

Endbericht

Internationale Wettbewerbsfähigkeit der ökologischen Rindfleischproduktion in Deutschland

Projektnummer: 02OE060

Laufzeit: 01.05.2002 – 16.04.2004

Projektleitung:

Dr. Claus Deblitz

Projektbearbeiterinnen:

Maria Dolores Izquierdo-Lopez

Zazie von Davier

Vorbemerkung zur Gliederung des Berichtes

Der Bericht ist in mehrere Bereiche unterteilt, die durch hellblaue Trennblätter getrennt sind und im Folgenden kurz beschrieben werden.

Gesamtübersicht

Hier befinden sich das Abkürzungsverzeichnis, die Liste der internationalen Kooperationspartner und die Liste der deutschen Berater für beide Teilprojekte.

Zusammenfassung

Wegen der Überschneidungen zwischen beiden Teilprojekten erfolgt die Darstellung der Zusammenfassung für beide Teilprojekte gemeinsam.

Handlungsempfehlungen

Wegen der Überschneidungen zwischen beiden Teilprojekten erfolgt die Darstellung der Handlungsempfehlungen für beide Teilprojekte gemeinsam.

Teil I: Produktion

Enthält den kompletten Projektteil I mit Inhaltsverzeichnis, Tabellen-, Abbildungs- und Kartenverzeichnissen, Textteil, Literaturverzeichnis und Anhang.

Teil II: Vermarktungsinitiativen

Enthält den kompletten Projektteil II mit Inhaltsverzeichnis, Tabellen-, Abbildungs- und Kartenverzeichnissen, Textteil, Literaturverzeichnis und Anhang.

Abkürzungsverzeichnis

AK	Arbeitskräfte
AMA	Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH
AR	Argentinien
ARGE	Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des biologischen Landbaus
AT	Österreich
BAL	Institut für Betriebswirtschaft, Agrarstruktur und ländliche Räume
BE	Break even
BMLFUW	Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
BÖLW	Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft
BSE	Bovine Spongiform Encephalopathy
BZ	Betriebszweig
CAD	Contrat d'Agriculture Durable
CC REPAB F	Cahier des Charges ce Règlement Européen pour les Productions Animales Biologiques in France
CNLC	Commission Nationale des Labels et des Certifications de produits agricoles et alimentaires
CTE	Contrat Territorial d'Exploitation
CZ	Tschechische Republik
DE	Deutschland
EU	Europäische Union
FAL	Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft
FiBL	Forschungsinstitut für biologischen Landbau
FNAB	Fédération Nationale d'Agriculture Biologique des Régions de France
FR	Frankreich
G.u.V.	Gewinn-und-Verlust-Rechnung
GAP	Gemeinsame Agrarpolitik
GMO	Genetically Modified Organism
GPS	Ganzpflanzensilage
IFCN	International Farm Comparison Network
INDEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina
LF	Landwirtschaftlich genutzte Fläche
LG	Lebendgewicht
MAPO	Movimiento Argentino para la Producción Orgánica
MKS	Maul- und Klauenseuche
MTR	Mid-term Review, Halbzeitbewertung der Agenda 2000
ÖIG	Österreichische Interessengemeinschaft für biologische Landwirtschaft
ÖPUL	Österreichisches Programm zur Förderung einer umweltgerechten, extensiven und den natürlichen Lebensraum schützenden Landwirtschaft

RLN	Reduzierte Landwirtschaftliche Nutzfläche (ohne Almflächen)
SENASA	Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria
SG	Schlachtgewicht
Std.	Stunde
TIPI-CAL	Technology Impact and Policy Impact Calculations
VE	Vieheinheit
ZMP	Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH

Kooperationspartner in diesem Projekt

Name	Institution	Ort
Rudolf Grabner	Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft Steiermark	Graz, Österreich
Jan Klapka	Landwirtschaftliches Forschungsinstitut	Kromeríz, Tschechische Republik
Bernardo Ostrowski	Universität Buenos Aires	Buenos Aires, Argentinien
Patrick Sarzeaud	Institut de l'Élevage	Rennes, Frankreich

In den entsprechenden Länderkapiteln werden die telefonischen und persönlichen Auskünfte nicht einzeln aufgeführt.

Deutsche Berater

In dem Projekt haben folgende deutsche Berater kooperiert:

Name	Institution	Ort
Jens Binder	Naturland - Verband für naturgemäßen Landbau e.V.	Hohenkammer
Irene Faulhaber	Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft	München
Martin Piehl	LMS Landwirtschaftsberatung Mecklenburg- Vorpommern, Schleswig-Holstein GmbH	Bad Doberan
Hubert Redelberger	Öko-Berater	Guxhagen
Thomas Schindler	Hessisches Dienstleistungszentrum für Landwirtschaft, Gartenbau und Naturschutz	Alsfeld
Alfons Tempelmann	Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe	Recklinghausen

Zusammenfassung

Die folgende Zusammenfassung stellt die Ergebnisse der beiden Projektteile **Produktion** und **Vermarktungsinitiativen** dar. Dies erschien im Sinne der Übersichtlichkeit und weil die Handlungsempfehlungen für beide Projektteile gemeinsam gegeben werden, sinnvoller. Zunächst erfolgt daher jeweils eine gesonderte Zusammenfassung der Projektteile, und im dritten Schritt ‚Handlungsempfehlungen‘ werden beide Projekte zusammengeführt.

Teil 1: Produktion

Rahmenbedingungen

Der **Anteil der ökologischen Rindfleischproduktion** in Deutschland liegt auf der Basis von ZMP-Daten zwischen **1 und 2 %**. Das Potential dürfte höher sein. Hauptziel dieser Arbeit ist es, die **Stärken und Schwächen** der ökologischen Rindfleischproduktion in Deutschland im internationalen Vergleich zu ermitteln. Der Schwerpunkt dieses Teils der Analyse liegt in der **landwirtschaftlichen Urproduktion**.

Wegen der kurzen Laufzeit und der teilweise lückenhaften Datenbasis musste eine Beschränkung der Untersuchungsländer auf **Deutschland, Frankreich, Österreich, die Tschechische Republik** und **Argentinien** erfolgen.

In den neunziger Jahren gab es in den Untersuchungsländern ein zum Teil **rasantes Wachstum** des ökologischen Landbaus. Es kommt außerdem ähnlich wie im konventionellen Bereich zu einem **Strukturwandel**, der zu größeren Betriebseinheiten führt. Betriebe mit ökologischer Rindfleischproduktion wirtschaften typischerweise auf Standorten mit ungünstigen natürlichen Bedingungen und geringer Ertragskraft. Dies gilt insbesondere für die Fälle, in denen sie den Betriebszweig Rindermast mit der Mutterkuhhaltung kombinieren.

Methode und Datenbasis

Als forschungsorganisatorischer Rahmen wurde das **International Farm Comparison Network** (IFCN) für das Projekt nutzbar gemacht. Gemeinsam mit den IFCN-Partnern in den Untersuchungsländern wurden die Datensätze für regionaltypische Modellbetriebe mit ökologischer Rindfleischproduktion in den wichtigsten Erzeugungsregionen mit den harmonisierten IFCN-Methoden erhoben und analysiert. Es wurden insgesamt **11 ökologisch** wirtschaftende Betriebe analysiert, die um **14 konventionelle** Vergleichsbetriebe aus dem IFCN-Datensatz ergänzt wurden. Die konventionellen Betriebe waren zum Teil bereits im IFCN vorhanden und stellen daher in einigen Fällen nicht das Produktionssystem dar, das zur Umstellung auf ökologische Produktion in Frage kommt.

Aufgrund der teilweise lückenhaften Datenbasis oder der Vielfalt der Produktionssysteme hat die Untersuchung für einige Länder, insbesondere Deutschland, Tschechische Republik und Argentinien, einen **explorativen Charakter**. Der im Rahmen des Projektes aufgebaute Daten- und Informationssatz ist daher ein erster Schritt und sollte für weitere Projekte genutzt werden.

Wirtschaftlichkeit der ökologischen Rindfleischproduktion im internationalen Vergleich

Insgesamt wurden 11 Betriebe mit dem Betriebszweig Mast untersucht. Mit Ausnahme des kleinen argentinischen Betriebes (AR-600-org), der 100 % auf Rindfleischproduktion spezialisiert ist, kombinieren alle Betriebe die Rindfleischproduktion mit anderen Betriebszweigen. Die Kombination der Rindermast mit Mutterkuhhaltung ist dabei am häufigsten vertreten (7 von 11 Betrieben). Sämtliche Ergebnisse gelten für das Jahr 2002.

