

Übersicht

VERBRAUCHERPREISE

- 2 Bio-Fachhandel nicht immer am teuersten

MARKTANALYSE

- 11 Absatz von Möhren mit Charakter kommt in Fahrt

AKTUELLE MARKTINFORMATIONEN

- 12 Öko-Landbau in NRW wieder gefördert

AKTUELLE MARKTTENDENZEN

- 4 Lagergemüseangebot verknappt sich weiter
6 Rasantes Verkaufstempo bei Bio-Äpfeln hält an
8 Import-Telegramm

ERZEUGERPREISTABELLEN

- 4 Gemüse
6 Obst & Kräuter
8 Regionalvergleiche Direktabsatz, Großhandel
9 Regionalvergleich Einzelhandel
12 Kartoffeln

GROßMARKTPREISE

- 10 Obst & Gemüse

9 IMPRESSUM

Blickpunkt Markt

Verbraucherpreisentwicklung

Bio-Fachhandel nicht immer teuerste Einkaufsstätte

Kein Preisunterschied zwischen Einkaufsstätten für Verbraucher bei Äpfeln – Ähnliche Preise für Salatgurken im Bio-Fachhandel und bei Discountern.

Marktanalyse

Vermarktung von Möhren mit Charakter steigt

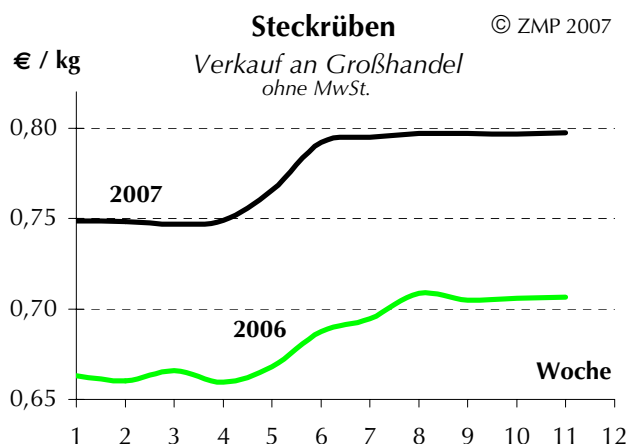
Handel mit besonders aromatischen Sorten als Profilierungsmöglichkeit gegenüber Discounter im Bio-Möhrenangebot – Steigendes Interesse im Bio-Fachhandel und mittelständischen LEH für Sorten aus biologisch-dynamischer Züchtung.

Markttendenzen

Ungebrochen hohes Verkaufstempo für Bio-Äpfel

Verkaufstempo bei Bio-Äpfeln bleibt über Vorjahresniveau – Jonagold-Gruppe inzwischen verkaufsstärkste Sorte – Verstärkte Verkaufsaktionen im Handel stützen regen Absatz – überwiegend stabile Preishaltung.

Grafik der Woche



Die **Steckrüben**-Vorräte werden immer überschaubarer, dürften aber etwas länger reichen als im Vorjahr. Das Preisniveau ist deutlich höher als in den vergangenen Jahren, da ähnlich wie bei vielen Lagergemüsearten die Erntemengen im Herbst unter den Vorjahresmengen geblieben waren.

Absatz von Möhren mit Charakter kommt in Fahrt

VON ANTJE KASBOHM

Bio-Fachhandel und mittelständischer LEH verlieren bei der Bio-Möhrenvermarktung gegenüber den Discountern zunehmend an Verkaufsbedeutung. Die Vermarktung besonders wohlschmeckender Sorten bietet Chancen die Qualitätsführerschaft zu behaupten.

