens ist es während der vergangenen Jahre gelungen die Schwankungen der Erzeugerpreise auf einem niedrigen Niveau zu halten. Dadurch werden Erzeuger in die Lage versetzt Investitionen zur Reduktion witterungsbedingter Ertragsschwankungen und der Qualitätssteigerung wie Beregnung, Hagelschutznetze etc. zu realisieren.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Ergebnisse lassen darauf schließen, dass vor allem der hohe Organisationsgrad innerhalb der Wertschöpfungskette für Öko-Äpfel, aber auch die ausgeprägte Präferenz des Handels für deutsche Ware dafür verantwortlich sind, dass deutsche Öko-Apfel-Erzeuger eine relativ gute Marktposition haben. Die Rivalität unter den Wettbewerbern ist zwar vorhanden, ist aber deutlich geringer ausgeprägt als in anderen Marktsegmenten. Die Erzeugerzusammenschlüsse bzw. Erfassungshändler verfügen überwiegend über eine relativ gute Verhandlungsposition, einerseits durch die hohe Transparenz der Strukturen und andererseits durch die Bereitstellung großer einheitlicher Partien aus definierten Regionen.

Geschicktes und koordiniertes Vorgehen mit dem Selbstverständnis „Wir sitzen alle in einem Boot“ gibt den Erzeugern Planungssicherheit. Sie ermöglicht Investitionstätigkeiten, die der Reduktion von Ernteschwankungen und der Qualitätssteigerung dienen und damit die Perspektive bieten auch mittel- bis langfristig die Anforderungen des deutschen Marktes an Öko-Äpfel zu erfüllen. Eindeutig unterstützend wirkt dabei die ausgeprägte Präferenz des Handels für regionale bzw. deutsche Ware.

DANKSAGUNG

Ich danke dem Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft für die finanzielle Unterstützung des Projekts „Ausländisches Angebot an ökologischen Äpfeln: Bedeutung für deutsche Öko-Apfelerzeuger“ (FKZ 08OE110).

LITERATUR

- AMI (2010). AMI-Marktbilanz Öko-Landbau 2010. Bonn.
- AMI (2011). Umsatz bei Bio-Obst und -Gemüse zeigt positiven Trend. In: Ökomarkt Service 2011, 17.02.2011 (07/2011), S. 1–2.
- Hamm, U., Buder, F., Janssen, M., Plaßmann, S. und Zander, K. (2010). Bio-Marktentwicklung in Deutschland – Differenzierung im deutschen Bio-Markt unter besonderer Berücksichtigung des Bioland-Warenzeichens. Vortrag auf dem Bioland Partner Kongress. Zeulenroda, 11.05.2010.
- Porter, Michael E. (2000). Wettbewerbsvorteile. 6. Aufl. Frankfurt/New York: Campus.