



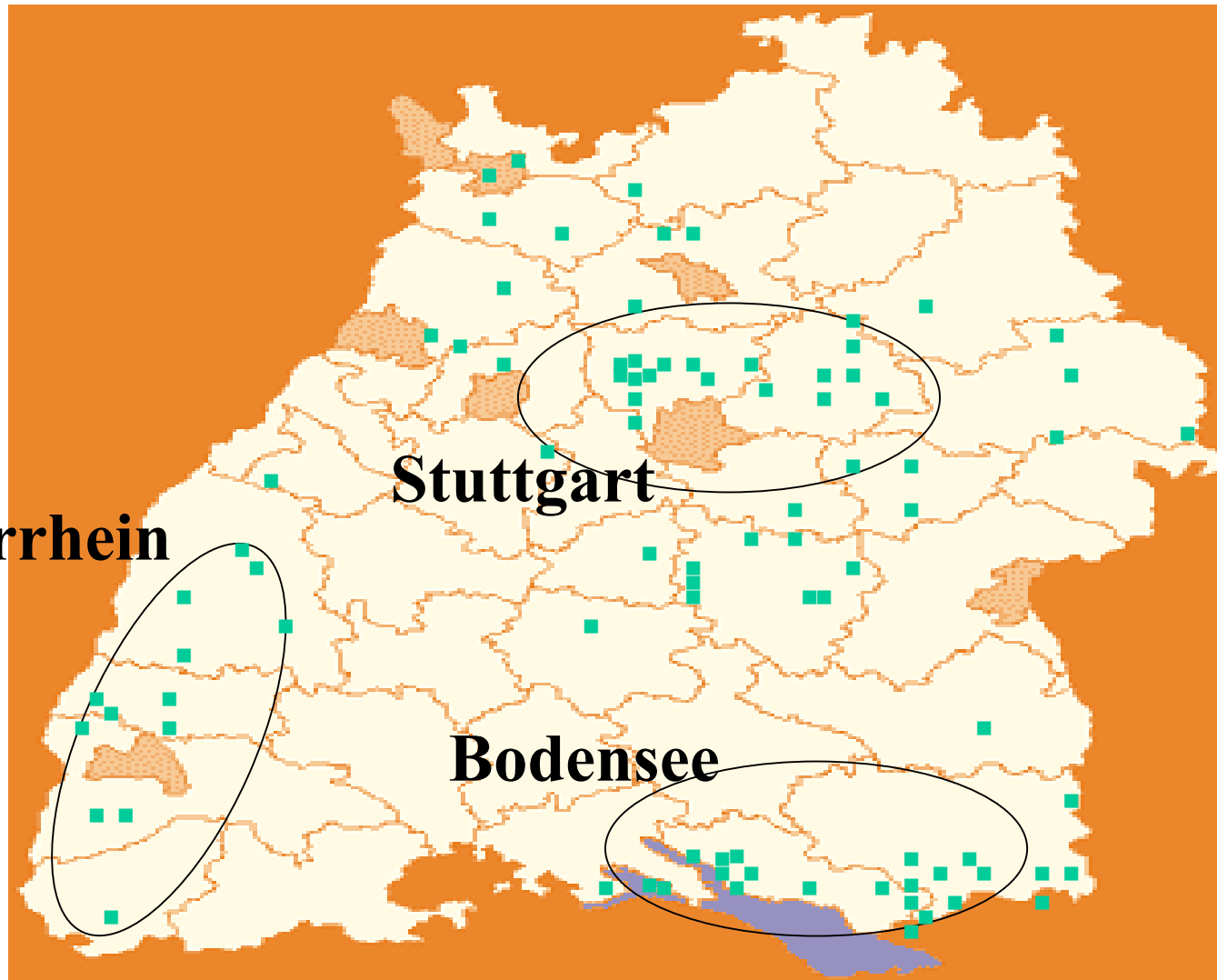
Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

**Projekt des Ministeriums für Ernährung und Ländlichen Raum
Baden-Württemberg (Juni 2001 – März 2003)**

1. Ermittlung des Status Quo des ökologischen Gemüseanbaus in Baden-Württemberg (Interviewbefragung)
2. Modellbildung: Einteilung nach Vermarktungsform
3. Analyse der Erfolgsfaktoren:
Betriebsorganisation, Management
Mitarbeiterzufriedenheit, Arbeitswirtschaft
Kundenzufriedenheit



