
Marktpotenziale für Lebensmittel aus der „gentechnikfreien Anbauregion Reutlingen / Neckar-Alb“



Auftraggeber



- Auftraggeber



- Kreisbauernverband Reutlingen e.V.

- Finanzielle Unterstützung



- Regionen Aktiv

Gliederung



- I. Auftraggeber
- II. Ausgangslage, Rechtliche Grundlagen, Verbraucherumfragen, Zielsetzung und Vorgehensweise
- III. Regionale Vermarktung/ Dachmarkenintegration
- IV. Darstellung eines Marktsegmentes: Fleisch
- V. Aktivitäten nach Absatzschienen
- VI. Ausblick



Ausgangssituation, Ziele und Vorgehensweise

EU-Gemeinschaftsrecht



- Seit 18.04.04 sind die EU-VO 1829/2003 und 1830/2003 in Kraft
- VO **1829/2003** legt Bestimmungen zur Kennzeichnung fest: Produkte aus GVO müssen gekennzeichnet werden, solche, die mit GVO hergestellt wurden, nicht (Bsp. Käse durch GVO-Lab) Dies gilt auch für Produkte, in denen GVO nicht mehr analytisch nachgewiesen werden können (Bsp. hochraffinierte Öle aus GVO-Soja)
- VO **1830/2003** regelt Rückverfolgbarkeit und Gewährleistung: Nachweis prozess-, nicht mehr produktorientiert, daher wird lückenlose Rückverfolgbarkeit bis zum ersten Inverkehrbringer nötig.
- 1829 und 1830/2003 sind unmittelbar bestehendes Gemeinschaftsrecht. Die deutschen Bestimmungen gehen jedoch über diese VO hinaus.
- Was sind GVO? EG 18/2001 gibt Definitionen

Das deutsche GenTG



- 1. Teil des Gentechnikgesetz : mit der Veröffentlichung im Bundesgesetzblatt am 3. Februar 2005 in Kraft getreten
 - Schwellenwert der Verunreinigung bei Futtermittel 0.9%, bei Saatgut 0%
 - In Lebensmitteln: Die neuartige LebensmittelVO erlaubt die Werbeaussage ohne Gentechnik, Auflagen dafür sind jedoch strenger als im Kennzeichnungsfall bei GVO-Produkten:
 - Keine Verwendung von GVO und Stoffen, die aus GVO bestehen oder hergestellt wurden, keine aus GVO gewonnenen Hilfsstoffe im Herstellungsprozess.
 - Tierprodukte: Kein GVO-Futter, Futtermittelzusatz oder Arzneimittel gentechnischer Herkunft
 - Ausnahmen: Unbeabsichtigt in Spuren während der Herstellung, des Inverkehrbringens oder Behandeln in Lebensmittel gelangt; kein gentechnikfreies Arzneimittel zur Verfügung. Keine Schwellenwerte festgelegt.
- 2. Teil des Gentechnikgesetz :18. März 2005 Verabschiedung im Bundestag, 29.April 2005 Scheitern im Bundesrat und Weiterleitung an Vermittlungsausschuss
 - Standortregister (Internet) www.bvl.bund.de/standortregister.htm in Zukunft ohne flurstückgenaue Angaben und erhöhtem bürokratischen Aufwand
 - Haftungsfrage bleibt Knackpunkt: Verursacherprinzip versus Staatlicher Haftungsfond

Gentechnikfreie Regionen



Standortregister



Bundesamt für
Verbraucherschutz und
Lebensmittelsicherheit

Details zur Anbaufläche

Klicken Sie bitte auf den spezifischen Erkennungsmarker, um weitere Informationen zu erhalten.