Alle Betriebe praktizieren eine **Weidemast** mit oder ohne Ergänzungsfütterung und produzieren mindestens 95 % des Futters auf dem eigenen Betrieb. Das eigene Futter besteht aus:

- Gras (Weide, Heu, Silage): in Österreich, der Tschechischen Republik und Argentinien
- Gras in Kombination mit anderer Silage und/oder Getreide in allen anderen Betrieben

Sowohl die **Endprodukte** als auch die **eingestellten Tiere** unterscheiden sich erheblich zwischen den Ländern:

- In **Deutschland** herrscht die Verwendung von Absetzern aus der Mutterkuhhaltung für Ochsen-, Färsen- und Bullenmast vor. Kälber aus der Milchviehhaltung werden häufig in der konventionellen Mast verwendet.
- In **Frankreich** hat neben der Färsen- und Ochsenmast auf der Basis von Absetzern die Mast von Altkühen eine hohe Bedeutung in der Produktion von ökologischem Rindfleisch.
- In **Österreich** werden abgesetzte Kälber aus der Milchviehhaltung als Ochsen gemästet oder zur Kalbfleischproduktion verwendet, oder Absetzer aus der Mutterkuhhaltung werden direkt nach dem Absetzen geschlachtet (Baby-Beef).
- In der **Tschechischen Republik** herrscht wie im konventionellen Bereich die Bullenmast vor, die in der ökologischen Produktion zum Teil um Färsenmast ergänzt wird. Die Kälber stammen fast ausschließlich aus der Mutterkuhhaltung.
- In **Argentinien** werden ausschließlich Absetzer aus der Mutterkuhhaltung für die Produktion von Ochsen und Färsen eingestellt.

Die **Produktionsparameter** wie Mastdauer, Tageszunahmen, Endalter und -gewichte sowie die Ausschachtung zeigen entsprechend große Variationen zwischen den Betrieben. Die gezeigten Unterschiede zwischen den Ländern finden sich auch innerhalb der Länder wieder.

Die **Fleischerlöse** unterscheiden sich erheblich zwischen den Untersuchungsländern, sind allerdings in einigen Fällen auf die unterschiedliche Endprodukte bzw. Vermarktungswege zurückzuführen. So liegen die Erlöse des deutschen Direktvermarkters (DE-12-org) und des österreichischen Baby-beef-Produzenten mit etwa 350 EUR/100 kg SG am höchsten. Auf diesem Niveau liegen auch die Preise bei den französischen Betrieben mit Ochsen- und Färsenmast, denen es offenbar gelungen ist, relativ hohe Marktpreise durchzusetzen.

Innerhalb Deutschlands erhielten die größeren Betriebe in Mecklenburg-Vorpommern (DE-130-org und DE-132-org) mit ca. 250 EUR/100 kg SG die niedrigsten Preise, die nicht höher als das vergleichbare konventionelle Preisniveau liegen. Dieser Wettbewerbsnachteil wird allerdings zumindest bei dem Ochsenmäster (DE-130-org) durch sehr hohe Direktzahlungen kompensiert. Erwartungsgemäß liegen die Preisniveaus in dem tschechischen (ca. 180 EUR/100 kg SG) und den argentinischen Betrieben (100 EUR/100 kg SG) wesentlich unter den Preisen in Westeuropa.

Die **Direktzahlungen** sind insbesondere in Österreich und Deutschland, aber auch in der Tschechischen Republik ein wichtiger Bestandteil der Erlöse und erreichen in den mecklenburgischen Betrieben und in den österreichischen Betrieben dasselbe oder sogar ein höheres Niveau als die Fleischerlöse. Demgegenüber niedrig ist das Prämienniveau bei den umgestellten Betrieben in Frankreich, die keine Beibehaltungsprämie erhalten. Die argentinischen Betriebe erhalten keinerlei Direktzahlungen.

Die höchsten Kosten für **Ausgaben** (ohne Löhne Pachten und Zinsen) und **Abschreibung** weisen die Betriebe in Deutschland und Frankreich auf. Ausgaben und Abschreibung sind in allen Betrieben die wichtigsten Kosten, gefolgt von den Arbeitskosten, die am höchsten in Deutschland und Österreich sind. Die niedrigsten Landkosten hat der Betrieb auf dem marginalen Grünlandstandort in der tschechischen Republik. Mit über 600 EUR je 100 kg SG sind die **Vollkosten** in drei deutschen und dem österreichischen Baby-beef-Betrieb am höchsten. Das Kostenniveau in den französischen Betrieben sowie bei dem Bullenmäster in Mecklenburg-Vorpommern (DE-132-org) liegt mit rund 500-600 EUR je 100 kg SG etwas darunter. Die niedrigsten Produktionskosten weisen erwartungsgemäß die Betriebe in der tschechischen Republik und Argentinien auf.

Eine Reihe von Betrieben erwirtschaftet einen betriebswirtschaftlichen **Gewinn** gemäß Gewinn- und Verlust-Rechnung (zwei deutsche Betriebe, die französischen, österreichischen und argentinischen Betriebe), während der Bullenmäster in Mecklenburg-Vorpommern und der tschechische Betrieb einen **Verlust** aufweisen und auf Kosten ihrer Substanz wirtschaften. Nur ein österreichischer Betrieb, der deutsche Ochsenproduzent in Mecklenburg-Vorpommern und die argentinischen Betriebe decken ihre Vollkosten und realisieren damit einen **Unternehmergewinn**, die EU-Betriebe allerdings nur mit Hilfe der Direktzahlungen.

Spezifische Stärken und Schwächen der deutschen Ökobetriebe

In diesem Schritt wurden jeweils die vier deutschen Ökobetriebe einzeln mit den Ökobetrieben aus den anderen Untersuchungsländern verglichen. Auf der Grundlage der gewonnenen Ergebnisse lassen sich folgende Feststellungen treffen:

- Die **Stärken** der **deutschen Produzenten** liegen auf der **Erlösseite**. Deutsche Produzenten erwirtschaften deutlich höhere Erlöse als die untersuchten Betriebe in Frankreich, Tschechien und Argentinien. Dies liegt allerdings nicht an höheren Marktpreisen bzw. Fleischerlösen, sondern an den **höheren Direktzahlungen**, insbesondere flächenbezogenen Agrarumweltzahlungen. Daraus ergibt sich eine höhere Politikabhängigkeit als in den meisten Vergleichsbetrieben.
- Die deutschen Betriebe haben gemeinsam mit den österreichischen Betrieben **höhere Produktionskosten** als die anderen Untersuchungsländer. Dies beruht auf höheren Ausgaben (einschließlich Tierzukäufe) sowie höheren Kosten für die Produktionsfaktoren.
- Die **Arbeits- und Landproduktivität** ist in den deutschen Betrieben **höher** als in Österreich und Tschechien. Dieser Vorteil wird jedoch durch die höheren Preise für Land und Arbeit kompensiert, mit der Folge, dass **höhere Kosten** für die erwähnten Faktoren entstehen.
- Die **Kapitalproduktivität** ist in Deutschland niedriger als in Frankreich und Argentinien und vergleichbar mit der in Österreich und Tschechien. Bei vergleichbaren Kapitalpreisen in Deutschland sehen sich die deutschen Betriebe den **höchsten Kapitalkosten** gegenüber.
- Im Ergebnis ist deshalb festzustellen, dass die **Rentabilität** der deutschen Betriebe, d. h. Gewinn und Unternehmergewinn, **im Durchschnitt geringer** als in den anderen Untersuchungsländern ist.

Schlussfolgerungen für die Wettbewerbsfähigkeit

Zunächst lässt sich feststellen, dass aufgrund des hohen Anteils der Direktzahlungen an den Gesamterlösen die Politikabhängigkeit in Österreich und Deutschland höher ist als in Frankreich (und z. T. in der tschechischen Republik), was insbesondere mit Blick auf die Zukunft als Wettbewerbsnachteil zu interpretieren ist. Mit Blick auf die voraussichtliche Vollentkopplung der Direktzahlungen von der Produktion in Deutschland dürfte der hohe Anteil derzeit gekoppelter Direktzahlungen in einigen Fällen dazu führen, dass die Produktionsentscheidung gegen die Weiterführung der Rindfleischproduktion ausfällt.