Bio-Möhren können die Verbraucher inzwischen zwar rund ums Jahr und quasi flächendeckend einkaufen, am häufigsten und mit weitem Abstand werden sie jedoch bei den Discountern erworben. 2006 kauften die Privathaushalte in Deutschland 27 % mehr Bio-Möhren als im Vorjahr. Den stärksten Mengenzuwachs erreichten die Discounter, die ihren Absatz um 36 % steigern konnten. Damit haben sie ihre führende Stellung im Verkauf von Bio-Möhren gegenüber dem Vorjahr von 70 auf 75 % weiter erhöhen können. Auch der organisierte LEH konnte seine Verkaufsmengen um immerhin 14 % steigern. Trotzdem hat er gegenüber den Discountern an Marktanteilen verloren und verkaufte nur noch 13 % statt 14 % (2005) aller Bio-Möhren. Der Bio-Fachhandel verlor in diesem Markt nicht nur prozentual, sondern auch real an Verkaufsbedeutung; dort kauften die deutschen Privathaushalte 4 % weniger Bio-Möhren als 2005. Der Vermarktungsanteil des Bio-Fachhandels sank von 7 auf 5 %.

Höchste Zeit also, dass sich der Bio-Fachhandel im Sinne seines Anspruches auf Qualitätsführerschaft im Bio-Angebot deutlich dazu positioniert. Billig kann jeder. Der Bio-Fachhandel kann jedoch mehr: Er kann Möhren mit Charakter anbieten!

Bereits 2004 entwickelte Kultursaat e.V. gemeinsam mit der Bingenheimer Saatgut AG und in Kooperation mit dem Forschungsring für Biologisch-Dynamische Wirtschaftsweise ein Konzept zur Sortenvermarktung von Gemüse. Kultursaat ist ein gemeinnütziger Verein zur Züchtungsforschung und Kulturpflanzenerhaltung auf biologisch-dynamischer Grundlage. In 17 Gärtnereien und landwirtschaftlichen Betrieben, die in ganz Deutschland verstreut sind, wurden seit 1994 bereits knapp 40 vom Bundessortenamt anerkannte Neuzüchtungen für den Erwerbsanbau entwickelt.

Qualitätsgemüse vom Samen an

Möhren wurden als "Startkultur" in der Vermarktung samenfester Gemüsesorten gewählt. So wie bei Äpfeln und Kartoffeln viele Verbraucher auf bestimmte Sorten achten, soll sich dies nun auch bei Möhren durchsetzen. Der besonders aromatische Geschmack von Milan, Robila und Rodelika soll die Kunden zunächst zum Wiederkauf im Bio-Fachhandel animieren. Gleichzeitig können die Verbraucher aber auch mit der gezielten Nachfrage nach diesem

„Qualitätsgemüse vom Samen an“ einen Beitrag zur Unterstützung der biologisch-dynamischen Züchtungsarbeit leisten. Diese versucht einen Gegenpol zur zunehmenden Konzentration der Saatgutbranche mit der entsprechenden Abhängigkeit für Bauern und Gärtner aufzubauen und damit dem Einsatz von immer häufiger mit biotechnologischen Verfahren gezüchteten Sorten entgegenzuwirken.

Anbau steht allen Bio-Betrieben offen

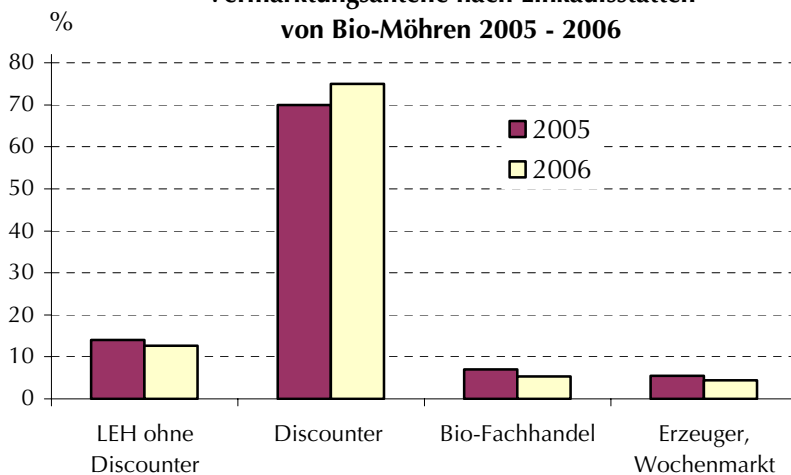
Die Saatgutvermehrung der Sorten erfolgt auf Flächen von Gäa-, Bioland- und Demeter-Betrieben und zwar in Deutschland und in Frankreich. Der Konsumwarenanbau der biologisch-dynamisch gezüchteten Sorten ist nicht an die Demeter-Verbandsmitgliedschaft gebunden sondern steht Bio-Erzeugern aller Couleur offen.