Flächenkennziffer	72622/00041								
Postleitzahl	72622								
Ort	Oberboihingen								
Gemarkung									
Flur									
Flurstück	2723, 2724								
Schlag	Goldäcker								
Größe der GVO-Anbaufläche	20000 qm								
Anbau	Anbaumeldungen								
	<table border="1"><thead><tr><th>Aussaatjahr</th><th>Aussaatmonat</th><th>Spezifischer Erkennungsmarker</th><th>Organismus</th></tr></thead><tbody><tr><td>2005</td><td>04</td><td>MON-00810-6</td><td>Mais</td></tr></tbody></table>	Aussaatjahr	Aussaatmonat	Spezifischer Erkennungsmarker	Organismus	2005	04	MON-00810-6	Mais
Aussaatjahr	Aussaatmonat	Spezifischer Erkennungsmarker	Organismus						
2005	04	MON-00810-6	Mais						
Bemerkung									

Details zum gentechnisch veränderten Organismus

Spezifischer Erkennungsmarker	MON-00810-6
Bezeichnung des Organismus	Mais
Wissenschaftlicher Name	Zea mays
Gentechnisch veränderte Eigenschaft	Insektenresistenz

Quelle: www.bvl.bund.de/standortregister.htm

- Gentechnikfreie Anbauregionen als einzige Möglichkeit, Landschaften im Anbau frei von GVO zu halten
 - Vermeidung Mehrkosten:
»Koexistenz« verursacht gentechnikfrei wirtschaftenden Landwirten Mehraufwand, besonders bei kleinparzellierter Flächenstruktur
 - Sicherung Absatzmärkte:
garantiert dem Verbraucher regionale, qualitativ hochwertige Lebensmittel und hilft Landwirten und Lebensmittelproduzenten bestehende Absatzmärkte zu sichern und neue zu erschließen.

Umfragen zur Gentechnik

Aktuelle Umfragen zum Thema Gentechnik



Verbraucher		
TNS Emnid-Umfrage im Januar 2005 (n=1.003)	70 %	Der Verbraucher halten den Begriff „Gen-Milch“ für irreführend. Der Begriff erwecke fälschlicherweise den Eindruck, die Milch selbst sei gentechnisch verändert oder stamme von gentechnisch veränderten Kühen.
„European Consumer Study 2004“, GfK Dezember 2004 (n=9.400)	59%	Der österreichischer Konsumenten lehnen Gen-Food ab (Frankreich: 51%). Größte Zustimmung in Großbritannien und Niederlanden.
	44%	Der deutschen Verbraucher lehnen Gen-Food ab (2001: 33%)
Emnid-Umfrage 2003, im Auftrag der Welthungerhilfe (n=4000)	88 %	Der Verbraucher halten es „wichtig“ (26,9 %) oder „äußerst wichtig“ (61,5 %), dass Gen-Lebensmittel klar gekennzeichnet sind.
	75 %	Der Verbraucher würden Sich „auf keinen Fall“ (39,7 %) oder „eher unwahrscheinlich“ (34,8 %) mit Gen-Food ernähren.
Lebensmitteleinzelhandel		
"EU Market Report“, Greenpeace Januar 2005 (n=30)	14	Der 30 größten internationalen Lebensmittel-Großhändler, welche mindestens 80% Ihres Umsatzes in Europa tätigen, lehnen Gentechnik ab
Erzeuger		
Produkt & Markt – Umfrage im August 2004 (n=912)	83 %	befürchten aus Verbrauchersicht ein negatives Image für die LW
	61%	Kein Anbau wegen Unkalkulierbarkeit Haftungsrisiko

Quelle: Eigene Zusammenstellung

Übersicht: Gentechnikfreie Regionen



Übersicht Deutschland

65 gentechnikfreie Regionen auf 500 000 Hektar



Stand: April 2005 Quelle: Faire Nachbarschaft

Übersicht Baden-Württemberg

Gentechnikfreie Anbauregionen	Fläche
Region Überlingen/ Bodensee	5.000 ha
Region Faurndau/Ortsteil von Göppingen	400 ha
Region Gutenzell-Hürbel/ Lk Biberach	1.300 ha
Region Gochsheim/ Kraichtal	1.100 ha
Region Wolfschlugen/Lk Esslingen	343 ha
Region Treffensbuch/Berghülen	500 ha
Region Mösbach	60 ha
Nagold-Mindersbach/Landkreis Calw	k.A.
Region Reutlingen/ Neckar-Alb	19.073 ha

