

## Konzeption der Markt- und Preisberichterstattung für die Öko-Branche Befragung von Schlüsselakteuren für die Bedarfsermittlung

Durchführung: AgroMilagro research

AgroMilagro  
research

In Kooperation mit dem BÖLW

BÖLW  
Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

Sehr geehrte Kollegin, sehr geehrter Kollege,

mit der Einstellung der Arbeit der ZMP Ende April 2009, ist bei der Markt- und Preisberichterstattung für die Öko-Branche ein Vakuum entstanden. Bislang stand ein relativ großer Pool an Daten kostenlos oder für ein geringes Entgelt zur Verfügung.

Künftig werden jene Daten, die von den Bundesländern oder dem BMELV verpflichtend an die EU-Kommission gemeldet werden müssen, weiterhin im Auftrag der Länder und des Bundes erhoben und zur Verfügung gestellt. Die Erhebung aller weiteren Daten muss künftig privat, das heißt entsprechend der Nachfrage von Unternehmen, Verbänden und weiterer Interessierter, erhoben werden.

In der Zwischenzeit hat die vom Deutschen Bauernverband gegründete AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH [www.marktundpreis.de](http://www.marktundpreis.de) viele frühere Aufgaben der ZMP übernommen. Um ihre Arbeit möglichst auf die Bedürfnisse der Öko-Branche abzustimmen, muss der Informationsbedarf der Branche bekannt sein. Mit Hilfe des vorliegenden Fragebogens möchten wir die Einschätzung ausgewählter Personen bzw. Unternehmen zur Neukonzeption der Öko-Marktberichterstattung in Deutschland ermitteln, um die Öko-Marktberichterstattung möglichst nahe an den tatsächlichen Informationsbedürfnissen einerseits und in Anlehnung an die von Ihnen geäußerte Zahlungsbereitschaft für diese Arbeit andererseits orientieren. Denn künftig wird sich die Öko-Marktberichterstattung allein aus dem Verkauf der Daten tragen müssen. Wir danken Ihnen für Ihre Mitarbeit zum Wohle der gesamten Öko-Branche.

Um das aktuelle Angebot der AMI prüfen zu können und damit auf den Fragebogen detailliert Antwort geben zu können, erhalten Sie neben den Anlagen 1-12, die den Inhalt einiger Fragen anschaulich darstellen sollen, 4 ausgewählte Ausgaben der AMI zum Öko-Markt kostenfrei.

Wir danken für Ihre Mithilfe!



**4a) Bitte geben Sie an, welche Bedeutung die unten genannten Bereiche für Sie bzw. Ihr Unternehmen haben. Zur Erläuterung der Frageninhalte werden in den bezifferten Anlagen Beispiele aus alten ZMP- oder aktuellen AMI-Publikationen gezeigt.**

*Bitte bewerten Sie die Bedeutung der jeweiligen Bereiche mit 1 = sehr wichtig, 2=wichtig, 3=teils wichtig, teils weniger wichtig, 4=weniger wichtig, 5=unwichtig.*

*Rot dargestellte Bereiche sind derzeit nicht im Angebot der AMI enthalten.*

1) Preisberichterstattung Direktabsatz Öko (s. Anlage 1 aus alten ZMP-Berichten)	
2) Preisberichterstattung Naturkost-Einzelhandel Öko (s. Anlage 2)	
3) Preisberichterstattung Großmarkt Öko + konventionell (s. Anlage 3)	
4) Preis-/Mengenberichterstattung Großhandel Öko (s. Anlage 4)	
5) Ergänzend konventionelle Preise und Mengen für den Großhandelsbereich	
6) Preisberichterstattung Verbraucherpreise Öko + konventionell (s. Anlage 5)	
7) Länderanalysen (s. Anlage 6 aus alten ZMP-Berichten)	
8) Monatliche Marktanalysen für Schlachttiere, Getreide, Kartoffeln und Milch (s. Anlage 7)	
9) Marktforschungsdaten Öko-Gesamtmarkt (GfK) (s. Anlage 8)	
10) Ergänzend vergleichende konventionelle Marktforschungsdaten der GfK	
11) Marktforschungsdaten Öko-Trockensortiment LEH (AC Nielsen) (s. Anlage 9)	
12) Vergleichend Marktforschungsdaten konventionelle für den LEH (AC Nielsen)	
13) Marktforschungsdaten für den Naturkostfachhandel (bioVista) (s. Anlage 10)	
14) Preisberichte Regionalvergleich (s. Anlage 11 aus alten ZMP-Berichten)	
15) Kurzinformationen aus dem In- und Ausland (s. Anlage 12)	
16) Wöchentliche Kommentierungen zu Obst und Gemüse (siehe Anlage 2)	
17) Preisberichterstattung für Handwerksbetriebe (Käsereien, Metzger, Bäcker)	