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus



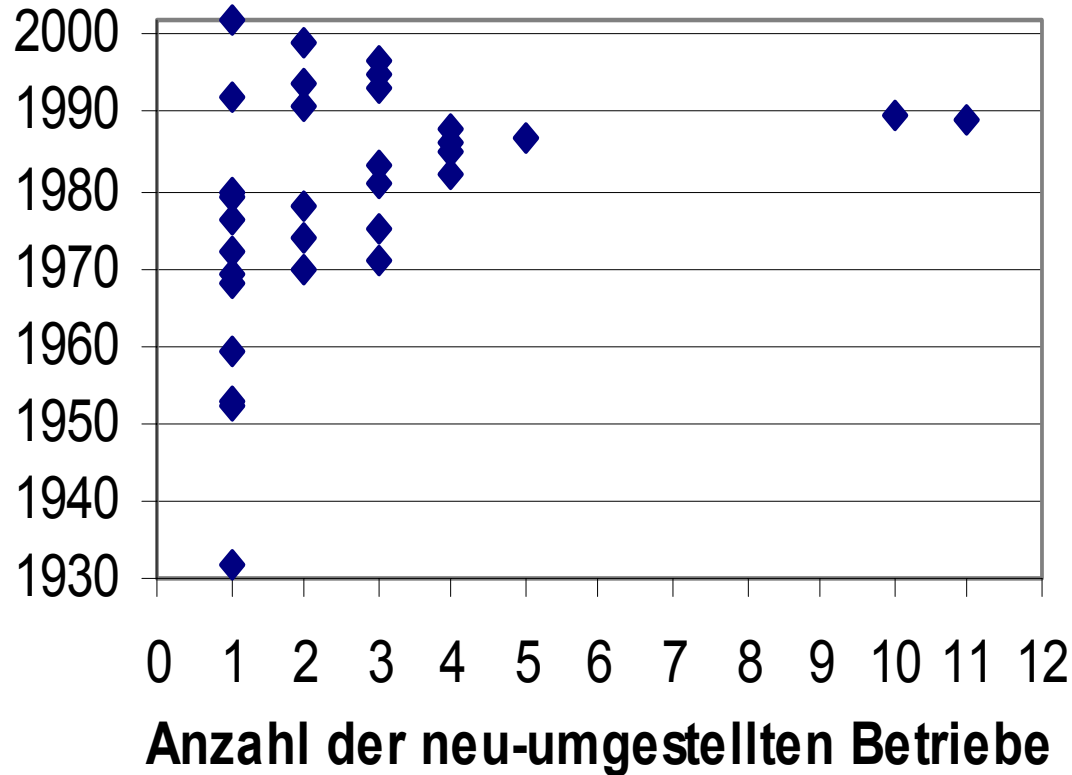
- befragte Produktionsbetriebe:
 - 56 Bioland
 - 27 Demeter
 - 5 Naturland
 - 1 ANOG
 - 1 Umstellungsbetrieb ohne Verband