Stand: April 2005 Quelle: Faire Nachbarschaft/ Eigene Recherche

Umfragen zur Gentechnik

Verbraucherbefragung im LK Reutlingen



Einkaufskriterien in Reutlingen

Stand: Juli 2004 (n=200)

	Prozent
Qualität	98
Regionale Herkunft	82,5
Gentechnikfreiheit	78,5
Niedriger Preis	62,5
Bioprodukte	62,5
Markenprodukte	27,5

Quelle: J. Riehle, M. Bystricky & R. Pohl (2005), unveröffentlicht

- Verbraucherbefragung durchgeführt im Juli 2004 vom Inst. f. landwirtschaftliche Betriebslehre der Universität Hohenheim im Auftrag des KBV Reutlingen (n=200):
 - Das wichtigste Kriterium beim Einkauf ist die **Qualität** (98 %), gefolgt von regionaler **Herkunft** (83 %). **Gentechnikfreiheit** steht an dritter Stelle (79 %)
 - 70 % der Befragten lehnen Gentechnik in Lebensmitteln ab, 23 % stehen ihr neutral gegenüber und nur eine kleine Minderheit befürwortet sie.
 - 84,4% sind bereit, mehr für Produkte aus der „gentechnikfreien Anbauregion Reutlingen“ zu bezahlen, die meisten davon (39,4%) in der Kategorie zwischen 1 -10 %.

Zielstellung der Studie



- Konzipierung Vermarktungsstrategie
 - Einstellungen der Vermarktungspartner
 - Möglichkeiten zur Integration in eine Dach-/Regionalmarken
 - Alleinstellungsmerkmal und Wertebotschaft

- Vermarktungspartner
 - Analyse gegenwärtige Strukturen
 - Erfassung der Rahmenbedingungen, Legale Anforderungen, Kontrolle
 - Identifizierung von Erfolgskriterien
 - Mengenvorstellungen
 - Preisvorstellungen
 - Stärken-Schwäche-Analyse

- Erzeuger
 - Einholen von Selbstverpflichtungserklärung
 - Liefermöglichkeiten

Bisherige Aktivitäten



Dezember 2004	Auftaktveranstaltung mit Erzeugern
Januar/ 2004 Februar	Befragung von Vermarktungspartner und Experteninterviews
Februar 2005	Veranstaltung mit Vermarktungspartner
Februar 2005	Vortrag auf der Fachtagung der Baden-Württembergischen Lammfleischerzeugergemeinschaft bzgl. einer Kooperation von Schäfern und Ackerbauern zur Versorgung mit regionalem GVO-freien Futtermittel
April 2005	Vortrag „Gentechnikfreie Anbauregion – eine Chance für Landwirte und Verbraucher“, Kolpingsfamilie Rottenburg
April 2005	Befragung von Schäfern zum Bezug von regionalem GVO-freien Futtermittel

Vorgehensweise



- Befragungstechniken
 - Schriftliche Befragungen (Rücklauf: n=58)
 - Telefoninterviews (n=21)
 - Face-to-Face Interviews (n=11)

- Befragte Sektoren:
 - Fleisch
 - Getreide Gemüse & Obst
 - Gastronomie & Großkantinen
 - Milch



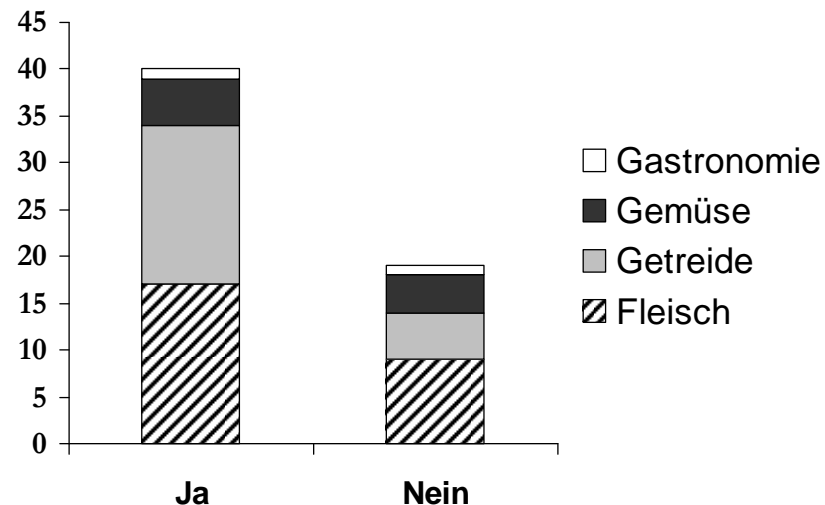
Regionale Vermarktung/ Dachmarkenintegration

Regionale Vermarktung

Aktuelle Auslobung



Heben Sie Lebensmittel aus der Region besonders hervor ?