**4b) Bei welchen Produkten sind Auslandpreise und Importdaten für Ihr Unternehmen von Bedeutung ?**

*Bitte bewerten Sie die Bedeutung der jeweiligen Bereiche mit 1 = sehr wichtig, 2=wichtig, 3=teils wichtig, teils weniger wichtig, 4=weniger wichtig, 5=unwichtig*

20) Milch und Milchprodukte	
21) Getreide und Getreideprodukte	
22) Kartoffeln und Kartoffelprodukte	
23) Obst und Obstkonserven	
24) Gemüse und Gemüsekonserven	
25) Fleisch und Fleischprodukte	
26) Eier und Eiprodukte	
27) Futtermittel	
28) Sonstiges	

**5 Die Finanzierung der Marktberichterstattung aus Mitteln des Absatzfonds ist seit dem Frühjahr 2009 nicht mehr gegeben. Diese Aufgabe muss nun privatwirtschaftlich finanziert werden. Daher müssen Einsparpotenziale gesucht und die Arbeit auf die notwendigsten Bereiche reduziert werden. Auf welche derzeit existierenden Informationsbereiche kann man am ehesten verzichten, sofern die Finanzierung nicht sichergestellt werden kann?**

*Bitte benennen Sie die Bereiche.*

Bereiche	Bemerkungen

**6 Was sollte bei den bereits existierenden Marktinformationen Ihrer Meinung nach verbessert oder geändert werden ?**

*Bitte benennen Sie die Bereiche und beschreiben Sie die Verbesserungsmöglichkeiten.*

Bereiche	Bemerkungen

**7a) Welchen Betrag würden Sie jährlich für Marktdaten, Marktanalysen ausgeben wollen/können ?**

*Euro pro Jahr*

**7b) Die rot markierten Bereiche der Frage 4 a) und b) sind derzeit nicht standardmäßig in den Berichten der AMI enthalten. Um die von Ihnen zusätzlich gewünschten Informationen bereitstellen zu können, müsste die AMI den derzeitigen Preis in Höhe von monatlich 33 Euro für den E-Mail Dienst bzw. 40 Euro für den Online Monitor zzgl. MwSt. erhöhen.**

*Bitte tragen Sie den Euro-Betrag ein, den Sie für die von Ihnen als wichtig erachteten Informationsbereiche bereit wären zu zahlen. Auf Basis dieser Informationen wird sich entscheiden, welche Bereiche mit welcher Intensität künftig zusätzlich bearbeitet werden können.*

<b>Wie 4a) Inlandsdaten</b>	
1) Preisberichterstattung Direktabsatz Öko (s. Anlage1 aus alten ZMP-Berichten)	€
5) Ergänzend konventionelle Preise und Mengen für den Großhandelsbereich	€
7) Länderanalysen (s. Anlage 6 aus alten ZMP-Berichten)	€
10) Ergänzend konventionelle Marktforschungsdaten der GfK	€
11) Marktforschungsdaten Öko-Trockensortiment LEH (AC Nielsen) (s. Anlage 9)	€
12) Ergänzend Marktforschungsdaten konventionelle für den LEH (AC Nielsen)	€
13) Marktforschungsdaten für den Naturkostfachhandel (bioVista) (s. Anlage 10)	€
14) Preisberichte Regionalvergleich (s. Anlage 11 aus alten ZMP-Berichten)	€
17) Preisberichterstattung für Handwerksbetriebe (Käsereien, Metzger und Bäcker)	€
<b>18)</b>	€
<b>19)</b>	
<b>Wie 4b) Auslandsdaten</b>	
20) Milch und Milchprodukte	€
21) Getreide und Getreideprodukte	€
22) Kartoffeln und Kartoffelprodukte	€
23) Obst und Obstkonserven	€
24) Gemüse und Gemüsekonserven	€
25) Fleisch und Fleischprodukte	€
26) Eier	€
27) Futtermittel	€
28) Sonstiges	€

- 8 Um das allgemeine Interesse am Öko-Markt aufrechtzuerhalten, ist es notwendig, Basisinformationen kostenfrei anzubieten. Welche Datenbereiche würden Sie vorschlagen, sollten für Interessierte, Presse und Medien frei zugänglich sein.**

---

---

---

- 9 Hier können Sie noch weitere Vorschläge oder Anmerkungen zu dem Thema machen.**

---

---

---

---

---

**Wir bedanken uns herzlich für Ihre Unterstützung und werden versuchen, die Befragung objektiv zu analysieren und die bestmögliche Lösung für diese anstehende Aufgabe zu finden. Über das Ergebnis der Befragung werden wir Sie unaufgefordert informieren.**

**Ihre Dr. Alexander Gerber und Markus Rippin**