zusätzlich befragt:
3 Abo-Kistenhändler



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Umstellungsjahr





Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

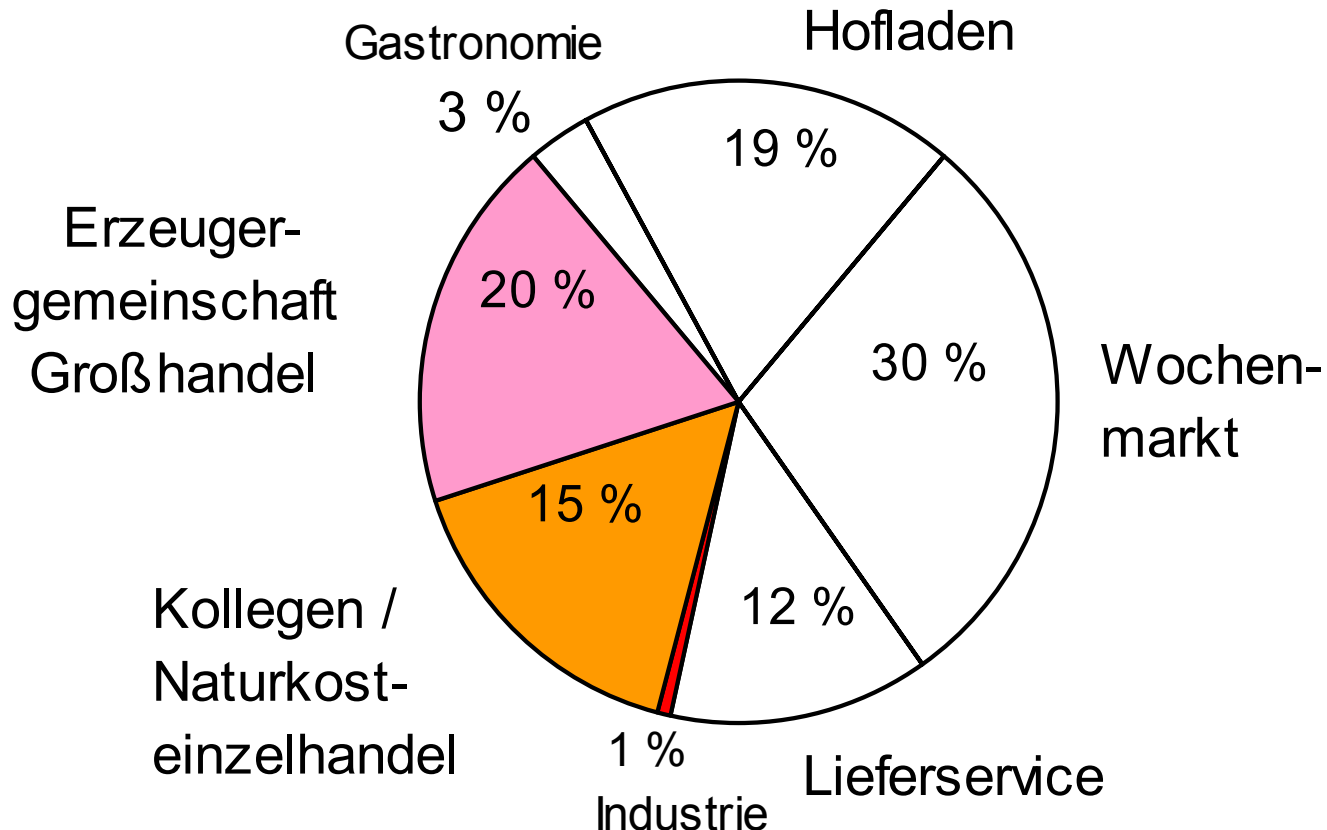
Kleinstrukturierter Gemüseanbau in Baden-Württemberg

Vermarktungsform ^{*1} / Betriebsgröße ^{*2} (Anzahl)	Ø Freiland- fläche in ha	Ø Freilandfläche bewässerbar in %	Betriebe mit Folien-/ Glasfläche in %	Mittelwert der Folien-/ Glasfläche in m ²
Alle^{*3} (90)	5,2	56	65	2.300
Direkt (46)	2,9	65	80	1.900
Gemischt (24)	6,9	57	70	2.700
Indirekt (20)	8,5	40	40	3.800
≤ 2 ha (25)	1,2	80	70	1.400
2 - 5 ha (35)	3,5	60	80	2.300
> 5 ha (27)	11,6	40	60	3.700



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Umsatzanteile der Vermarktungswege





Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Absatzwege Ökogemüse nach Vermarktungstyp Ø 3 Vermarktungswege

Vermarktungsform (Anzahl)	Direkter Absatz in % vom Gesamtumsatz				Indirekter Absatz in % vom Gesamtumsatz		
	Gastro- nomie	Hof- laden	Wochen- markt	Liefer- service	Industrie	Kollegen, Großmarkt Naturkost- einzelhandel	Erzeuger- gemeinschaft. Großhandel
Direkt (46)	2	22	48	17	0	7	4
Gemischt (24)	8	22	15	12	2	22	19
Indirekt (20)	1	7	5	1	2	29	55



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Absatzwege Ökogemüse nach Betriebsgröße Ø 3 Vermarktungswege

Betriebsgröße (Anzahl)	Direkter Absatz in % vom Gesamtumsatz				Indirekter Absatz in % vom Gesamtumsatz		
	Gastro- nomie	Hof- laden	Wochen- markt	Liefer- service	Industrie	Kollegen, Großmarkt Naturkost- einzelhandel	Erzeugergemeinschaft, Großhandel
≤ 2 ha (25)	1	31	41	12	1	9	6
2 - 5 ha (35)	3	18	33	12	1	25	8
> 5 ha (27)	3	8	19	14	1	7	48