Quelle: Eigene Befragung

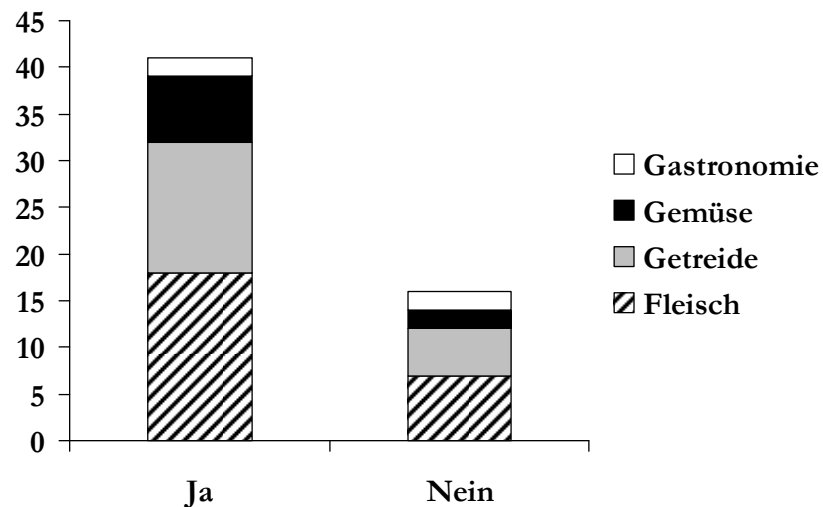
- **Gastronomie**
 - Schmeck den Süden
 - Speisekarte: Auslobung von Metzgerei und/ oder Herkunftsbetrieb
- **Gemüse & Obst**
 - Werbezeitschrift
 - Produktbroschüren
 - Hinweis auf Preisschild
- **Getreide**
 - Hinweis im Verkaufsraum, Deklaration
 - Werbung: Albkorn, Römersteiner Dinkel, Albgold
- **Fleisch**
 - Aushänge der Herkunftsbetriebe im Verkaufsraum
 - Hinweis auf Eigenschlachtung
 - Qualivo: Hinweis auf Eigenerzeugnis Listen mit Herkunftsbetrieben

Regionale Vermarktung

Bereitschaft zur Regionalmarke



Halten Sie eine Regionalmarke für verkaufsfördernd ?