Von Ländern, in denen die Produktionskosten und die Fleischerlöse niedriger sind als in Deutschland, kann ein **Wettbewerbsdruck** auf die deutschen Betriebe ausgehen, denn vergleichsweise höhere Preise in Deutschland und niedrige Produktionskosten in den Konkurrenzländern schaffen grundsätzlich einen **Exportanreiz**. Dies gilt für die Tschechische Republik und Argentinien. Für Österreich gilt dies weniger, denn die Preise und die Kosten für die vergleichbaren Endprodukte liegen auf vergleichbarem Niveau. Noch weniger gilt dies für Frankreich, wo die Kosten zwar auf etwas niedrigerem Niveau, aber die Preise deutlich höher sind als in Deutschland und außerdem der Anteil der Direktzahlungen (die niedrigere Preise ausgleichen könnten) unter den untersuchten EU-Ländern am geringsten ist. Solange dies der Fall ist, gibt es grundsätzlich keinen Anreiz für Exporte nach Deutschland.

Umgekehrt gibt es aufgrund der Preisunterschiede einen **Exportanreiz** für deutsche Erzeuger, nach Frankreich bzw. Österreich zu exportieren. Die Realisierbarkeit solcher Exporte erscheint aufgrund der Handels- und Verbraucherpräferenzen für inländische bzw. regionale Ware jedoch fraglich.

Ob sich bestehende Exportanreize auch in Exporte umsetzen lassen, hängt auch von weiteren Faktoren als den Preisverhältnissen ab. Hierzu gehören beispielsweise der **Marktzugang**, die **Produktqualität**, -charakteristik und -image sowie das **Potential** zur Produktionssteigerung bzw. Erhöhung der Nettoexporte.

Die marginalen Grünlandstandorte in der **Tschechischen Republik** bieten die Chance zur Ausdehnung der ökologischen Rindfleischproduktion, jedoch müsste aus produktionstechnischen Gründen die Umstellung von Bullenmast auf Ochsen- und Färsenmast erfolgen. Für Mutterkuhhalter erscheint außerdem die Produktion von Baby-beef interessant. Nach dem EU-Beitritt wird es jedoch voraussichtlich zu Kostensteigerungen kommen, wodurch sich der Kostenvorteil verringert. Insgesamt ist unter der Voraussetzung, dass sich die Produkte mittelfristig zu ökologischen Preisen absetzen lassen, mit einem Anstieg der ökologischen Rindfleischproduktion zu rechnen. Ob diese Produktion im Inland konsumiert oder exportiert wird, hängt letztlich von den Preisunterschieden zwischen den jeweiligen Märkten ab.

Argentinien hat aufgrund seiner sehr niedrigen Produktionskosten und der Ähnlichkeit der konventionellen mit der ökologischen Rindfleischproduktion ein großes Potential für die Produktionssteigerung und den Export von ökologischem Rindfleisch. Derzeit besteht für Ökorindfleisch aus Argentinien weder eine Nachfrage noch der erforderliche Marktzugang in die EU. Die Nachfrage einer nennenswerten Menge aus dem Handel wäre die Voraussetzung zur Entstehung dieses Marktsegmentes. Hierfür gibt es derzeit keine Anzeichen. Es lässt sich ferner feststellen, dass auch bei liberalisierteren Handelsbedingungen die Expansionsmöglichkeiten für die Produktion von Ökorindfleisch in Argentinien an Grenzen stoßen können. Gründe hierfür sind im Wesentlichen der starke Binnenmarkt, die Konkurrenzsituation zum Ackerbau, der Einsatz von GMO-

Saatgut auf der Mehrzahl der bestehenden Maststandorte und die Beschränkungen für die Ausdehnung der Rindermast auf Standorte außerhalb der Feuchten Pampa. Insgesamt ist mittelfristig nicht mit einem zunehmenden Importdruck aus Argentinien zu rechnen. Wenn allerdings längerfristig die Voraussetzungen a) Liberalisierung und b) Nachfrage des deutschen Handels erfüllt wären, wäre Argentinien aufgrund seiner Kostenvorteile und der Fleischqualität ein sehr ernst zu nehmender Konkurrent für deutsche Erzeuger.

Nationaler Vergleich zwischen ökologischer und konventioneller Rindfleischproduktion

In diesem Analyseschritt wurden die ökologischen Betriebe auf nationaler Ebene mit den Ergebnissen konventioneller Vergleichsbetriebe konfrontiert. Die konventionellen Betriebe sind entweder Betriebe, die aufgrund ihres Produktionssystems als Umsteller in Frage kommen (Typ Vergleich) oder Betriebe, die mit ihren Endprodukten (Fleisch) mit ökologischem Fleisch konkurrieren (Typ Markt). Der Schwerpunkt wurde dementsprechend auf die Fragen gelegt, welcher Umstellungsanreiz für konventionelle Betriebe besteht und wie groß die derzeitigen und zukünftig zu erwartenden Kosten- und Preisunterschiede zwischen den konventionellen und ökologischen Betrieben sind.

Unter dem Stichwort **Umstellungsanreize (Typ Vergleich)** lassen sich folgende Ergebnisse festhalten:

- Ausgehend von den Werten des Jahres 2002 zeigen die Berechnungen, dass für den untersuchten **deutschen Betrieb** weder in der derzeitigen Situation noch unter den zukünftigen Bedingungen voll entkoppelter Prämien eine Umstellung lohnend wäre.
- Aufgrund der Preis- und Kostenverhältnisse lässt sich für die Vergleichsbetriebe in **Frankreich** und **Österreich** ein Umstellungsanreiz feststellen, der sich in höheren Preisen, höheren Prämien und niedrigeren Vollkosten (AT) begründet. Für eine abschließende Aussage müssten allerdings Betriebe mit identischer Betriebsgröße verglichen werden.
- Es ist davon auszugehen, dass in der **tschechischen Republik** für in diesem Vorhaben nicht untersuchte Betriebe auf marginalen Grünlandstandorten ein Anreiz zur Umstellung besteht.
- Für die konventionellen Betriebe in **Argentinien** ergibt sich wegen der Ähnlichkeit der Produktionssysteme und der niedrigeren Kosten in den Ökobetrieben ein theoretischer Umstellungsanreiz. Da sich die Betriebe jedoch an **unterschiedlichen Standorten** befinden, sprechen folgende Gründe gegen die Umstellung: Auf den ackerfähigen Standorten der konventionellen Betriebe werden GMO-Kulturen angebaut und die Rentabilität des Ackerbaus ist dort vergleichsweise hoch. Auf potentiellen Expansionsstandorten außerhalb der Feuchten Pampa nimmt die Grundfutterqualität ab. Dieser Nachteil könnte jedoch im Laufe der Zeit durch Intensivierung und verbessertes Grünlandmanagement abgebaut werden.

Zum Stichwort **Kostenunterschiede (Typ Markt)** ergab die Analyse Folgendes:

- Die ökologisch wirtschaftenden Betriebe in Deutschland, Frankreich, Österreich und der tschechischen Republik weisen um 25 bis 50 % höhere Kosten auf als die konventionellen Betriebe mit vergleichbaren Produkten. Daraus lässt sich schließen, dass sowohl für die Erzeuger als auch für das ökologisch erzeugte Rindfleisch im Handel auch zukünftig ein entsprechender Preisaufschlag realisiert werden muss.
- Unter der Annahme, dass in Deutschland ein Preisaufschlag von maximal 30 % vom Verbraucher akzeptiert wird, dürfte der Kostenunterschied auf den landwirtschaftlichen Betrieben nicht steigen, denn es ist nicht zu erwarten, dass die höheren Kosten der Rohstoffproduktion durch im Vergleich zu konventionellen Produkten niedrigere Kosten in der Erfassungs- und Vermarktungskette kompensiert werden können.

Einkommenswirkungen der Agrarreform (Politikanalyse)

In drei Szenarien wurde die voraussichtliche Entwicklung der deutschen Betriebe bis zum Jahr 2010 untersucht:

- Baseline (Referenz): Fortsetzung der Agenda 2000
- MTR mit Gleitflug: Umsetzung des Luxemburger Beschlusses mit Vollentkopplung, Kombimodell und Gleitflug in eine regionale Einheitsprämie in 2012
- MTR ohne Gleitflug: Wie MTR mit Gleitflug, jedoch ohne Gleitflug, d. h. konstante Flächen- und Betriebsprämien ab 2006

Für die Preisprojektionen wurden die **Projektionen der FAL-Modellgruppe** verwendet, um die Ergebnisse kompatibel mit bisher erfolgten Analysen zu gestalten. Eine Ausnahme bilden die **Preise für Rindfleisch und Kälber**. Aufgrund der herrschenden Unsicherheit über die endgültige Ausgestaltung der Agrarreform in den Mitgliedsstaaten und die unterschiedlichen Wirkungsrichtungen auf die Rindfleisch- und Kälberpreise wurde angenommen, dass diese in den Politikszenerarien konstant bleiben. Außerdem wurde eine Kontrollrechnung mit konstanten Preisen für **alle** Produkte, Betriebsmittel und Produktionsfaktoren ab 2002 sowohl in der Baseline als auch in den MTR-Szenarien sowie eine Break-even-Preisanalyse für Rindfleisch und Kälber, bei denen der Gewinn der Betriebe null wäre (Gewinnschwelle), durchgeführt.