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Entwicklung Modellbetriebe

- **Wochenmarkt-/ Hofladen – Typ Landwirtschaft**
 - 1 ha Freilandgemüse Kulturenvielfalt in sehr kleinen Sätzen
+ Kartoffel + Ackerbau
- **Wochenmarkt-/ Hofladen – Typ Gärtnerei**
 - bis 4 ha Freiland, 3.000 m² geschützter Anbau, intensive Flächenbelegung
> 20 Kulturen im Freiland, 10 Kulturen unter Folie/Glas
- **Lieferservice**
 - 6 ha Freiland, 2.000 m² geschützter Anbau, Kulturenvielfalt



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Entwicklung Modellbetriebe

➤ Regionalvermarkter

4 - 10 ha Freiland, 2.500 m² geschützter Anbau, Kulturreichhalt
Direktvermarktung + Absatz an Kollegen > 75 %

➤ Indirekter Vermarkter – Typ regionaler LEH

15 ha Freiland, wenige Hauptkulturen, Belegung 1mal pro Jahr + Landwirtschaft
Verpflichtung zu Auftritten zur Verkaufsförderung im LEH

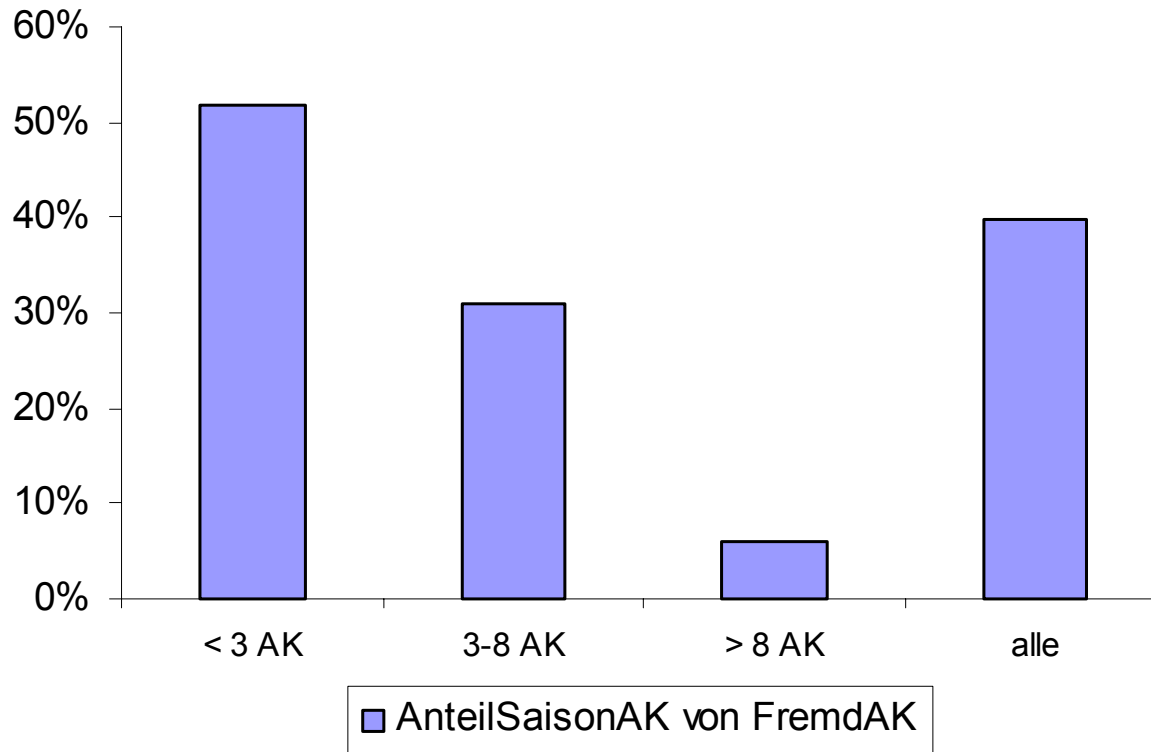
➤ Indirekter Vermarkter – Naturkostgroßhandel – Erzeugergemeinschaft

10 ha Freiland, 4000 m² geschützter Anbau, stärkere Spezialisierung
zur Risikostreuung Standbein in der Direktvermarktung



