



# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

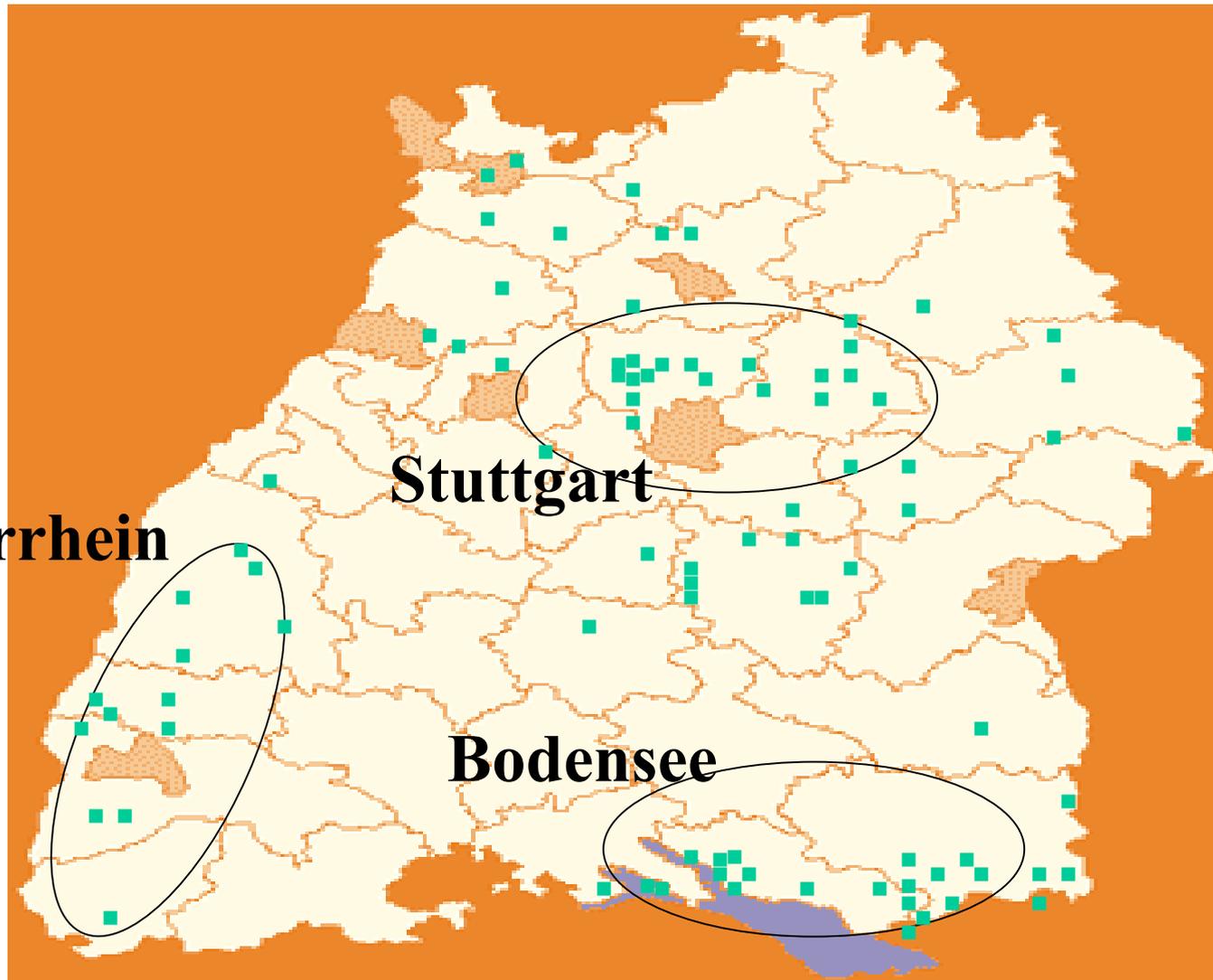
---

**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