Die Politikanalyse wurde aufgrund der kurzen Bearbeitungszeit dieses Arbeitsschrittes als reine **Einkommensanalyse** durchgeführt. Zu erwartende Änderungen im Produktionsprogramm aufgrund der geänderten Rentabilitätsrechnung bei Vollentkopplung der Prämien wurden nicht analysiert.

Die **Ergebnisse** der Politikanalyse lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

- In allen Betrieben gehen die Einkommen in der Baseline und in den MTR-Szenarien gegenüber dem Jahr 2002 mehr oder weniger stark zurück. Dies liegt im Wesentlichen an der sich **öffnenden Preis-Kostenschere**, wodurch viele Betriebe in Liquiditätsprobleme geraten. In der Praxis wäre zu erwarten, dass dieser Entwicklung durch betriebliche Anpassungen begegnet wird. Aufgrund der kurzen Bearbeitungszeit dieses Analyseschrittes konnten betriebliche Anpassungsstrategien jedoch nicht berücksichtigt werden.
- Bei den **ökologischen Betrieben** zeigen sich in der **Baseline** mehr oder weniger starke Einkommensrückgänge. Bei DE-12-org nimmt der Gewinn um 41 % ab und bei DE-32-org verzweieinhalbfachen sich die Verluste. Die beiden Mecklenburger Betriebe (DE-130-org und DE-132-org) geraten von der Gewinnsituation im Jahr 2002 deutlich in die Verlustzone im Jahr 2012.
- Für die **konventionellen Betriebe** ergeben sich in der **Baseline** ebenfalls starke Einkommensrückgänge. Bei den drei intensiven Mästern führt dies dazu, dass sie von der Gewinn- in die Verlustzone geraten, und beim Mecklenburger DE-356 vervierfachen sich die bereits bestehenden Verluste des Jahres 2002.
- Aufgrund der pessimistischen Preisannahmen für Rindfleisch und Zukaufpreise (Kälber, Absetzer) in der Baseline und der Annahme konstanter Preise für diese Tiere in den **MTR-Szenarien** ergeben sich für alle Betriebe in beiden MTR-Szenarien für die Jahre 2010 bis 2012 höhere Einkommen als in der Baseline. Den Ökobetrieben DE-32-org, DE-130-org und DE-132-org gelingt es jedoch auch in den MTR-Szenarien nicht, die Verlustzone zu verlassen. Gleiches gilt für den konventionellen Betrieb DE-280 in Szenario *MTR mit Gleitflug* und für DE-356 in beiden MTR-Szenarien. Die Betriebe DE-190 und DE-240 realisieren hingegen im Zieljahr wieder Gewinne.

Die **Zusatzrechnung mit konstanten Preisen** (für alle Produkte, Betriebsmittel und Produktionsfaktoren) in der Baseline **und** den MTR-Szenarien zeigt die reine Prämienwirkung der MTR-Szenarien. Die MTR-Szenarien ergeben für einige Betriebe niedrigere, für einige Betriebe höhere Einkommen als in der Baseline. Die Ursache hierfür liegt an den Prämienverlusten bzw. -gewinnen, die die Betriebe realisieren.

Der **Vergleich der beiden MTR-Szenarien** zeigt folgendes Ergebnis: Für Betriebe mit relativ intensiver Produktion und hohem Viehbesatz und/oder einem geringen Grünlandanteil ist das Szenario *MTR ohne Gleitflug* die günstigere Variante. Unter diesen Betrieben sind die intensiven konventionellen Mäster (DE-190, DE-240, DE-280), der konventionelle Mäster in Mecklenburg-Vorpommern (DE-356), aber auch der von Ackerbau geprägte Ökobetrieb in Bayern (DE-12-org) und der ökologische Bullenmäster in Mecklenburg-Vorpommern (DE-132-org). Der Anteil der Tierprämien an den Gesamtpremien war in diesen Betrieben in der Referenzsituation relativ hoch, so dass zunächst ein relativ großer Teil der Prämien in betriebsindividuelle Prämien umgewandelt wird. Diese Situation führt bei Abschmelzen der Betriebskomponente im Szenario *MTR mit Gleitflug* zu hohen Prämienverlusten, die durch die steigenden Flächenprämien nicht ausgeglichen werden können. Im Szenario *MTR ohne Gleitflug* bleiben die Betriebsprämie und die Flächenprämien hingegen konstant, so dass der oben genannte Effekt nicht auftritt. Die **umgekehrte Situation** gilt für Betriebe mit einem hohen Grünlandanteil, extensiver Produktion und niedrigem Viehbesatz in der Ausgangssituation (DE-32-org, DE-130-org).

Teil 2: Vermarktungsinitiativen

Die **Vermarktung von Biorindfleisch** stellt für Erzeuger und Vermarkter eine besondere **Herausforderung** dar. Um rentabel wirtschaften zu können und die meist höheren Produktionskosten in der Erzeugung zu decken, ist der Absatz möglichst vieler Tiere mit einem Bioaufschlag auf den Erzeugerpreis erforderlich. Um Biorindfleisch mit einem **Bioaufschlag** absetzen zu können, muss der Verbraucher vom Mehrwert überzeugt sein und das Biorindfleisch muss in seiner Einkaufsstätte in der erforderlichen **Menge kontinuierlich verfügbar** sein. Außerdem ist eine **homogene hohe Produktqualität** notwendig, da der ökologische Zusatznutzen als Kaufkriterium nicht für alle Kunden ausreicht. Diese Voraussetzungen sind bei der ökologischen Rindfleischproduktion in Deutschland oft nicht erfüllt, wie die Forschungsergebnisse verschiedener Projekte zeigen, die im Rahmen des Bundesprogramms Ökolandbau durchgeführt wurden.

Aus diesem Grund wurden im vorliegenden Forschungsvorhaben Vermarktungsinitiativen im **europäischen Ausland** auf ihre Erfolgs- und Misserfolgskriterien hin untersucht, um daraus Schlussfolgerungen für die Verbesserung der Vermarktungssituation in Deutschland ziehen zu können. Aufgrund der kurzen Laufzeit des Vorhabens beschränkte sich die Analyse auf einige ausgewählte Länder: **Österreich, Frankreich, Vereinigtes Königreich** und die **Schweiz**. Die beiden erstgenannten Länder waren auch Teil der betriebsbezogenen Untersuchung in Teil 1 des Vorhabens. Außerdem beschränkte sich die Studie auf einige wesentliche Fallstudien, so dass pro Land zwei bis drei Vermarktungsinitiativen untersucht wurden. Diese wurden anhand ihrer Persistenz am Markt ausgewählt. Es wurden nur Vermarktungsinitiativen zur Analyse herangezogen, die nach Meinung von Experten als erfolgreiche Beispiele dienen können oder die häufig in der Literatur zitiert wurden und schon länger als drei Jahre am Markt bestehen. In der Schweiz wurde gemäß Antrag nur ein Best-Practice-Beispiel untersucht.