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

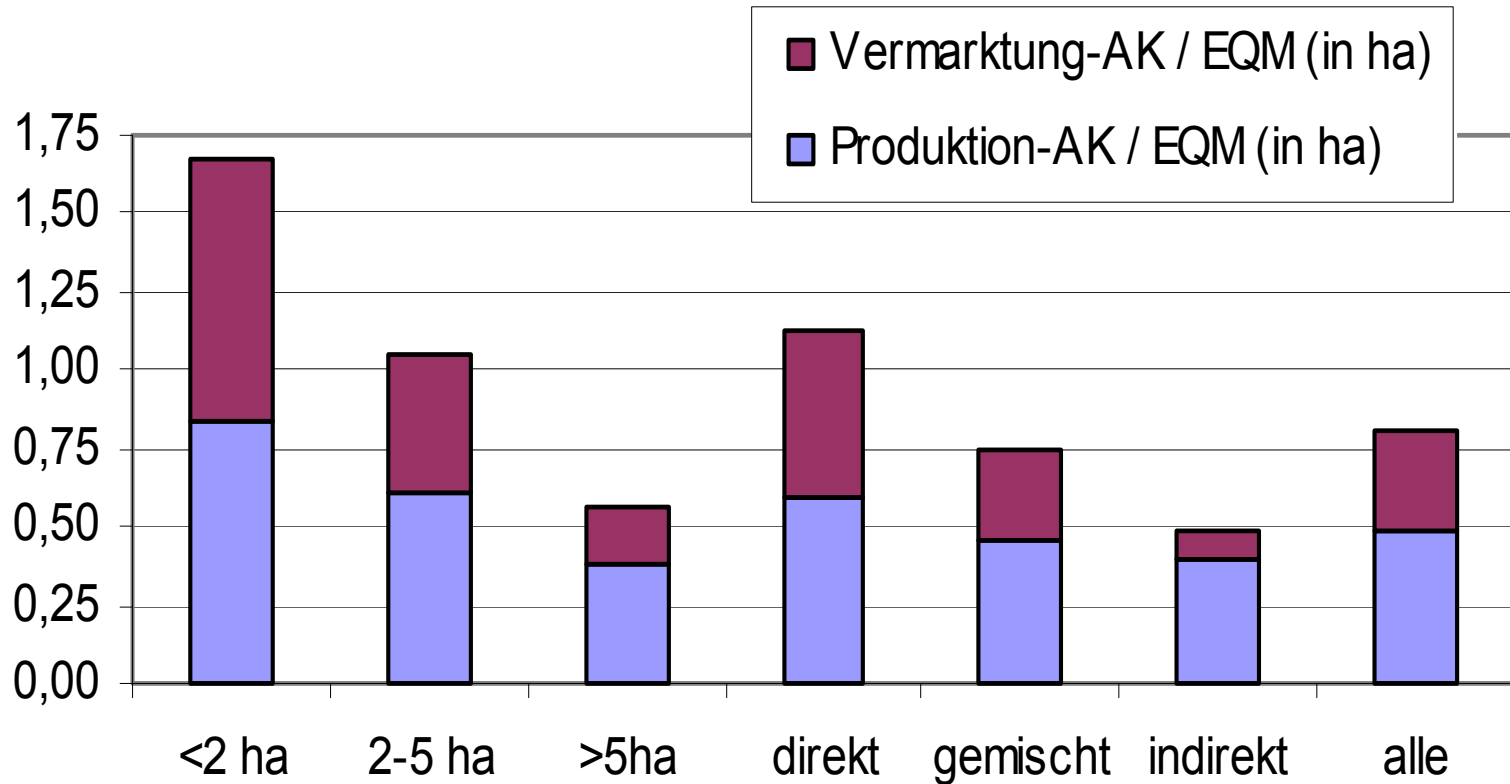
Arbeitsverfassung: Anteil der Saison-AK





Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Gesamt AK / EQM (in ha)





Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Arbeitsintensität Direktvermarktung

	Hofladen Ø 40 m ²		
Öffnungszeiten / Woche in h	10 - 13		
Anzahl AK zur Bedienung	1,8		
Rüstzeit / Woche in h	7		
Summe AK h / Woche	27 – 30		



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Arbeitsintensität Direktvermarktung