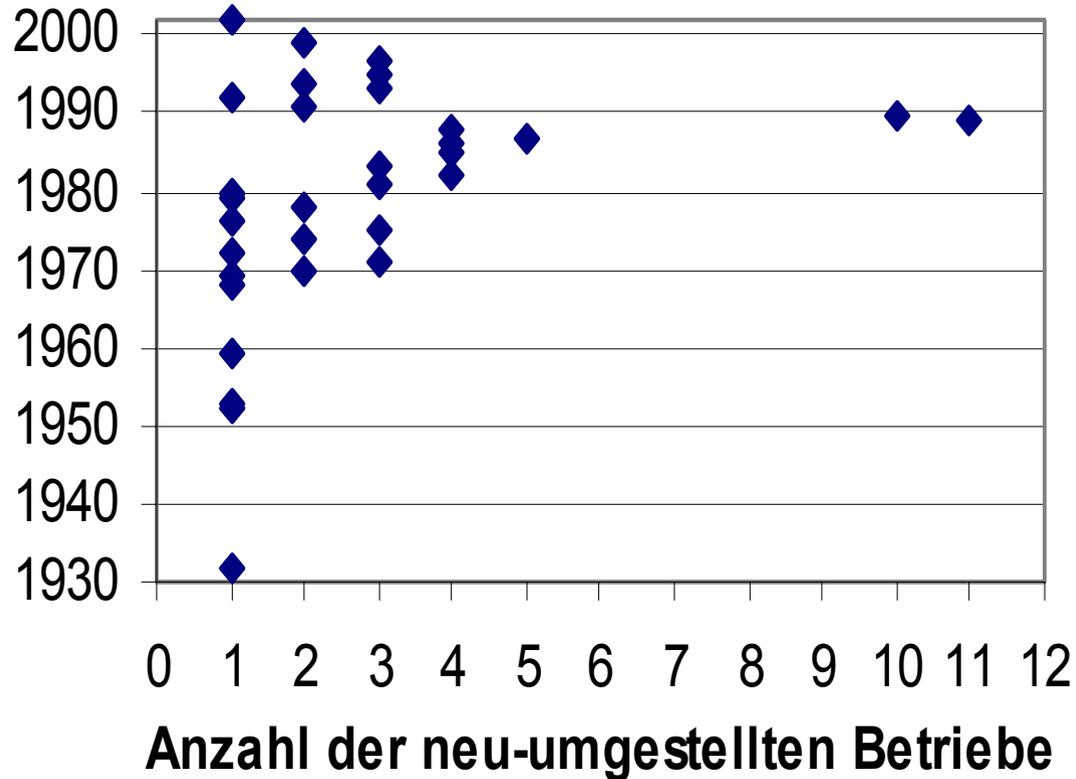
- befragte Produktionsbetriebe:
  - 56 Bioland
  - 27 Demeter
  - 5 Naturland
  - 1 ANOG
  - 1 Umstellungsbetrieb ohne Verband