Die Ergebnisse lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

1. Die untersuchten Biorindfleischvermarktungsinitiativen agieren in ihrem Land unter zum Teil recht **unterschiedlichen Rahmenbedingungen**. Neben den Unterschieden bei der Förderung des ökologischen Landbaus durch die Agrarpolitik wird die Biovermarktung in den Untersuchungsländern in unterschiedlichem Maße unterstützt. So wird beispielsweise in Österreich und Großbritannien der Absatz von Biokost in öffentlichen Einrichtungen gefördert und damit für die Biorindfleischvermarktung ein wichtiger Absatzkanal geschaffen.
2. Die **Absatzkanäle** für Biolebensmittel im Allgemeinen und für Biorindfleisch im Speziellen differieren zwischen den Untersuchungsländern. Insbesondere fällt das Engagement des Lebensmitteleinzelhandels für die Biovermarktung in den Untersuchungsländern unterschiedlich stark aus. So hat der **Lebensmitteleinzelhandel** als Absatzkanal für die Bioprodukte in allen Untersuchungsländern eine besonders wichtige Stellung, während in Frankreich der **Naturkostfachhandel** nicht zu vernachlässigen ist.
 - Bei **Biolebensmitteln insgesamt** hat der Lebensmitteleinzelhandel in Österreich und Großbritannien einen Anteil von 72 bzw. 79 % bezogen auf den Wert der verkauften Biolebensmittel. In Frankreich hat er nur einen Marktanteil von rund 40 %, ist aber trotzdem der wichtigste Absatzkanal, gefolgt vom Naturkostfachhandel mit 28 %.
 - Auch für die **Biorindfleischvermarktung** hat in allen Untersuchungsländern der Lebensmitteleinzelhandel die wichtigste Bedeutung, allerdings differiert auch hier die Wichtigkeit dieses Absatzkanals zwischen den Ländern. So hat in Österreich der LEH mit 42 % Marktanteil bei Biorindfleisch eine geringere Bedeutung als für den Biolebensmittelabsatz insgesamt. In Großbritannien hat der LEH als Absatzkanal für Biorindfleisch die gleiche Bedeutung wie für Biolebensmittel insgesamt und in Frankreich ist er mit 70 % Marktanteil bei der Biorindfleischvermarktung deutlich wichtiger als bei Biolebensmitteln insgesamt.
3. Für den Erfolg der Vermarktungsinitiativen sind sowohl institutionelle Faktoren als auch eine ausgewogene und zielgerichtete Gestaltung des Marketing-Mix von Bedeutung.
 - Zu den wichtigen **institutionellen Faktoren** gehört die wertschöpfungskettenübergreifende konstruktive Kommunikation sowie das Problembewusstsein für die Schwierigkeiten innerhalb der Kette sowie die Einbeziehung des Handels.
 - Die untersuchten Vermarktungsinitiativen legen unterschiedliche Schwerpunkte bei der Gestaltung des **Marketing-Mixes**.
 - Um den **Qualitätsansprüchen** der Handelspartner gerecht werden zu können, verfügen nachhaltig erfolgreiche Vermarktungsinitiativen über eine abgesicherte Premium-Produktqualität. Beispiele für eine besondere Bearbeitung des Feldes Produktpolitik sind die analysierten Vermarktungsinitiativen Styria Beef in Österreich und Bio Weide-Beef in der Schweiz.
 - Um **stabile Erzeugerpreise** zu gewährleisten, muss der Biorindfleischpreis vom konventionellen Preis entkoppelt sein, denn sonst übertragen sich Krisen im konventionellen Sektor direkt auf den Biosektor. Die Entkopplung vom konventionellen Rindfleischpreis weisen die meisten analysierten Vermarktungsinitiativen auf.

- **Differenzierte Absatzkanäle** sichern die Unabhängigkeit von starken Handelspartnern (z. B. LEH). Dies hat z. B. die Analyse der Vermarktungsinitiative Styria Beef aus Österreich gezeigt, die zwar eng mit dem Lebensmitteleinzelhandel zusammenarbeitet, daneben aber weitere Absatzkanäle, z. B. im Export oder in der Gastronomie erschlossen haben.
- Biorindfleischvermarktung erfordert starke Bemühungen im Bereich **Kommunikation** (zwischen den Handelspartnern, zum Verbraucher). Beispiele für besonders intensive wertschöpfungskettenübergreifende Kommunikation zeigen die französische Vermarktungsinitiative Biobretagne Viande und die schweizerische Vermarktungsinitiative Bio Weide-Beef. Diese Vermarktungsinitiativen haben Gremien geschaffen, in denen alle Partner in der Wertschöpfungskette an der Entscheidungsfindung beteiligt sind. Beispiele für eine besonders intensive verbraucherorientierte Kommunikationspolitik geben die im Vereinigten Königreich untersuchten Vermarktungsinitiativen.

Handlungsempfehlungen (für beide Projektteile)

Die **Hauptimpulse** für die Verbesserung der Situation in der Biorindfleischvermarktung müssen von den **Akteuren** selber kommen. Im Vergleich zu produktionsbezogenen Fragestellungen ist der **agrarpolitische Handlungsspielraum** eher **eingeschränkt**.

Die folgenden Handlungsempfehlungen sind nach Priorität in vier Bereiche unterteilt:

Rahmenbedingungen und institutionelle Faktoren

- **Verbraucheraufklärung** und **Versachlichung** der Diskussion durch weitere Informationen zu den Produktionssystemen und durch die Beibehaltung bzw. Ausdehnung des Netzes an Demonstrationsbetrieben.
- Finanzielle Unterstützung der Akteure beim Aufbau von **Qualitätssicherungssystemen**.
- Förderung des Einsatzes von Bioprodukten in **öffentlichen Einrichtungen**.
- Ausgewogene Ausgestaltung der **Cross-compliance** Standards, um den Spielraum für a) zusätzliche Transferzahlungen aus der zweiten Säule und b) den am Markt durchsetzbaren Preisaufschlag für Ökobetriebe zu erhalten.
- Vereinheitlichung der Richtlinien und Beibehaltung einer intensiven Bewerbung des Biosiegels sowie Einleitung von Maßnahmen zur Beseitigung nichttarifärer Handelshemmnisse in den Untersuchungsländern.

Vermarktungsinitiativen

- Übernahme von **Personalkosten für Vermarktungsinitiativen** zur finanziellen Entlastung in der Einführungsphase und Nutzung von Know-how und Marketingkompetenz aus der konventionellen Lebensmittelvermarktung.
- Förderung von **Fortbildungen** zu den Themenbereichen Kommunikation, Marketing Mix sowie Supply Chain Management.
- Förderung von Konzepten und Initiativen zur **vertikalen Integration** in der Wertschöpfungskette mit speziellem Fokus auf **Kleinbetriebe**.

Lebensmitteleinzelhandel

- Initiierung und Förderung von **Aktionen am Point of sale**, um das bisher verhaltene Engagement des Lebensmitteleinzelhandels zu verstärken. Hier wäre allerdings auch ein verstärktes Engagement der Erzeuger wünschenswert.
- Übernahme der **Vermittlerrolle** zwischen den Marktpartnern.

Erzeuger

- **Erhöhung der Erlöse** durch:
 - Gezielte Förderung von **Direktvermarktungsinitiativen**.
 - Förderung der **Verbesserung des Qualitätsbewusstseins** für Rindfleisch bei Verbrauchern durch Demonstrationsmaßnahmen zur Zubereitung und Verkostung von Ökorindfleisch.
 - Förderung der **dauerhaften Bewerbung** des Marktsegments Biorindfleisch.
 - Schwerpunktsetzung der Förderung aus der zweiten Säule bei **ökologischen Mutterkuhhaltern**.
- **Senkung der Produktionskosten** durch:
 - Verbesserte Produktionssysteme und Produktionstechniken mit dem Ziel einer verbesserten **Produktqualität**
 - **Stärkere Spezialisierung** im Rahmen der Ökorichtlinien.
 - Verwendung von **Zweinutzungsrasen** oder **Fleischrasen**.
 - **Intensivierung der Fütterung** im Rahmen der Ökorichtlinien mit dem Ziel der Produktivitätssteigerung.
 - **Größere Betriebseinheiten** zur Realisierung von Größeneffekten.
 - **Geschlossene Produktionssysteme** zur Reduzierung der Abhängigkeit vom Zukauf teurer Ökofuttermittel.
- Förderung der einzelbetrieblichen **Beratung und Fortbildung** in den Bereichen Produktion, Betriebswirtschaft und Vermarktung.
- Da sich Produktionskosten nur senken lassen, wenn sie vorher und nachher auch gemessen werden, ist ein **nationales Benchmarkingsystem** anzustreben bzw. anzuwenden, dass zugleich an führende internationalen Netzwerke angekoppelt werden sollte. Damit ließe sich die Vergleichbarkeit der Ergebnisse herstellen und Doppelarbeit vermeiden.

Handlungsempfehlungen

Aufgrund der Überschneidungen zwischen den Bereich Produktion und Vermarktung wurde es für sinnvoll gehalten, dieses Kapitel ebenso wie die Zusammenfassung gemeinsam für beide Teile des Forschungsvorhabens darzustellen. Im Folgenden werden zunächst Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen beider Teile des Forschungsvorhabens gezogen und auf dieser Basis Handlungsempfehlungen für die Akteure und die Agrarpolitik abgeleitet.