	Hofladen Ø 40 m ²	Wochenmarkt Ø 8 lfd.m Ø 18 km entfernt	
Öffnungszeiten / Woche in h	10 - 13	14 (= 2,6 Märkte)	
Anzahl AK zur Bedienung	1,8	2,3	
Rüstzeit / Woche in h	7	10 - 20	
Summe AK h / Woche	27 - 30	47 ± 5	



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

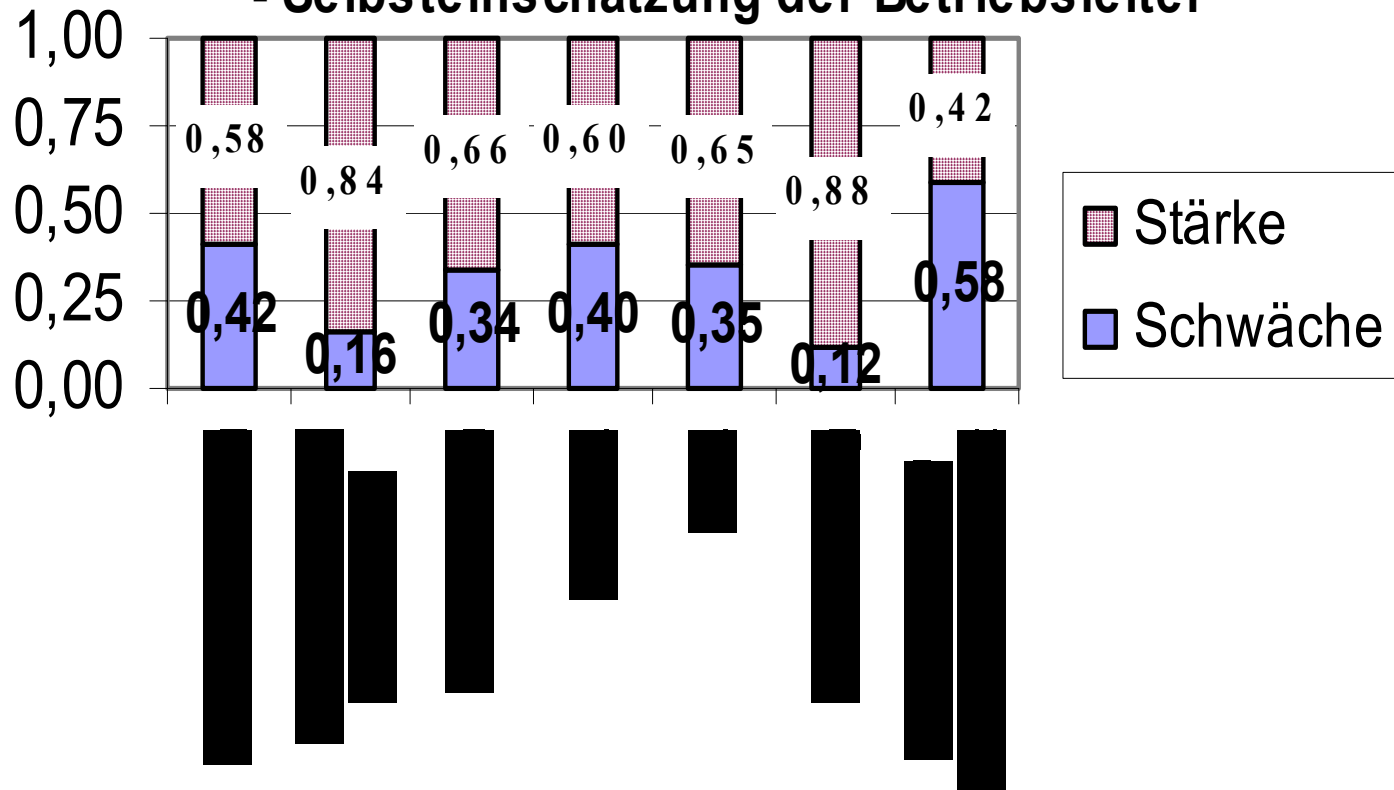
Arbeitsintensität Direktvermarktung

	Hofladen Ø 40 m ²	Wochenmarkt Ø 8 lfd.m Ø 18 km entfernt	Lieferservice Ø 125 Kisten/Woche
Öffnungszeiten / Woche in h	10	14 (= 2,6 Märkte)	Pro Kiste 15Min: 5 Min Packzeit 5 Min Ausfahren (2,5 km/Kunde) 5 Min Büro
Anzahl AK zur Bedienung	1,8	2,3	
Rüstzeit / Woche in h	7	10 - 20	
Summe AK h / Woche	27	47 ± 5	31



Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

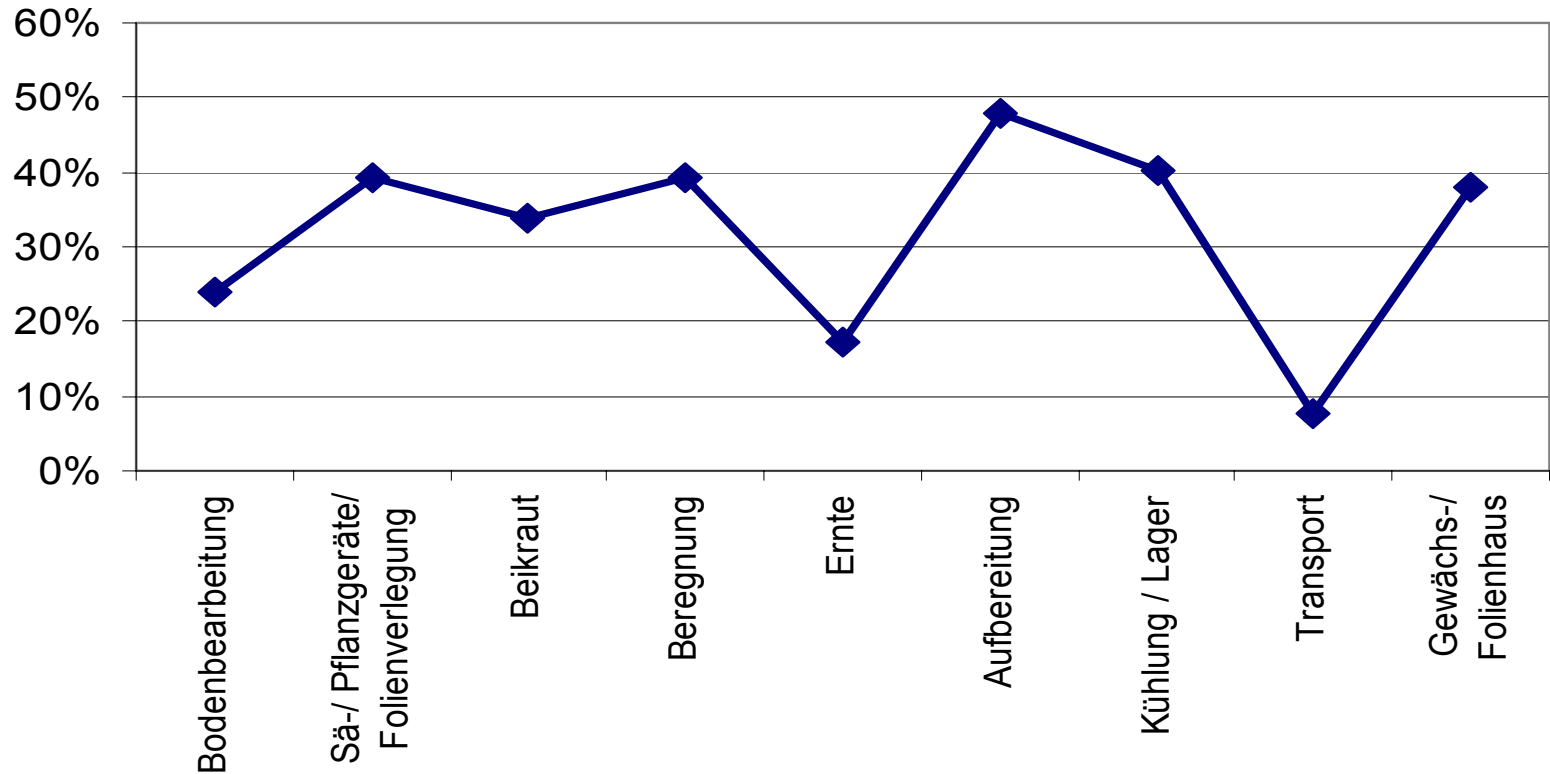
Wo hat Ihr Betrieb Stärken / Schwächen
- Selbsteinschätzung der Betriebsleiter





Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Schwachstellen in Bereich Technik in %