zusätzlich befragt:  
3 Abo-Kistenhändler



# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

Umstellungsjahr





# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

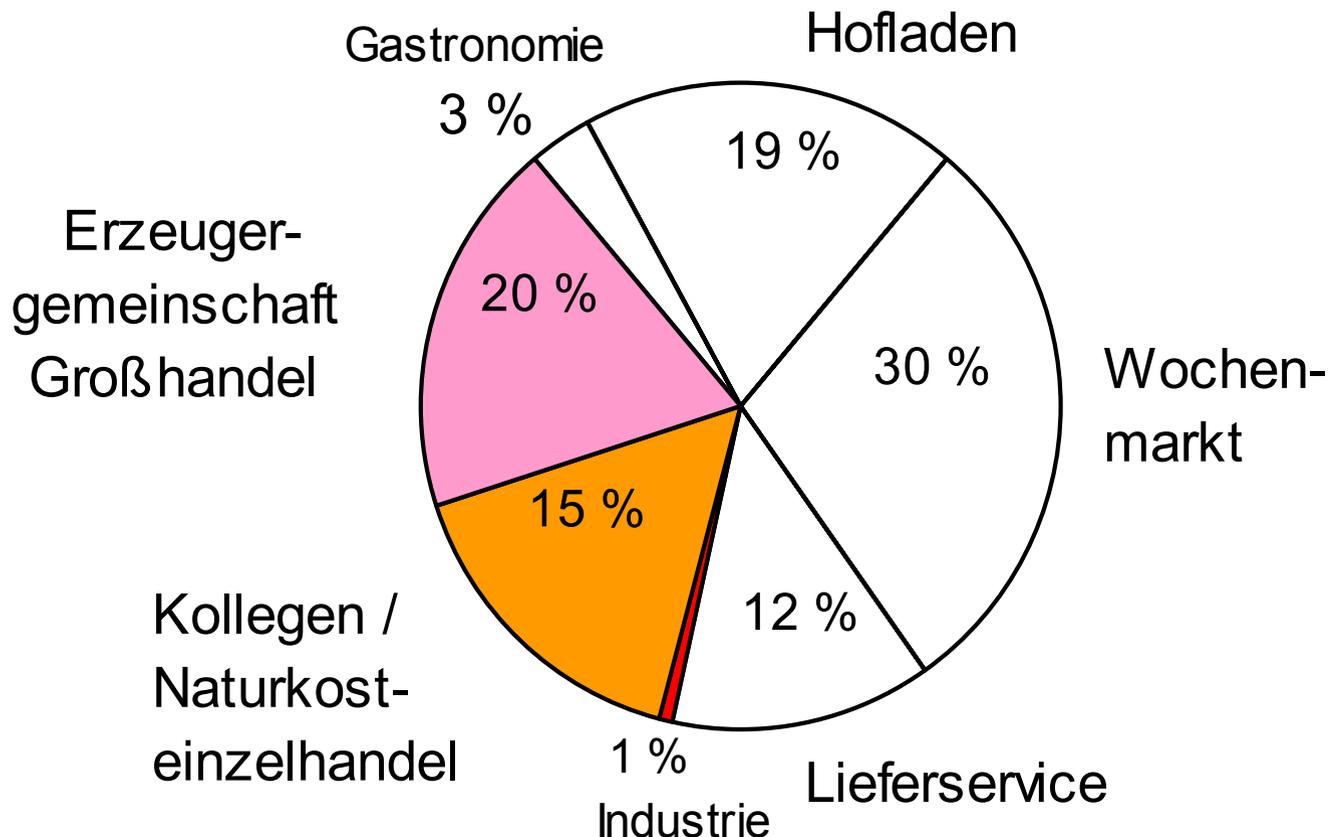
## Kleinstrukturierter Gemüseanbau in Baden-Württemberg

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



# 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 m<sup>2</sup> geschützter Anbau, intensive Flächenbelegung
  - > 20 Kulturen im Freiland, 10 Kulturen unter Folie/Glas
- **Lieferservice**
  - 6 ha Freiland, 2.000 m<sup>2</sup> geschützter Anbau, Kulturenvielfalt



# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

## Entwicklung Modellbetriebe

### ➤ Regionalvermarkter

4 - 10 ha Freiland, 2.500 m<sup>2</sup> geschützter Anbau, Kulturreichhaltigkeit  
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