Es ist zu beachten, dass angesichts der geringen Zahl von Untersuchungsbetrieben und Vermarktungsinitiativen eine generelle Aussage für die gesamte ökologische Rindfleischproduktion in Deutschland nicht gegeben werden kann. Hinzu kommt die derzeit bestehende Unsicherheit über die Folgen der voraussichtlich unterschiedlichen Ausgestaltung der EU-Agrarreform in den Mitgliedsstaaten, die nicht nur die ökologischen Betriebe betrifft. Andererseits gibt es aber auch einige Ergebnisse, die sich auf hier nicht untersuchte Betriebstypen, Produktionssysteme und Marktverhältnisse übertragen lassen.

1 Schlussfolgerungen

Die vorliegende Untersuchung hat gezeigt, dass auch die Ökobetriebe zukünftig einem **verstärkten Wettbewerb** ausgesetzt sein werden. Die Analyse der bestehenden und zukünftigen Wettbewerbsbedingungen kann nur mit einem geeigneten Instrumentarium gelingen. Mit dem IFCN wurde ein solches Instrumentarium geschaffen und im vorliegenden Fall auf den Bereich der Ökorindfleischproduktion angewendet. Damit sind die Voraussetzungen geschaffen, dieses Instrumentarium auch für weitere Analysen im Bereich Rindfleischproduktion und Mutterkuhhaltung einzusetzen.

In den neunziger Jahren gab es in den Untersuchungsländern ein zum Teil **rasantes Wachstum** des ökologischen Landbaus. Dies gilt insbesondere für Österreich, die Tschechische Republik und Argentinien, wo sich die Anbauflächen zum Teil mehr als verzehnfacht haben und die Betriebszahl verfünffacht bis verzehnfacht hat. In Frankreich und Deutschland verlief dieses Wachstum ausgehend von einem höheren Niveau weniger deutlich. In einigen Ländern ist jedoch zur Jahrtausendwende eine Abnahme der Wachstumsraten zu beobachten und es ist fraglich, ob die alten Wachstumsniveaus wieder erreicht werden (Teil I, Kap. 2). Es kommt außerdem ähnlich wie im konventionellen Bereich zu einem **Strukturwandel**, der zu größeren Betriebseinheiten führt.

Das Wachstum in den untersuchten europäischen Ländern ist auf die **Förderpolitik**, aber auch auf veränderte Verbraucherpräferenzen sowie direkte Folgen von BSE zurückzuführen. In einigen Ländern besteht eine hohe **Politikabhängigkeit** der landwirtschaftlichen Betriebe in Form von Direktzahlungen, die teilweise die Markterlöse übersteigen. Österreich, Frankreich und die Schweiz bieten jedoch auch Beispiele, mit denen (gleichzeitig) eine Absicherung der Absatzseite gelungen ist (Teil II).

Die **Wettbewerbsfähigkeit** der untersuchten deutschen Betriebe ist relativ **gering**. Einerseits weisen sie gemeinsam mit den österreichischen Betrieben die höchsten Kosten je kg Rindfleisch auf, andererseits gelingt es ihnen offenbar nicht immer, Preisniveaus zu erreichen, die mit denen ihrer Konkurrenten im Ausland vergleichbar oder höher sind. Diese Situation scheint bei den ökologisch wirtschaftenden Betrieben stärker ausgeprägt zu sein als bei den konventionellen Betrieben (Teil I, Kap.5 und 6).

Es überrascht daher nicht, dass die **Hauptprobleme** in der derzeitigen Situation in den Bereichen **Absatz, Vermarktung** und Realisierung eines **Bioaufschlags** für ökologisch erzeugtes Rindfleisch liegen (Teil II).

2 Handlungsempfehlungen

Die wesentlichen Handlungsmöglichkeiten liegen bei den **Akteuren**, so dass der agrarpolitische Handlungsbedarf gegenüber anderen Aktionsfeldern eher eingeschränkt erscheint. Handlungsmöglichkeiten der Politik ergeben sich im Wesentlichen in den Bereichen **Beratungsförderung** und **Unterstützung von Absatz- und Vermarktungsaktivitäten**. Die Handlungsmöglichkeiten sind in Abbildung 1 zusammengefasst und werden im Folgenden erläutert.

Abbildung 1: Handlungsmöglichkeiten im Sektor Ökorindfleisch

Rahmenbedingungen und institutionelle Faktoren

Verbraucheraufklärung und Versachlichung

Übernahme von Kontrollkosten

Verstärkung des Einsatzes von Biokost in der Gemeinschaftsverpflegung

Cross-compliance ausgewogen ausgestalten

Harmonisierung von Richtlinien

Vermarktungsinitiativen

Förderung von Personalkosten und Fortbildungen

Vertikale Integration

Lebensmitteleinzelhandel

Koordinierung von Aktionen am Point of Sale

Politik als Vermittler zwischen den Akteuren

Erzeuger

Erhöhung der Fleischerlöse

Erhöhung bzw. Stabilisierung der Direktzahlungen

Senkung der Kosten

Förderung von Beratung und Weiterbildung

Quelle: Eigene Darstellung.

2.1 Rahmenbedingungen und institutionelle Faktoren

Grundsätze

Vor dem Hintergrund der Tierseuchen in Europa zur Jahrhundertwende ist das Thema Verbrauchervertrauen in Fleisch allgemein und Rindfleisch im Besonderen stark in den Vordergrund gerückt. Hier ist die Politik insbesondere in den Bereichen **Verbraucheraufklärung**, **Versachlichung** der Diskussion sowie **Kontrollwesen** gefordert.

Verbraucherinformation

Zur Verbraucherinformation kann die Agrarpolitik durch weitere **Informationen** zu den Produktionssystemen und durch die Beibehaltung bzw. Ausdehnung des Netzes an **Demonstrationsbetrieben** beitragen. Das Internetportal „oekolandbau.de“ wird bereits zur Verbraucherinformation genutzt. Dabei sollte auch der Aspekt der Regionalität betont werden. Österreichische Vermarktungsinitiativen haben den Vorteil, dass der Verbraucher auf die österreichische Herkunft großen Wert legt und der Konkurrenzdruck aus dem Ausland deshalb relativ gering ist.

Qualitätskontrollen und Rückverfolgbarkeit

Um Lebensmittelskandalen im Biobereich vorzubeugen, muss die Rückverfolgbarkeit möglichst lückenlos nachvollziehbar sein. Die Implementierung eines **Qualitätssicherungssystems** bedeutet für die Betroffenen hohe Investitionskosten, die der Staat teilweise übernehmen könnte.

Bioprodukte in öffentlichen Einrichtungen

Ein wichtiger Impuls der Politik könnte die **Einführung von Biokost in öffentlichen Einrichtungen** sein. Dies zeigen die Beispiele Vereinigtes Königreich und Österreich (Teil II, Kap. 3.2 und 3.2). Die Erschließung dieses Absatzkanals gemeinsam mit der Politik könnte den Biorindfleischvermarktungsinitiativen Entlastung im Bereich Vermarktung der Vorderviertel geben. Bratenstücke oder Hackfleisch eignen sich für den Absatz in der Gemeinschaftsverpflegung besser als für den Absatz an private Haushalte, die in Deutschland vor allem Kurzbratstücke nachfragen.

Cross compliance

Das wichtigste Motiv zum Kauf von Biorindfleisch scheint die angenommene bessere **Produktqualität** zu sein. Die Bedeutung der **Prozessqualität** erscheint eher nachrangig. Während die Unterschiede in der Produktqualität in der Regel schwierig objektiv nachvollziehbar sind (z. B. besserer Geschmack, gesünderes Lebensmittel), gibt es im Bereich der Prozessqualität offenbar noch klare Vorteile für die Ökoproduktion (geringere Umweltwirkungen). Diese Vorteile dürften jedoch in dem Maße geringer werden, in dem die Produktions- und Umweltstandards im konventionellen Bereich erhöht werden. Dies gilt insbesondere für die von einigen Umweltverbänden geforderten strikten **cross compliance** Bedingungen für die Gewährung der Direktzahlungen. Dann ist zu vermuten, dass a) der Spielraum für zusätzliche Transferzahlungen aus der zweiten Säule und b) der am Markt durchsetzbare Preisaufschlag für Ökobetriebe (wegen der höheren Prozessqualität) geringer wird als derzeit. Andererseits ist zu erwarten, dass die Produktionskosten in konventionellen Betrieben ansteigen und somit die Kostendifferenz zu ökologisch wirtschaftenden Betrieben sinkt. Ob dies auch zu steigenden Verbraucherpreisen bei konventionellen Produkten führt, ist fraglich. Die Politik sollte deshalb eine Verschärfung der **Produktionsauflagen** im Rahmen der cross-compliance **ausgewogen gestalten** (s. auch Teil I, Kap. 8.3 und 8.4).

