



Bundesministerium für
Verbraucherschutz, Ernährung
und Landwirtschaft

ÖKOLOGISCH MÄRKTE ERSCHLIESSEN

Marktinformationen zu
Öko-Kartoffeln
in Deutschland



Inhalt

1. Erzeugung	1
2. Der Markt	1
3. Absatzwege	3
4. Verbraucherkenndaten	3
5. Verbraucherpreise	4
6. Einkaufspreise	4
7. Mafo-Daten: Gesamt Öko-Kartoffelmarkt	6
8. Ausblick	8

Impressum:

Quellen: ZMP 2004 und 2005, CMA 2004, Hamm 2005, GfK 2004 (Daten für Jahr 2003)

Herausgeberin:
Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau in der Bundesanstalt für
Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
Deichmannsau 29, 53179 Bonn, E-Mail: geschaeftsstelle-oekolandbau@ble.de

Initiiert durch das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft
im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.oekolandbau.de

Kontinuierlich aktuelle internationale Informationen rund um das
Öko-Marktgeschehen finden sich im wöchentlich erscheinenden Marktbericht der ZMP „OKOMARKT Forum“.
ZMP GmbH, Rochusstr.2, 53123 Bonn, www.zmp.de

Redaktion: Rippin, ZMP, Bonn

Gestaltung: Rother Rother.Architekten Designer, Berlin

Druck: TRIGGER Offsetdruck, Berlin

© 1. Auflage, BLE September 2005

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier

1. Erzeugung

Im Jahr 2004 wurden in Deutschland 13.100.000 t Kartoffeln produziert, wovon 153.000 t von ökologisch bewirtschafteten Flächen stammen und damit einen Produktionsanteil von lediglich 1% ausmachen. Aufgrund der deutlich niedrigeren Erträge im ökologischen Landbau beträgt der Anteil an der Anbaufläche jedoch immerhin 2,2%. Da ein bedeutender Teil der konventionellen Kartoffelerzeugung in Deutschland nicht für den Frischmarkt und z.T. auch nicht für den Lebensmittelmarkt bestimmt ist, liegt der Anteil der Öko-Anbaufläche für Speisekartoffeln für den Frischmarkt mit 5.700 ha bei immerhin knapp 5%. Lediglich 800 ha Kartoffelanbaufläche werden für die Verarbeitung ökologisch bewirtschaftet, was einem Flächenanteil von 1% entspricht.

2. Der Markt

Mit einem Jahresumsatz von 3,5 Mrd. Euro liegt der Marktanteil aller Öko-Produkte am Lebensmittelmarkt (ohne Getränke) in Deutschland im Jahr 2004 bei ca. 2,5%. Kartoffeln haben inzwischen mit einem Umsatzvolumen von 105 Mio. Euro einen überdurchschnittlichen Umsatzanteil von ungefähr 10% für Speisekartoffeln erreicht. Wie der Preisvergleich in Abbildung 1 zeigt, werden Öko-Kartoffeln mit einem sehr hohen Preisaufschlag auf die konventionelle Variante verkauft. Daher resultiert die große Diskrepanz zwischen dem Anbauflächenanteil und dem hohen Umsatzanteil am Markt. Ihr Umsatzanteil innerhalb des Öko-Segmentes liegt dagegen bei unterdurchschnittlichen 3%. Zum Vergleich, der Umsatzanteil von Öko-Gemüse im Öko-Segment liegt bei ganzen 12%, der von Obst immerhin noch bei 7%.

Vergleicht man hingegen nicht Produktgruppen sondern Einzelprodukte miteinander, dann sieht das Bild vollständig anders aus. Bei dieser Betrachtungsweise der Öko-Umsätze steht die Öko-Kartoffel im Gesamt-Öko-Umsatz an vierter Stelle hinter Brot, Eiern und Käse. Separiert man nur die Öko-Umsätze im LEH dann liegt die Kartoffel schon an dritter Stelle hinter Eiern und Frischmilch. Bei einer Umsatzrangfolge für die Naturkostfachgeschäfte allerdings rangiert die Kartoffel dann nur noch an achter Stelle. Bei der Direktvermarktung hingegen ist die Kartoffel

der drittstärkste Umsatzfaktor. Zu 95% kommen die Öko-Kartoffeln aus Deutschland, nur zum Ende der Lagersaison finden je nach Jahr französische, niederländische oder österreichische Öko-Kartoffeln ihren Weg in den deutschen LEH. Außerdem werden jährlich ca. 10.000 - 15.000 t Öko-Frühhkartoffeln importiert, diese kommen für den LEH insbesondere aus Ägypten, für den Naturkosthandel aus Ägypten, Italien, Israel und Zypern. Außerdem können süddeutsche Erzeuger jährlich einige 1.000 t Öko-Lagerkartoffeln in Italien und Österreich platzieren.