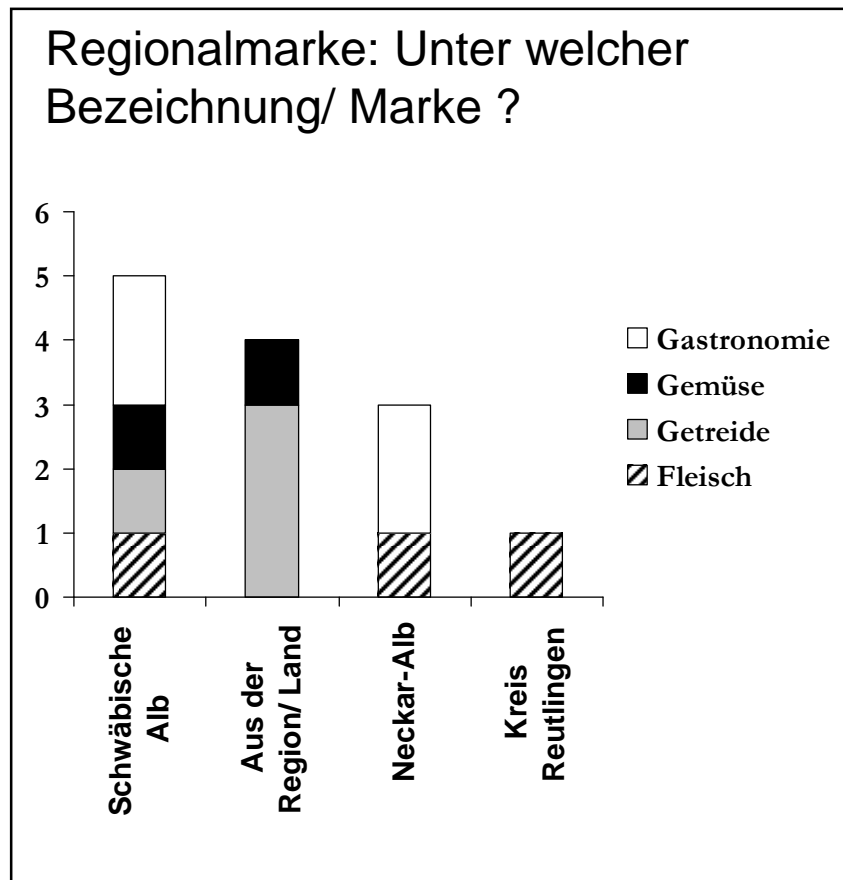


Quelle: Eigene Befragung

- **Gastronomie**
 - „Schmeck den Süden“, Keine Bereitschaft zu weiterem Siegel
- **Getreide**
 - Regionalität reicht nicht, Spezialitäten Voraussetzung
 - Teilweise in Konkurrenz zu Eigenmarken/-namen: : Albkorn, Römersteiner Dinkel, Albgold
- **Fleisch**
 - Metzgerinnung: Umsetzung scheitert an fehlender Abdeckung. Keine Bereitschaft zu finanziellen Mehrkosten. Persönlichkeit wird als wichtiger eingeschätzt: „Einheit zwischen Metzger und Erzeuger“
 - Zweifel an Preisbereitschaft
 - Teilweise in Konkurrenz zu Eigenmarken/-namen: Qualivo, Neuland, Failenschmid

Regionale Vermarktung

Vorschläge zur Regionalmarke



Quelle: Eigene Befragung

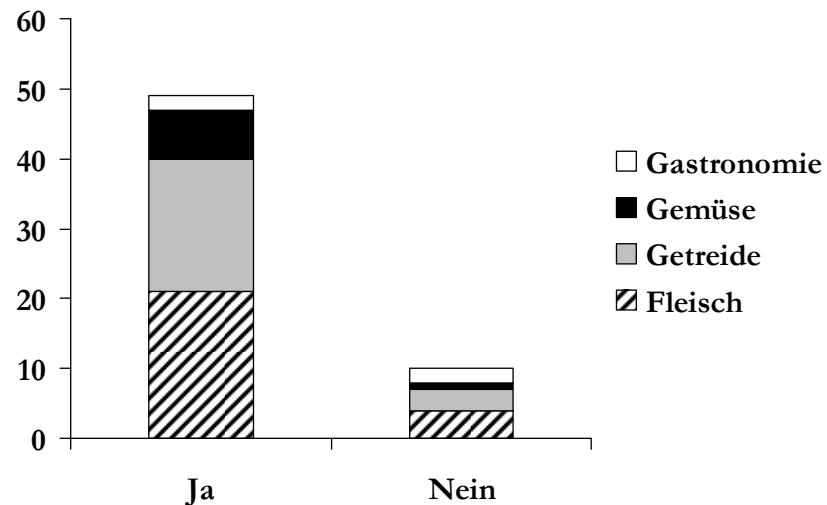
- Uneinheitliche Präferenzen
- Nicht unter „Kreis Reutlingen“
- Weitere Vorschläge
 - Getreide
 - „Aus der Region“
 - Gemüse
 - „Aus ‘em Ländle“
 - Fleisch
 - “Einheimische Bauern – Handwerkliches Können sorgen für Reinheit und Qualität“

Regionale Vermarktung

Hinweis auf gentechnikfreie Zone



„Gentechnikfreie Zone Reutlingen“ – ein Verkaufsargument ?