Einige Naturkost-Großhändler zeigen zunehmend Interesse an diesem Konzept und bieten die biologisch-dynamischen Züchtungen mit wachsendem Erfolg an. Die Nachfrage nach Saatgut ist daher im letzten Jahr enorm angestiegen und auch für 2007/08 hat die Nachfrage wieder deutlich zugenommen.

Inzwischen zeigt sich auch der mittelständische LEH an der Sortenvermarktung interessiert. In einer groß angelegten Aktionswoche im Januar wurden über tegut – immer schon ein Vorreiter in Sachen Bio-Vermarktung innerhalb des LEH – größere Mengen an Rodelika-Möhren in kompostierbaren 1-kg-Folienbeutel auf Maisstärkebasis verkauft. Für die Saison 2007 sind weitere Verkaufsaktionen in diesem Zusammenhang geplant. Um die züchterische Arbeit von Kultursaat zu fördern, übergab Th. Gutberlet (tegut) im Rahmen der diesjährigen BioFach eine Spende an den Verein. Nach der erfolgreichen Einführung der o.a. Möhrensorten sollen auch Rote Bete (Robuschka) und Salat (Laibacher Eis) aus ihrer Sortenanonymität befreit werden.

Auf der 9. Wissenschaftstagung zum

Vermarktungsanteile nach Einkaufsstätten von Bio-Möhren 2005 - 2006



© ZMP Analysen nach GfK-Haushaltspanel 2007

KARTOFFELN/AKTUELLE MARKTINFORMATIONEN

Fortsetzung von S. 11

Ökologischen Landbau in Stuttgart-Hohenheim werden am 22. März im Workshop „Der Möhre einen Namen geben“ Züchter und Vermarkter über ihre Erfahrung berichten und diskutieren sowie Möglichkeiten zur Weiterentwicklung des Konzeptes ausloten. ☞

NRW fördert den Öko-Landbau wieder

(ZMP) – Ökologisch wirtschaftende Betriebe werden in Nordrhein-Westfalen ab diesem Jahr wieder gefördert, nachdem im letzten Jahr wegen der Haushaltssperre die Förderung für ein Jahr ausgesetzt wurde.

Wie das Landwirtschaftsministerium mitteilte, werden umstellende Landwirte in den ersten zwei Jahren für Acker- und Grünlandflächen eine Förderung in Höhe von 262 Euro/ha, für Gemüseflächen von 639 Euro/ha und für Dauerkulturen von 1.107 Euro/ha erhalten. Ab dem dritten Jahr fördert das Bundesland Acker und Grünland mit 137 Euro/ha, Gemüseflächen mit 271 Euro/ha und Dauerkulturen mit 662 Euro/ha. Damit unterscheidet sich NRW von vielen anderen Bundesländern, da es gerade in den ersten beiden Jahren, die für umstellende Betrieben meist am schwierigsten sind, eine erhöhte Umstellungsförderung bezahlt.

Investitionen im Bereich der Milchviehhaltung sollen ab diesem Jahr im Rahmen des AFPs (Agrarinvestitionsförderungsprogramm) speziell gefördert werden. Tierschutzfreundliche Investitionen werden mit einem erhöhten Fördersatz von +5 % gefördert werden, so dass insgesamt ein Zuschuss von 30 % auf die förderfähigen Ausgaben besteht. Von dieser Förderung können besonders Öko-Betriebe profitieren.