3. Absatzwege

43% der Umsätze mit Öko-Kartoffeln entfallen auf den konventionellen Lebensmittelhandel (Supermärkte, Discounter), dicht gefolgt vom Direktabsatz (Hofladen, Wochenmarkt) mit einem Umsatzanteil von 35%. Der Naturkostfachhandel bestreitet etwa 22% des Öko-Kartoffelmarktes. Da Öko-Kartoffeln inzwischen bei fast allen konventionellen Handelsunternehmen zum Angebot zählen, wird auch ein Großteil dort an die Verbraucher verkauft. Im Vergleich zum Kartoffel-Gesamtmarkt, wo rund 70% aller Kartoffeln allein über den LEH vermarktet werden und der Direktabsatz mit einem Umsatzanteil von rund 20% eine deutlich geringere Bedeutung aufweist, besteht aber noch ein signifikanter Unterschied in der Bedeutung der einzelnen Verkaufskanäle. Inzwischen ist jedoch die Abhängigkeit der Erzeuger vom konventionellen LEH sehr groß.

4. Verbraucherkenndaten

Rund 50% der Verbraucher kaufen entweder regelmäßig oder gelegentlich Öko-Produkte ein. Etwa 37% der Haushalte kaufen mindestens einmal im Monat Öko-Produkte ein. Kartoffeln werden dabei von etwa 17% der Verbraucher gekauft. Damit liegt diese Produktgruppe mit Rang neun relativ weit hinter den Spitzenreitern Milch und Molkereiprodukte mit rund 40% und Gemüse und Salat mit ca. 35% in der Beliebtheit der Öko-Artikel zurück. Da sich seit der Erhebung dieser strukturellen Daten durch die GfK im Jahr 2003 jedoch besonders beim Öko-Kartoffelangebot des LEH viel getan hat, dürfte die Käuferreichweite inzwischen spürbar höher sein.

Der Wert der eingekauften Öko-Waren beläuft sich auf insgesamt 3,5 Mrd. Euro. Mit etwa 3% Umsatzanteil bleibt bei dieser Betrachtung der Anteil der Öko-Kartoffeln relativ weit zurück, Spitzenreiter sind Milch und Molkereiprodukte mit einem Anteil von ca. 16% sowie Gemüse und Salat mit einem Anteil von ca. 12%.

Öko-Kartoffelproduktion in Deutschland, Tonnen Jahre 2000-2004

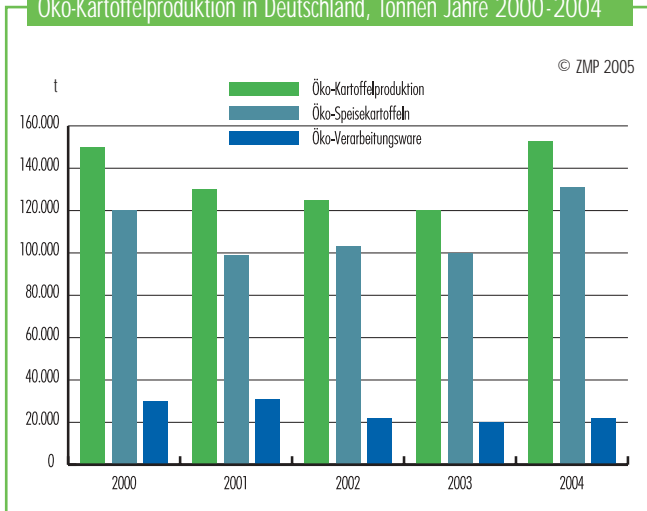


Abb. 1: Öko-Kartoffelproduktion in Deutschland, Tonnen Jahre 2000-2004 (Quelle: ZMP 2005)