Quelle: Eigene Befragung

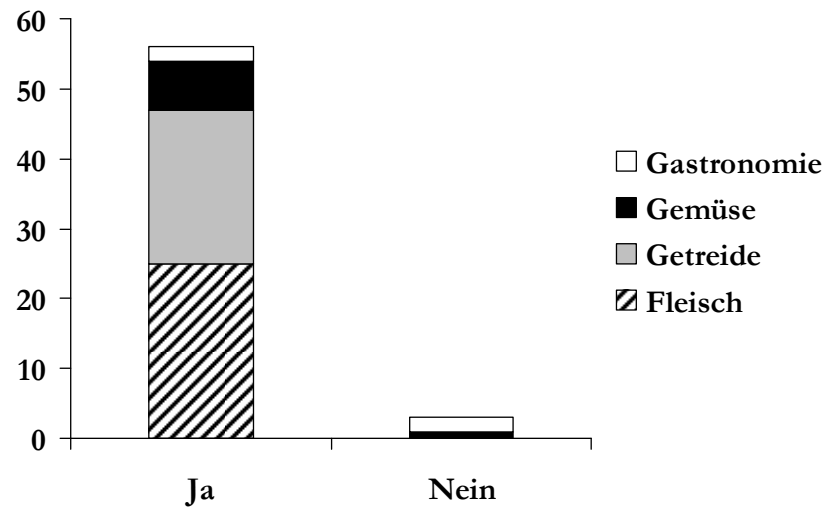
- LEH
 - “Zusatz „gentechnikfreie Anbauregion Reutlingen“ nicht nachprüfbar. sinnvoller über HQZ bzw. BIO, haben Lieferantenerklärung zu GVO-frei
- Fleisch
 - GVO-freie Zone würde nur zu 100% Sinn machen
 - Kontrolle muss gewährleistet sein
 - gentechnikfrei: Qualivo, EZG Schwäbisch Hall, Gutfleisch

Regionale Vermarktung

Unterstützung



Würden Sie eine „gentechnikfreie Anbauregion“ unterstützen?



- Unterstützung durch Vermarktungspartner in allen Segmenten vorhanden

Quelle: Eigene Befragung



Darstellung eines Marktsegmentes: Fleisch

Fleisch:

Allgemeine Situation



- Starke Preisorientierung und Trend zum Discount
- Regionale Spezialitäten erfreuen sich grosser Wertschätzung, Einkäufe konzentrieren sich jedoch zunehmend auf standardisierte Massenware.
- Selbstschlachtende Fleischerfachgeschäft zeigen über die Jahre eine stetige Abnahme und beziehen zunehmend beim Großhandel oder Schlachthof. Strukturveränderung 1980-2002: (Verbrauchermärkte & Discounter 34% auf 61%, Metzger 36% auf 24%)²
- Durchschnittlicher Fleischverzehr pro Kopf und Jahr: 39.5 kg Schweinefleisch, 10.9 kg Geflügel, 8.8 kg Rind- und Kalbfleisch und 700 g Lamm- und Schaffleisch ¹.
- Verbraucherausgaben pro Kopf und Jahr : ca. 100 € für Fleischwaren und Wurst, 60 € für Frischfleisch und 20 € für Geflügel, entsprechend 1-2% des verfügbaren Einkommens je Haushalt (ohne Außer-Haus-Verzehr)².
- Standards werden wichtiger: Preisdifferenzierungen und Produkthaftung zwingen den Landwirt zunehmend zur Bindung an qualitätssichernde Standards (QS, QZ BW, HQZ, CMA-Prüfsiegel)

Quellen: ¹Deutscher Fleischer-Verband 2004; ²LLM Schwäbisch Gmünd 2004

Fleisch: Situation Erzeugerbetriebe



Viehhaltung im Landkreis Reutlingen	Rinder		Schweine		Schafe		Hühner	
	2003	Veränd. zu 1979	2003	Veränd. zu 1979	2003	Veränd. zu 1979	2003	Veränd. zu 1979
Landwirtschaftliche Betriebe	660	-73%	516	-78%	152	-32%	511	-78%
Bestand insgesamt	31698	-38%	41283	-11%	28505	+100%	74048	-57%
je Halter	48	+132	+80	+297	+188	+195	+145	+96
je 100 ha landw.gen.Fläche	74	-36	96	-8	66	/	/	/