NRW konnte innerhalb der letzten zehn Jahre einen Zuwachs bei den ökologisch wirtschaftenden Betrieben von 437 auf 1.534 Betriebe feststellen. Die Öko-Fläche vervierfachte sich fast im selben Zeitraum auf 55.373 ha, so dass im Jahr 2006 ein Anteil von 3,7 % an der Gesamt-Fläche des Bundeslandes zu verzeichnen war. ☞ mb/ak

Erzeugerpreise für Kartoffeln

11. KW 2007

Durchschnittspreise in EUR/kg, DA ab Hof incl. MwSt, EH & GH frei Rampe ohne MwSt

	Einheit	von	-	bis	Ø	Anzahl	VW-Ø	VJW-Ø
Direktabsatz (DA)								
Kartoffeln Lagerware								
alle Sorten	(1 kg)	0,70	-	1,79	1,21	60	1,21	1,11
alle Sorten	(12,5 kg)	0,64	-	1,28	0,97	36	0,94	0,77
alle Sorten	(25 kg)	0,76	-	0,96	0,86	7	0,79	0,61
fk Sorten	(1 kg)	0,70	-	1,79	1,16	23	1,16	1,12
fk Sorten	(12,5 kg)	0,64	-	1,28	0,99	17	0,97	0,81
vfk Sorten	(1 kg)	0,70	-	1,79	1,16	21	1,17	1,06
vfk Sorten	(12,5 kg)	0,64	-	1,18	0,94	10	0,91	0,73

Einzelhandel (EH)

Kartoffeln Lagerware								
alle Sorten	(12,5 kg)	0,56	-	1,30	0,85	156	0,85	0,60
alle Sorten	(25 kg)	0,75	-	0,85	0,79	8	0,79	0,57
alle Sorten	(2 - 5 kg)	0,57	-	1,34	0,94	42	0,95	0,71
fk Sorten	(12,5 kg)	0,56	-	1,19	0,85	63	0,85	0,62
fk Sorten	(2 - 5 kg)	0,57	-	1,13	0,96	21	0,96	0,72
vfk Sorten	(12,5 kg)	0,56	-	1,10	0,85	53	0,85	0,59
vfk Sorten	(2 - 5 kg)	0,77	-	1,04	0,90	7	0,90	0,71
mk Sorten	(12,5 kg)	0,60	-	1,10	0,83	8	0,85	0,61

Großhandel (GH)

Kartoffeln Lagerware								
alle Sorten	(12,5 kg)	0,55	-	0,89	0,71	56	0,70	0,50
alle Sorten	(lose)	0,50	-	0,54	0,52	26	0,53	-
alle Sorten	(2 - 5 kg)	0,68	-	0,99	0,76	11	0,76	0,56
fk Sorten	(12,5 kg)	0,60	-	0,89	0,71	22	0,71	0,52
fk Sorten	(lose)	0,50	-	0,54	0,52	16	0,53	-
fk Sorten	(2 - 5 kg)	0,68	-	0,80	0,75	6	0,75	0,57
vfk Sorten	(12,5 kg)	0,55	-	0,89	0,72	20	0,72	0,42
vfk Sorten	(lose)	0,50	-	0,54	0,52	9	0,52	-

Anmerkungen

Für die aktuelle Woche meldeten:

DA	32 Meldestellen
EH	56 Meldestellen
GH	21 Meldestellen

Vorwoche:

35 Meldestellen
59 Meldestellen
26 Meldestellen

Ø : Durchschnitt der Preise für die aktuelle Woche

Anzahl: Anzahl der Meldungen für die aktuelle Woche

VW-Ø : Durchschnitt der Preise der Vorwoche

VJW-Ø : Durchschnitt der Preise der Vorjahreswoche

fk: festkochend; vfk: vorwiegend festkochend; mk: mehlig kochend