5. Verbraucherpreise

Für Kartoffeln liegt der Preisaufschlag für die Öko-Variante je nach Saisonzeitpunkt im Mittel zwischen 100% und 170% über dem der konventionellen Variante. Damit ist der Öko-Preisaufschlag, den Verbraucher für Kartoffeln zahlen müssen, im Vergleich zu anderen Produkten relativ hoch. Einige Gemüsearten liegen zeitweise auf ähnlich hohem Niveau. Diese Tatsache liegt u.a. darin begründet, dass deutlich niedrigere Erträge, höhere Produktions- und Logistikkosten (Transport und Lagerhaltung) sich aufgrund der vergleichsweise geringen Produktionsmenge stark auf den Stückpreis auswirken (economies of scale). Insbesondere in dem reichlich mit Kartoffeln versorgten Markt im Jahr 2004 waren auch die Preisunterschiede enorm. Um die große Erntemenge so rasch wie möglich abzuverkaufen, wurden für konventionell erzeugte Ware besondere Gebindegrößen (ab 10 kg) und extreme Sonderpreise angeboten, was dazu führte, dass der Kilopreis sich von der Öko-Variante noch deutlicher als in den Vorjahren entfernte.

6. Einkaufspreise

Die Einkaufspreise für Öko-Kartoffeln können der Preiserhebung der ZMP entnommen werden. Ein wöchentlicher Marktbericht informiert regelmäßig über die Entwicklungen der Erzeugerpreise im Direktabsatz, Einzelhandel und Großhandel. Die Preise zu denen Großhändler Öko-Kartoffeln im Mittel der letzten Jahre vom Erzeuger beziehen konnten sind in Abbildung 3 dargestellt. Da es sich hierbei nur um Jahresdurchschnittspreise handelt, sollten interessierte Kartoffelhändler sich bei der ZMP direkt über die wöchentlichen bzw. monatlichen Preise informieren. Der Preisübersicht für die Jahre 2000 bis 2004 kann entnommen werden, dass sich das Preisniveau über diesen beobachteten Zeitraum hinweg für Öko-Kartoffeln, abgesehen von einigen witterungsbedingt stärkeren Preisbewegungen, relativ stabil gehalten hat.

Beim Vergleich der Öko-Erzeugerpreise mit der konventionellen Variante hat sich über die Jahre gezeigt, dass dieser Preisunterschied starken Schwankungen unterliegt, hauptsächlich begründet in der Preisentwicklung auf dem konventionellen Markt. Jahre in denen eine übergroße Ernte zu Preisabstürzen führt haben auch zur Folge, dass sich der

Preisabstand zu den Öko-Kartoffeln deutlich vergrößert, da diese nicht so starken Preisschwankungen unterliegen. Zwar reagieren auch die Öko-Preise tendenziell in die gleiche Richtung wie die konventionellen Preise, auch wenn es keine Überschüsse auf dem Öko-Markt gibt. Jedoch ist die Änderungsrate hier längst nicht so drastisch ausgeprägt. Über die letzten Jahre lag der Preisunterschied zwischen 100% und im Extremfall bis zu 300%. Insbesondere festkochende Sorten werden auf dem deutschen Öko-Kartoffelmarkt immer beliebter und sind auch preislich stabiler als die übrigen Kochtypen. Inzwischen werden in einigen Erzeugergemeinschaften 95% der Knollen in festkochender Qualität angebaut. Meist wird im konventionellen LEH nur eine Variante Öko-Kartoffeln gelistet, die dann festkochend ist. Durch den steigenden Marktanteil des LEH wird sich dieser Trend weiter verstärken. Dagegen können Vermarkter im Direktabsatz und Naturkosthandel verstärkt auf Sortenvielfalt setzen.

Es ist damit zu rechnen, dass auch die Preise für Öko-Kartoffeln künftig stärker als bisher unter Druck geraten werden, da niedrigpreisige Importe zunehmen werden und der Einstieg der Discounter in die intensive Vermarktung von Öko-Kartoffeln über kurz oder lang zu Preisdruck führen dürfte.

Verbraucherpreise für Kartoffeln in Deutschland 2004



Abb. 2: Verbraucherpreise für Kartoffeln in Deutschland 2004 (Quelle: ZMP 2005)

7. Mafo-Daten: Gesamt-Öko-Kartoffelmarkt

Angenommen, ein Kartoffelhändler möchte in die Öko-Branche einsteigen, so ist es wichtig, die Käuferschicht zu identifizieren, die sich öko-affin verhält, und diese mit der eigenen Kundschaft zu vergleichen, um sich langfristig erfolgreich am Markt etablieren zu können.