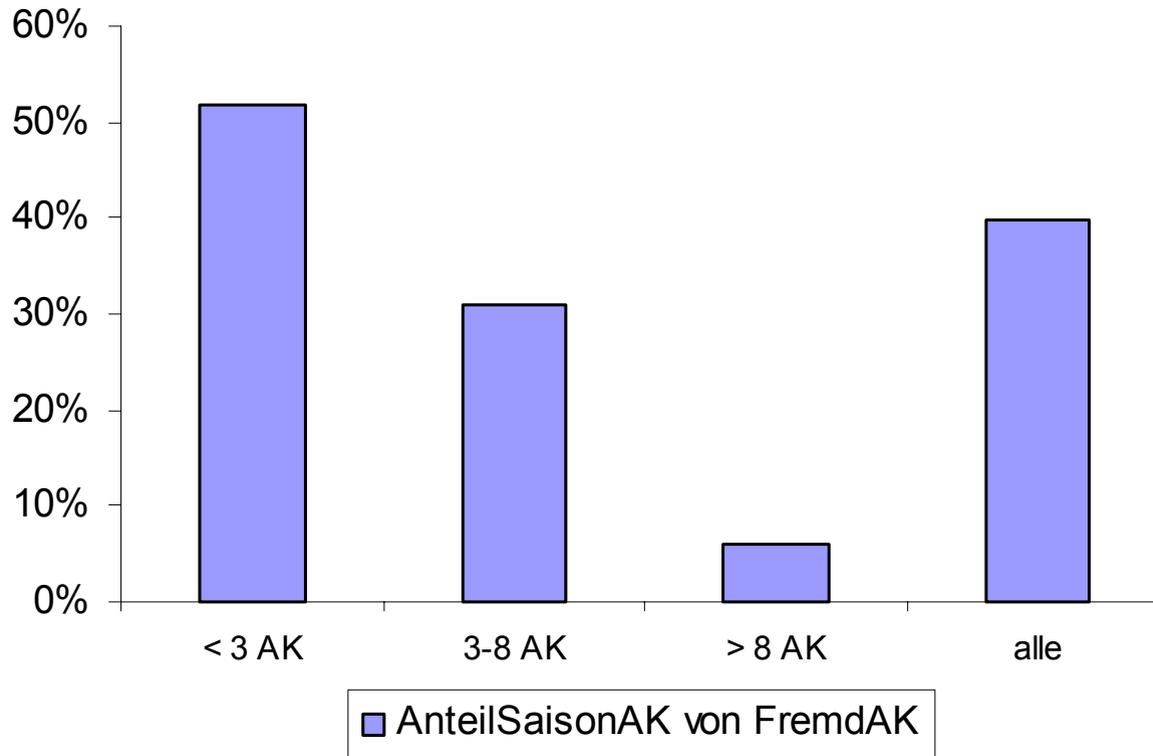
### ➤ Indirekter Vermarkter – Naturkostgroßhandel – Erzeugergemeinschaft

10 ha Freiland, 4000 m<sup>2</sup> geschützter Anbau, stärkere Spezialisierung  
zur Risikostreuung Standbein in der Direktvermarktung



# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

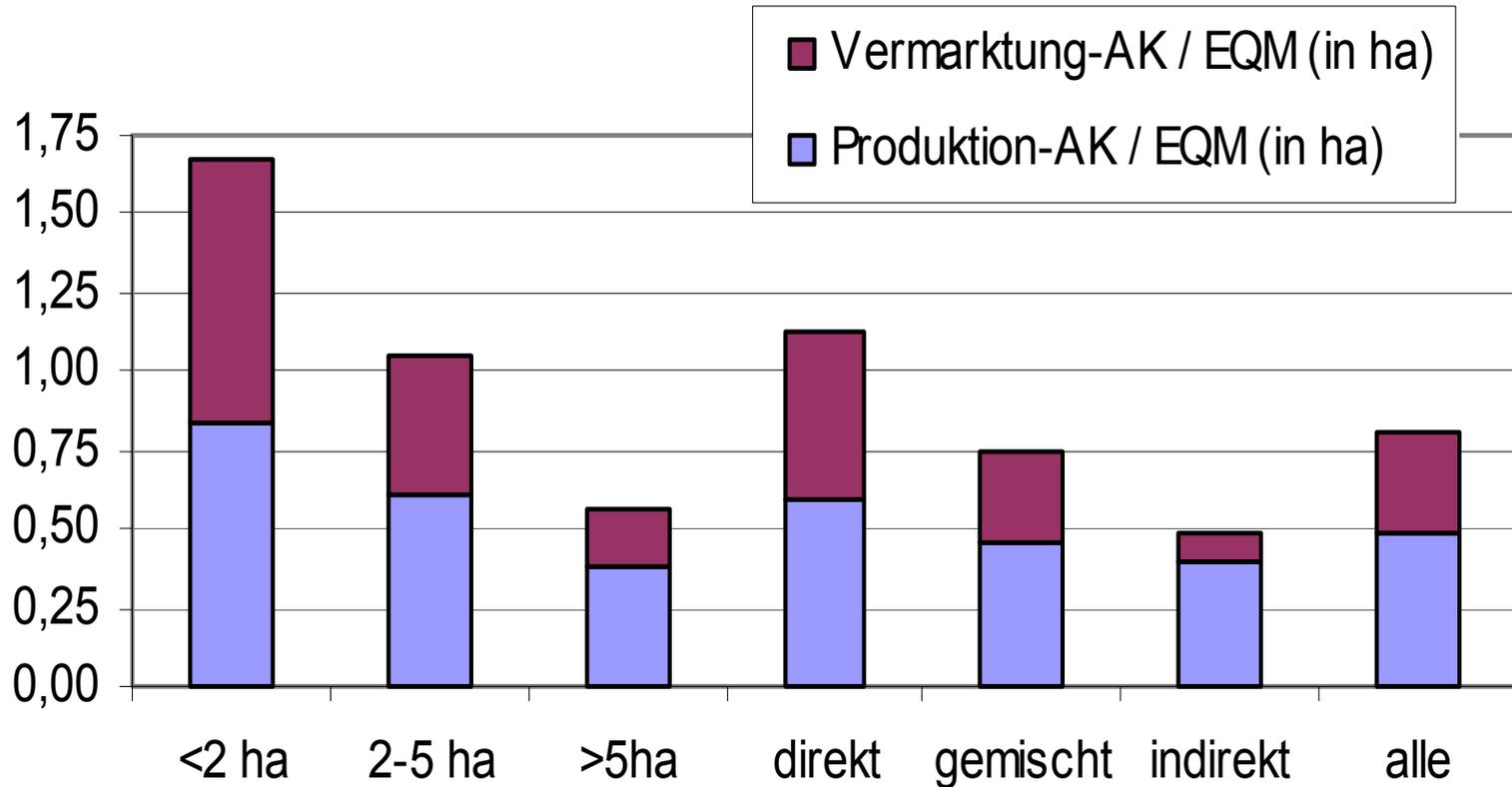
## Arbeitsverfassung: Anteil der Saison-AK





# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

## Gesamt AK / EQM (in ha)





# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

## Arbeitsintensität Direktvermarktung

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



# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

## Arbeitsintensität Direktvermarktung

	<b>Hofladen</b> Ø 40 m <sup>2</sup>	<b>Wochenmarkt</b> 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	
<b>Summe</b> <b>AK h / Woche</b>	<b>27 - 30</b>	<b>47 ± 5</b>	



# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

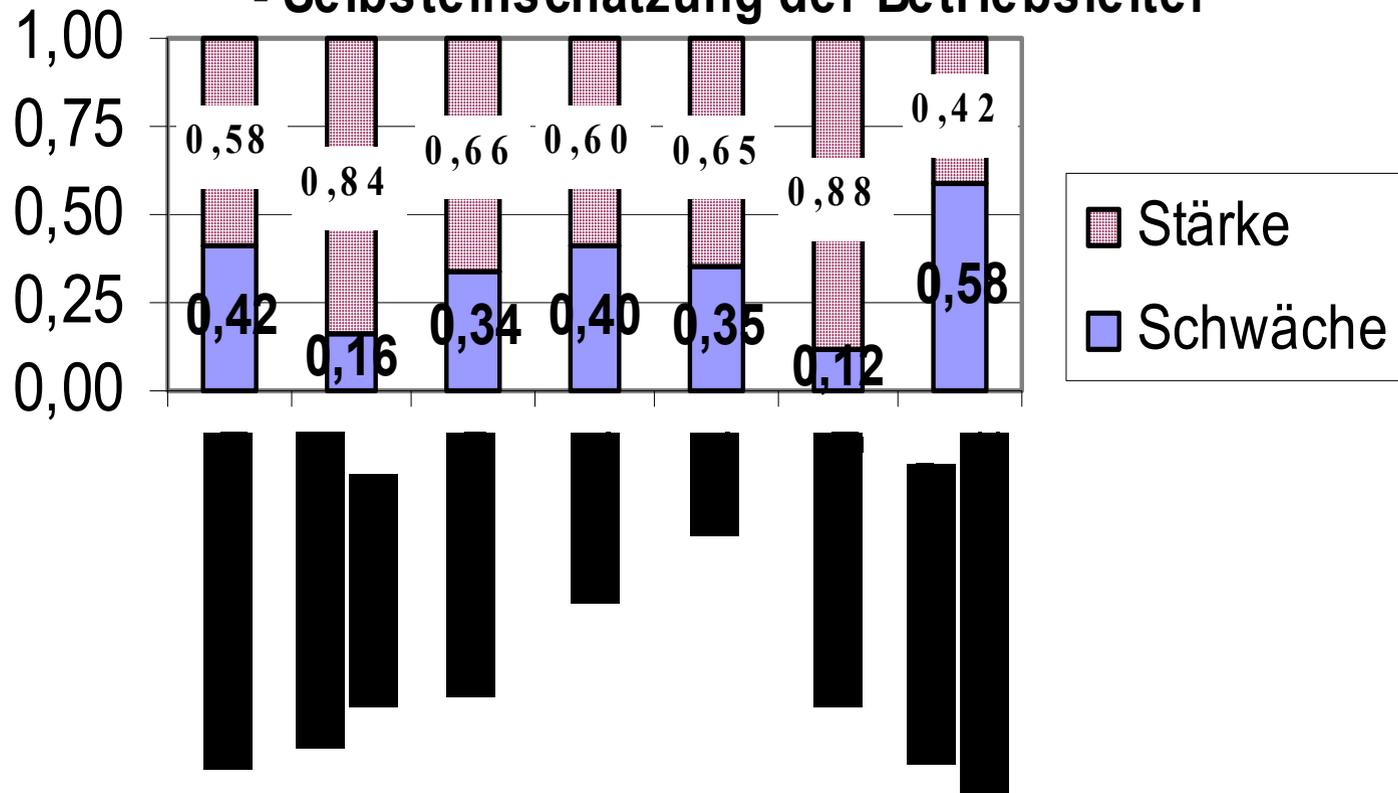
## Arbeitsintensität Direktvermarktung

	<b>Hofladen</b> Ø 40 m <sup>2</sup>	<b>Wochenmarkt</b> Ø 8 lfd.m Ø 18 km entfernt	<b>Lieferservice</b> Ø 125 Kisten/Woche
Öffnungszeit / Woche in h	10	14 ( = 2,6 Märkte )	Pro Kiste <b>15Min:</b> 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	
<b>Summe</b> <b>AK h / Woche</b>	<b>27</b>	<b>47 ± 5</b>	<b>31</b>



# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

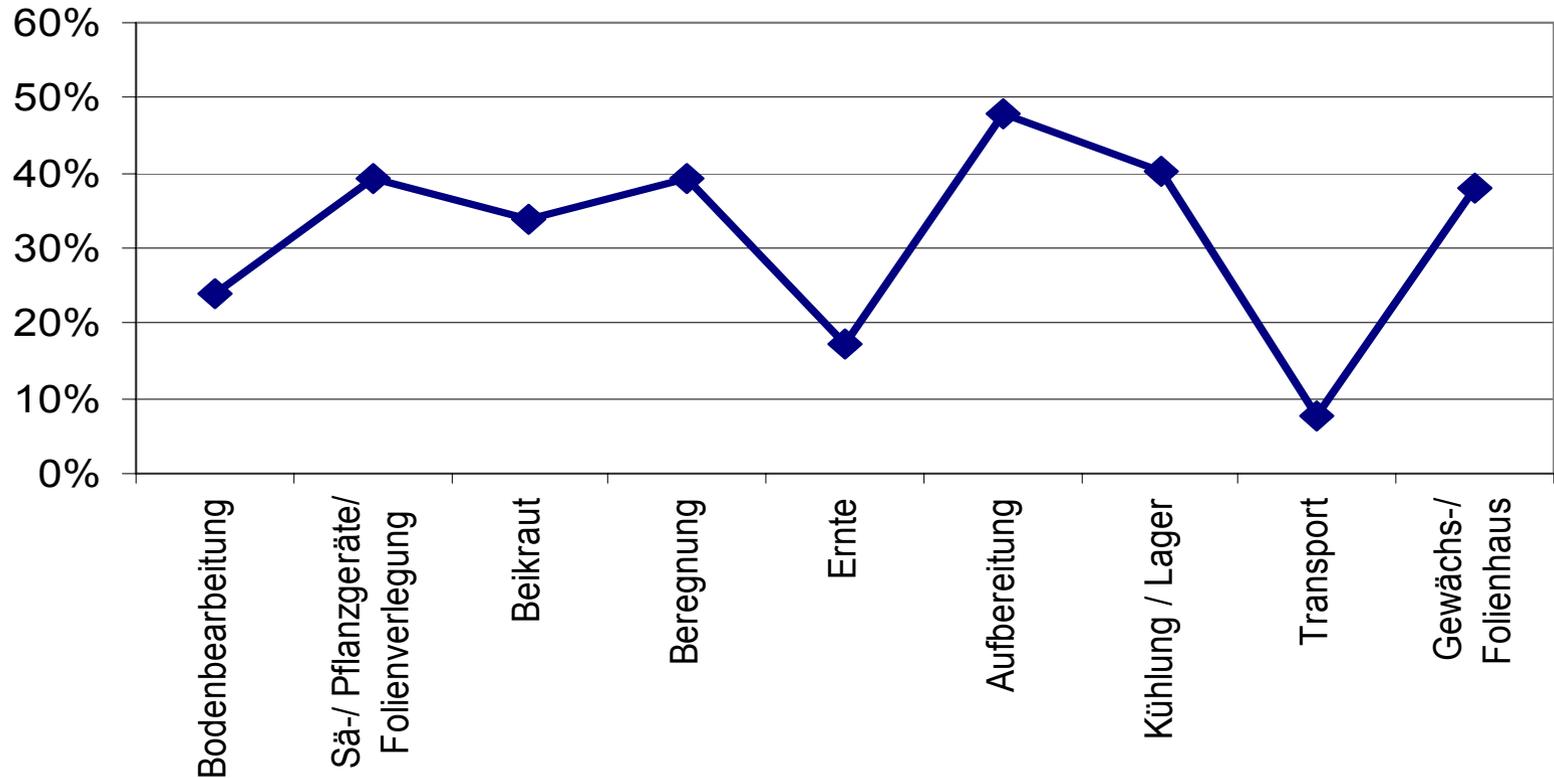
Wo hat Ihr Betrieb Stärken / Schwächen  
- Selbsteinschätzung der Betriebsleiter





# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

## Schwachstellen in Bereich Technik in %

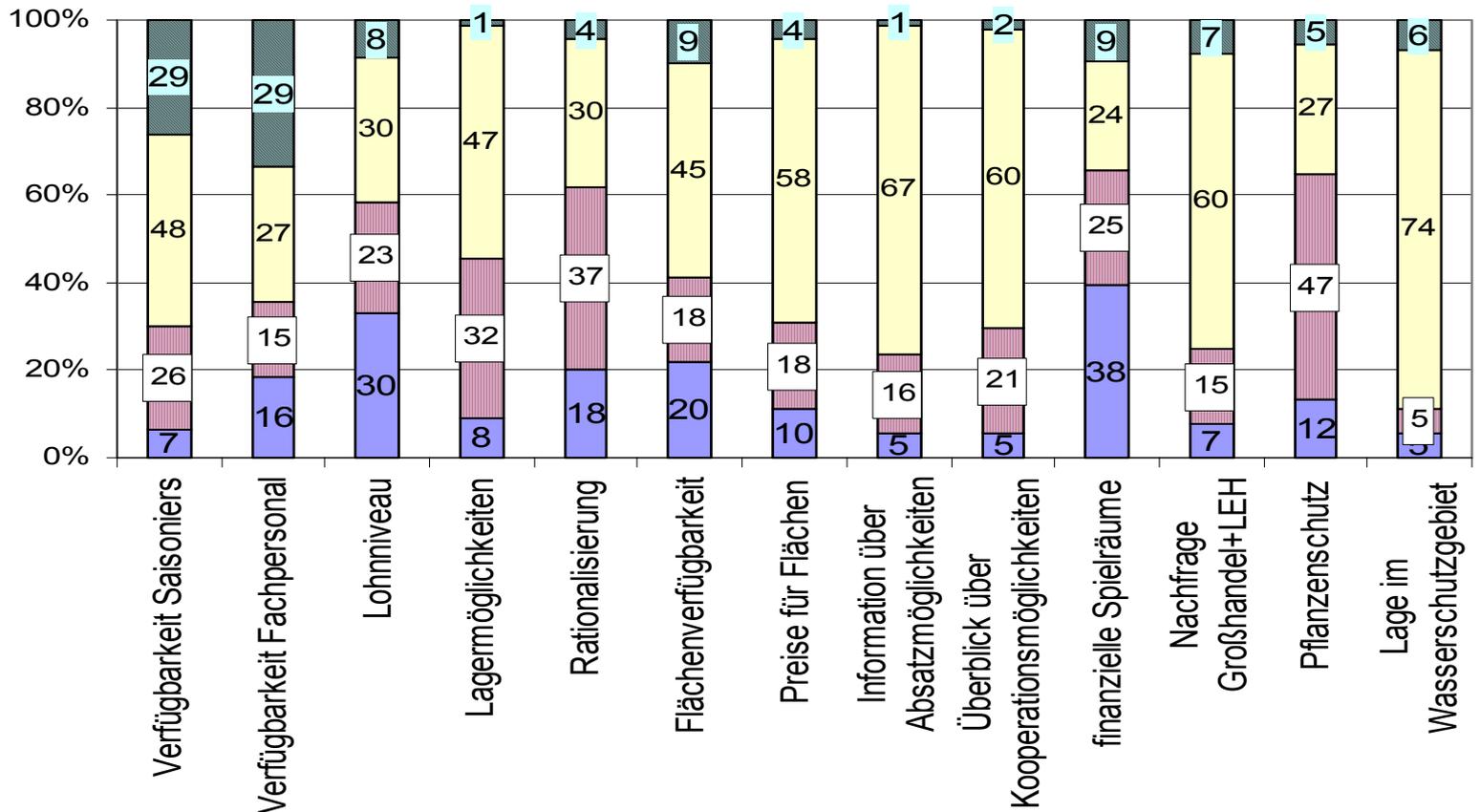




# Ökonomische Nachhaltigkeit des ökologischen Gemüsebaus

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 ...)