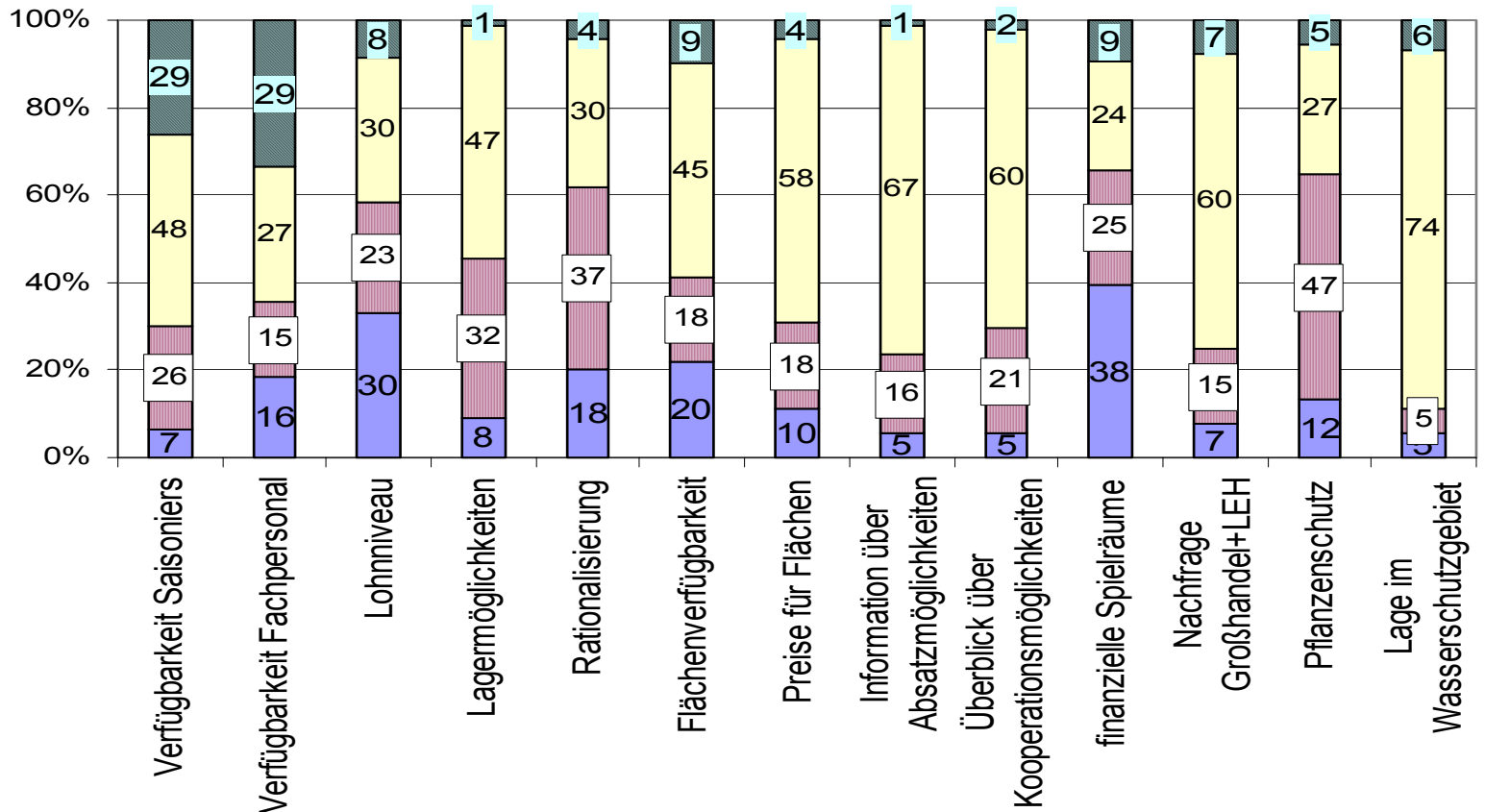




Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Welche Faktoren können Ihrer Betriebsentwicklung entgegenstehen?

■ großes Problem
 ■ geringes Problem
 ■ kein Problem
 ■ zukünftiges Problem





Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Erfolgsfaktoren:

- **Arbeit abgeben**
 - Aufgabenbereiche delegieren
 - Kooperationen

- **Kontaktpflege zu Kunden**
 - indirekter Absatz: Einhalten der Lieferabsprachen
 - direkter Absatz: Professionalisierung
(Hofschilder, Warenpräsentation, Information ...)