Wer vorrangig Öko-Kartoffeln kauft, geht aus Daten der GfK, die im Auftrag der ZMP/CMA im Jahr 2003 ermittelt worden sind, hervor. Aus einer geographischen Betrachtung folgt, dass der mit 37% Abstand größte Anteil am Umsatz mit Öko-Kartoffeln in Süddeutschland generiert wird, gefolgt von Norddeutschland mit 18% und Nordrhein-Westfalen mit 16%.

Zwar kaufen Konsumenten in der Altersgruppe von 55 bis 64 Jahren am häufigsten Kartoffeln ein, sie sorgen für ca. 25% des Öko-Kartoffelumsatzes, jedoch liegen die Umsatzanteile aller Altersgruppen in einer Größenordnung von 15-25%. Diese relativ geringen Unterschiede können auch system-/methodenbedingt sein, so dass man davon ausgehen kann, dass Öko-Kartoffeln von allen Altersgruppen gleichermaßen gekauft werden.

Mit einem Umsatzanteil am Öko-Kartoffelmarkt von 58% sind Haushalte mit einem monatlichen Netto-Einkommen zwischen 1.500 Euro und 3.499 Euro die umsatzstärksten Kunden. Interessanterweise sind es also nicht die Haushalte der hohen Gehaltsklassen, sondern die der mittleren, die die umsatzstärkste Konsumentenschicht ausmachen. Wie auch aus anderen Studien, geht aus der Analyse des Öko-Kartoffelmarktes hervor, dass mit steigendem Bildungsniveau der Öko-Konsum zunimmt. Etwa 67% des Gesamtumsatzes mit Öko-Kartoffeln entfällt auf Verbraucher mit einem Fach-/Berufsfachschul- oder Hochschulabschluss.

Analysiert man die vorhandenen Daten hinsichtlich des Familienzyklus so zeigt sich, dass pensionierte Ehepaare mit etwa 27% den größten Anteil am Öko-Kartoffelumsatz auf sich vereinigen, mit einigem Abstand gefolgt von älteren Familien mit Kind (18%) sowie jüngeren Familien mit Schulkind (17%). Junge Familien ohne Kind bzw. mit Kleinkind oder jugendlichem Kind konsumieren mit einem Umsatzanteil von jeweils 3-4% hingegen am wenigsten Öko-Kartoffeln.

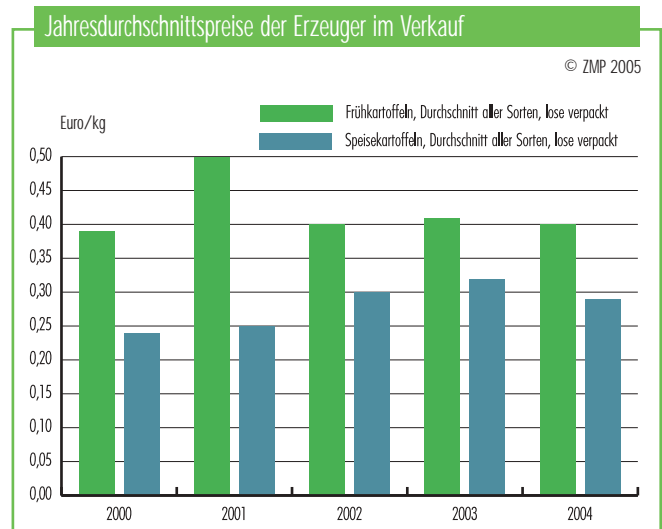


Abb. 3: Jahresdurchschnittspreise der Erzeuger im Verkauf an den Großhandel frei Rampe ohne MwSt. (Quelle: ZMP 2005)

8. Ausblick

Generell kann festgehalten werden, dass sich die sozio-demographische Entwicklung der deutschen Bevölkerung nachfragesteigernd auf den Öko-Konsum auswirken wird. Denn die Zunahme der am stärksten Öko-Produkte konsumierenden Bevölkerungsteile wie ältere Familien ohne Kinder nimmt zu. Bedingt durch die rückläufige Geburtenrate und steigende Lebenserwartung wird die Bevölkerung immer älter. Also gerade die Bevölkerungsschichten, die für den größten Umsatzanteil im Öko-Markt und auch im Segment Öko-Kartoffeln verantwortlich sind, werden künftig anteilmäßig an Bedeutung gewinnen. Eine Studie der Prognos AG ermittelte einen Rückgang der Bevölkerungszahl bei den unter 50-Jährigen bis zum Jahr 2020 um über 9 Mio., hingegen eine Zunahme der über 50-Jährigen von knapp 9 Mio. Menschen.