Harmonisierung von Richtlinien

Die **Vielfalt der Verbände und Richtlinien** im Ökolandbau in Deutschland trägt nicht zur Schaffung von Transparenz bei den Verbrauchern bei. Über die EU-Vorschriften hinausgehende Standards sind tendenziell kostentreibend und machen aus **wirtschaftlicher Sicht** nur dann Sinn, wenn beim Verbraucher die Differenzierung und die Folgen der unterschiedlichen Standards auch wahrgenommen werden und sich letztlich in **höheren Preisen** und eine **erhöhte Zahlungsbereitschaft** niederschlagen. Im Sinne der Markttransparenz wären aus Verbrauchersicht eine Harmonisierung von Richtlinien und die Kennzeichnung mit **einem** Zeichen sinnvoll. In diesem Sinne wäre auch zukünftig eine Ausdehnung bzw. Beibehaltung der Werbung für das Biosiegel wünschenswert, auch wenn dieses von ausländischen Mitbewerbern verwendet werden kann.

Auf der anderen Seite gibt es auch Anzeichen dafür, dass in anderen Ländern, beispielsweise im Vereinigten Königreich, nichttarifäre Handelshemmnisse bestehen, weil beispielsweise eine bestimmte Zertifizierung erforderlich ist (Soil Association in UK, Teil II, Kap.3.3.2). Die Politik sollte sich im Sinne der deutschen Erzeuger dafür einsetzen, solche Hemmnisse zu beseitigen.

2.2 Vermarktungsinitiativen

Förderung von Personalkosten

Der Hauptimpuls zur Verbesserung der Biorindfleischvermarktung muss aus den Vermarktungsinitiativen selber kommen. Die **Übernahme von Personalkosten** könnte für die Vermarktungsinitiativen allerdings eine finanzielle Entlastung darstellen. Dadurch wäre es für die Vermarktungsinitiativen auch einfacher, Personal aus der konventionellen Lebensmittelvermarktung zu rekrutieren und dadurch die Marketingkompetenz in den Initiativen zu verbessern (Teil II, Kap. 4.4, 5.4 und 7.3).

Förderung von Fortbildungen

Nach einer Studie der Unternehmensberatung SYNERGIE (2003: 23) liegt ein wesentliches Defizit der Biofleischvermarktung in der Kommunikation zwischen den Beteiligten der Wertschöpfungskette und in der Verbraucheransprache. Außerdem ist die Organisation der Wertschöpfungskette in manchen Vermarktungsinitiativen noch defizitär, so dass hier vermehrt Kenntnisse aus dem Bereich des Supply Chain Managements benötigt werden. Auf Vermarkterebene sollten deshalb **Fortbildungen** zu den Themenbereichen Kommunikation, Marketing Mix sowie Supply Chain Management durchgeführt werden.

Vertikale Integration

Die erfolgreichen Vermarktungsinitiativen zeichnen sich durch einen **hohen Integrationsgrad** in der Wertschöpfungskette aus. Dies kann dadurch erfolgen, dass die gesamte Kette von den Erzeugern als Direktvermarktung organisiert wird (s. Beispiele im Vereinigten Königreich, Teil II, Kap.6) oder Bindungen mit bestehenden Marktpartnern des nachgelagerten Bereichs eingegangen werden, die auch vertraglich abgesichert werden (z. B. Österreich, Teil II, Kap. 5). Das Schweizer Beispiel des Bio Weide-Beef zeigt außerdem, dass derartige Systeme auch für **Kleinbetriebe** durchführbar sind (Teil II, Kap. 7).

2.3 Lebensmitteleinzelhandel

Aktionen am Point of sale

Die Verbraucherinformation über die deutschen Produktionssysteme hat eine besondere Wichtigkeit, wenn man den Absatz von inländischem Biorindfleisch fördern will. Hierzu könnten gemeinsam mit dem Lebensmitteleinzelhandel **Bioaktionstage in den Filialen** koordiniert werden. Die Landwirte können dann vor Ort über ihre Produktionssysteme aufklären. Das bisher verhaltene Engagement des Lebensmitteleinzelhandels für das Biosortiment kann möglicherweise durch konzertierte Aktionen und durch Impulse aus der Politik verstärkt werden. Hier wäre allerdings auch ein verstärktes **Engagement der Landwirte** im regionalen Einzelhandel wünschenswert.

Politik als Vermittler zwischen den Akteuren

Der Aktionsplan zur Entwicklung des ökologischen Landbaus im Vereinigten Königreich hat bereits positive Auswirkungen auf die Biorindfleischvermarktungsinitiativen gezeigt (Teil II, Kap. 3.3.3.1). Durch das darin festgelegte Commitment des Lebensmitteleinzelhandels, inländische Bioprodukte zu bevorzugen, konnten Absatzwege für inländische Produzenten gesichert werden. Dies wäre auch für Deutschland eine Handlungsoption, sofern die Politik sich bemüht, die Akteure an einem Tisch zu versammeln und als **Vermittler zwischen den Marktpartnern** zu agieren.

2.4 Erzeuger

Erhöhung der Fleischerlöse

1. Für den einzelnen Landwirt als Mengenanpasser in traditionellen Absatzwegen bietet sich grundsätzlich die **Direktvermarktung** zur Erlöserhöhung an, wie auch das Beispiel eines deutschen Untersuchungsbetriebes zeigt (Teil I, Kap. 5.5). Hierbei sind jedoch folgende Aspekte zu beachten:

- Das **Potential** dürfte bei den bestehenden Einkaufsstrukturen und dem Einkaufsverhalten der Verbraucher **begrenzt** sein.
- Den höheren Erlösen aus Direktvermarktung stehen – insbesondere in der Startphase – auch **höhere Kosten** gegenüber.
- Direktvermarktung erfordert ein hohes Maß an **Kommunikationsbereitschaft** von den Beteiligten.

Direktvermarktung ist daher **keine Lösung für die breite Masse** von Betrieben bzw. für sektorale Problemstellungen.

2. Grundsätzlich dürfte die Durchsetzung **höherer Preise** auf Erzeuger- und Verbraucherebene wegen der momentan und auf absehbare Zeit angespannten wirtschaftlichen Situation vieler Haushalte **schwierig** sein. In Zeiten, in denen höhere Preise schwer durchsetzbar sind, erscheinen daher **Kostensenkungsstrategien** als die einzige Lösung. Diese können sowohl auf der Ebene der Rohstoffproduktion (s.u.) als auch im Bereich Erfassung und Vermarktung erfolgen. Als Folge davon ließe sich der Preisabstand zwischen konventioneller und ökologischer Ware verringern, womit wiederum ein Kaufanreiz geschaffen würde. Zurzeit erscheint der Handlungsbedarf im nachgelagerten Bereich höher zu sein als in der Rohstoffproduktion (Empfehlungen dazu in Kapitel 2.2 und 2.3).

3. Unabhängig von der aktuellen gesamtwirtschaftlichen Situation erscheint jedoch eine **Verbesserung des Qualitätsbewusstseins** für Rindfleisch bei Verbrauchern erforderlich. Angesichts der Tatsache, dass Deutschland mit einem Pro-Kopf Verbrauch von Rindfleisch von rund 12,4 kg im EU-Vergleich das Schlusslicht bildet, ist dies allerdings kein öko-spezifisches Thema. Ziel wäre zunächst die Implementierung der Assoziation „Ökofleisch=Premiumfleisch“ im Sinne von „Klasse statt Masse“ anstelle von „Geiz ist geil“. Die Vermittlung dieser Botschaft müsste ergänzt werden durch Demonstrationsmaßnahmen zur Zubereitung und Verkostung hochwertigen Rindfleischs. Diese Aufgabe kann nicht von einzelnen Betrieben geleistet werden, sondern könnte beispielsweise im Rahmen von Aufklärungs- und Werbekampagnen sowie von Aktionen durch die CMA oder vergleichbare Institutionen unterstützt werden. Damit ließen sich dann zukünftig ggf. auch wieder höhere Preise durchsetzen.

4. Wenn sich die Vorzüglichkeit von Ökorindfleisch im Bewusstsein der Verbraucher festsetzen soll, ist eine **dauerhafte Werbung** dieses Marktsegments erforderlich. Solange dies nicht durch private Initiativen gewährleistet wird, aber politisches Ziel der jeweiligen Regierung bleibt, sollte die Werbung von der Politik gefördert werden.

Erhöhung bzw. Stabilisierung der Direktzahlungen

Wenn das politische Ziel die Stärkung extensiv bewirtschafteter Grünlandstandorte und –betriebe ist, wird dieses mit der Einführung einer einheitlichen Flächenprämie zunächst erreicht. Betriebe mit geringem Viehbesatz und hohem Grünlandanteil können ihre Einkommenssituation im Vergleich zu Agenda 2000 Bedingungen verbessern. Mittelfristig ist jedoch mit einem Anstieg der Pachtpreise für Grünland zu rechnen, was insbesondere ostdeutsche Betriebe mit ihren sehr hohen Pachtanteilen treffen wird. Betriebe mit hohem Viehbesatz und/oder geringem Grünlandanteil würden bei Umsetzung einer reinen Flächenprämie hingegen hohe Einkommensverluste erleiden (vgl. Teil I, Kapitel 8.3). Dies gälte auch für Ökobetriebe mit relativ hohem Viehbesatz. Wenn diese Effekte vermieden werden sollen, sollte ein Kombimodell gewählt werden, bei dem die Betriebskomponente der Direktzahlungen über einen längeren Zeitraum konstant gehalten wird, um den Betroffenen eine Anpassung zu ermöglichen.

Positive Einkommenswirkungen bedeuten jedoch nicht unbedingt, dass die Betriebe die bisher betriebene Produktion auch weiterhin aufrecht erhalten, denn die Produktionsentscheidung hängt zukünftig im wesentlichen von den Marktpreisverhältnissen ab.

Da Tierprämien als Möglichkeit von Einkommenstransfers wegen der Entkopplung in Zukunft entfallen und auch die Ökobetriebe unter den MTR-Bedingungen zukünftig mehrheitlich Prämienverluste hinnehmen müssen, kommt als Quelle für zusätzliche Transferzahlungen nur noch die sogenannte **zweite Säule** der Agrarpolitik in Frage. Zahlungen aus der zweiten Säule können für Betriebe erfolgen, die a) gesellschaftlich erwünschte Leistungen erbringen, die über den Status quo (bzw. cross-compliance) hinausgehen, und b) durch die zu erwartenden Prämienrückgänge in der ersten Säule stabilisiert werden sollen.

Zu diesen Betrieben zählen grundsätzlich die **Mutterkuhbetriebe**, die von der Umsetzung der Agrarreform besonders stark betroffen sein dürften. Zur zweiten Säule gehört auch die Förderung des Ökolandbaus. Wenn – wie sich andeutet – aufgrund der Haushaltslage die Mittel für die zweite Säule zukünftig eingefroren oder sogar gekürzt würden, wird dies insbesondere die ökologischen Mutterkuhbetriebe, die den größeren Teil der Mastvorprodukte liefern, vor eine schwierige Situation stellen. Wenn dies verhindert werden soll, muss die Politik diese Betriebe gezielt fördern und dabei in Kauf nehmen, dass andere – ggf. weniger sensible Produktbereiche – relative Nachteile erleiden. Bei der Förderung über die zweite Säule ist zu beachten, dass diese nicht den

Tatbestand der „Rück-“Kopplung erfüllt, wenn etwa die Gewährung der Zahlungen an die Haltung von Tieren gebunden wird. Eine Alternative erscheint die Definition eines gesellschaftlich erwünschten Zustandes der Flächen, die nur durch Beweidung erreicht werden kann (Teil I, Kap. 8.3 und 8.4).

Senkung der Produktionskosten

In diesem Bereich gelten generell die gleichen Grundsätze wie für den konventionellen Bereich. Eine Besonderheit im Ökolandbau ist jedoch, dass sowohl Kälber und Absetzer als auch Saatgut nach Ablauf der Übergangsfristen ausschließlich aus ökologischer Produktion stammen müssen (VO (EG) 2092/91). Damit ist eine Erhöhung der Kosten für Saatgut sehr wahrscheinlich und Kostensenkungen in diesem Bereich schwierig. Bei Kälbern und Absetzern ist es hingegen unsicher, ob es zu einer vergleichbaren Preiserhöhung kommt, da zurzeit noch ein großer Teil dieser Tiere in die konventionelle Produktion ‚abwandert‘ und es zumindest mittelfristig nicht zu größeren Versorgungsengpässen kommen dürfte.

Da sich Produktionskosten nur senken lassen, wenn man sie vorher und nachher auch messen kann, ist ein **nationales Benchmarkingsystem** anzustreben bzw. anzuwenden, das zugleich an führende internationalen Netzwerke angekoppelt werden sollte. Damit ließe sich die Vergleichbarkeit der Ergebnisse herstellen und Doppelarbeit vermeiden.

Die hier angesprochenen Kostensenkungen gelten in Bezug auf das erzeugte Schlachtgewicht. Es lassen sich folgende Kostensenkungspotenziale identifizieren, die sich zum Teil ergänzen und zum Teil ausschließen. Die Wahl der jeweiligen Strategie hängt im Wesentlichen vom Standort, den Marktbedingungen und den Präferenzen der Betriebsleitung ab.

- **Stärkere Spezialisierung.** Die ökologische Rindfleischproduktion findet in vielen Betrieben derzeit ‚nebenbei‘ statt und ist häufig ein Betriebszweig unter vielen. Um den Fokus, das Know-how und Managementfähigkeiten stärker auf die Rindermast zu konzentrieren, wäre eine stärkere Spezialisierung hilfreich. Hierbei ist zu beachten, dass der Spezialisierung im Ökolandbau wesentlich engere Grenzen gesetzt sind als in der konventionellen Produktion. Als günstige Betriebszweigungskombinationen erscheinen Rindermast-Ackerbau und Rindermast-Mutterkuhhaltung.
- Verwendung von **Zweinutzungsrasen oder Fleischrasen.** Wenn die Produktion von *Qualitätsrindfleisch* im Mittelpunkt der Anstrengungen stehen soll, erscheint die Verwendung fleischbetonter Rassen unvermeidbar. Hierzu gehören großrahmige Rassen wie Fleckvieh oder die französischen Rassen Limousin und Charolais sowie robustere, kleinrahmige Rassen britischer Herkunft wie Angus und Hereford.
- **Intensivierung der Fütterung** durch stärkere Differenzierung der Fütterungsperioden in eine Vormastperiode mit Schwerpunkt Weidenutzung und Grundfüttereinsatz sowie eine Endmastperiode mit Einsatz von Kraftfutter. Damit ließen sich höhere Tageszunahmen und eine verbesserte Produktivität (insbesondere Arbeitsproduktivität) erreichen. Dadurch käme es in einigen Fällen zwar auch zu Kostensteigerungen, diese dürften sich aber durch höhere Preise aufgrund der verbesserten Fleischqualität kompensieren lassen. Auch hier gilt, dass eine Intensivierung nur innerhalb der Grenzen der Richtlinien stattfinden kann.
- **Größere Betriebseinheiten.** Betriebswirtschaftliche Analysen zeigen wiederholt, dass unter sonst gleichen Bedingungen größere Betriebe geringere Stückkosten aufweisen. Es ist daher zu erwarten, dass sich der Strukturwandel auch im Ökobereich fortsetzen wird.

- **Geschlossene Produktionssysteme** wie in einigen französischen Betrieben (Teil I, Kap. 4.3.2). In diesen Systemen kauft der Betrieb nur einen minimalen Anteil seines Futters (vor allem Mineralstoffe) sowie ggf. Stroh zu. Diese Strategie erhöht die Unabhängigkeit vom Zukauf teuren Ökogetreides und -kraftfutters. Sie lässt sich jedoch a) nur in extensiven Systemen durchführen, die ausschließlich auf Grundfutter beruhen oder b) auf Standorten, die eine ackerbauliche Nutzung zur Erzeugung von eigenem Getreide und Kraftfutter zulassen.

Förderung von Beratung und Fortbildung

Auch für die Erzeuger bietet sich die Teilnahme an **Weiterbildungsmaßnahmen** zu den Bereichen Produktion, Betriebswirtschaft und Vermarktung an. Wie bereits erwähnt, stellt die Biorindfleischvermarktung hohe Ansprüche an die Produktqualität. Um diese zu erreichen, muss das Wissen der Landwirte über die Qualitätsmast der Rinder teilweise verbessert werden. Hierzu benötigen sie eine fundierte produktionstechnische und betriebswirtschaftliche Beratung. **Beratungsförderung** ist eine weitere mögliche staatliche Maßnahme zur Verbesserung der Produktqualität.