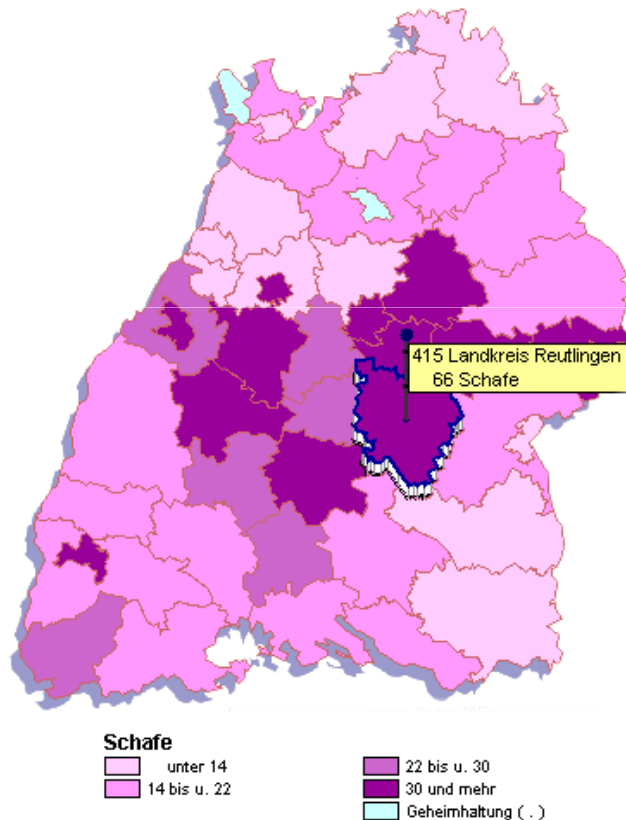
- Konstante Abnahme der Anzahl der Betriebe, Verringerung bei Rinder und Schwein in 25 Jahren auf ca. ¼ des ursprünglichen Umfangs. Trend zu leistungsfähigen Haupterwerbsbetrieben
- Keine Erzeugergemeinschaft im Landkreis Reutlingen vorhanden
- Erzeugerring für Qualitätschweine Ehingen-Münsingen-Reutlingen e.V.

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Fleisch: „Württembergischer Lamm“



Schafbestand pro 100 ha LF



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2003

- Erzeugergemeinschaft
 - seit Gründung bestrebt ihre Fütterung auf regionale Produkte zu beschränken.
 - die Initiative Gentechnisch freie Anbauregion stößt auf großes Interesse und volle Unterstützung (Hr.Rothweiler)
 - Schafhalter großes Interesse hinsichtlich GVO-freier Futtermittel
 - bezieht ca. 5.000 Schafe aus dem Landkreis RT und angrenzenden Gebieten

- Voraussetzung
 - Regionale GVO-freie Futtermittel 80%:
 - Seit Jahren Bestrebungen vorhanden, es konnte keine Futtermittelfirma gefunden werden für diese kleinen Mengen
 - LVA Aulendorf: Fütterungsversuch mit Erbsen als Eiweißträger nicht zufrieden stellend, führte zu hoher Verfettung und Überschreitung Ausmästungsdauer
 - Derzeit wird ein Fütterungsversuch mit ROPRAPLUS (Rapsextraktionsschrot) vorbereitet, mit den gleichen Partnern (Fetzer, Mang, Rothweiler, Lva Aulendorf Dr. Jilg).
 - Regionale Ölmühle: Fetzer Mühle/ Markus Gröll:
 - Interesse an Angeboten von Rationen
 - Hauptproblem: Transportkosten

Fleisch: Struktur im Kreis Reutlingen



- 2 Innungsverbände
 - Innung Reutlingen (35 Betriebe)
 - Metzgereivereinigung Reutlingen (77 Betriebe, davon die ½ Metzgereien)
 - Innung Ermstal/Alb/Urach (17 Betriebe)

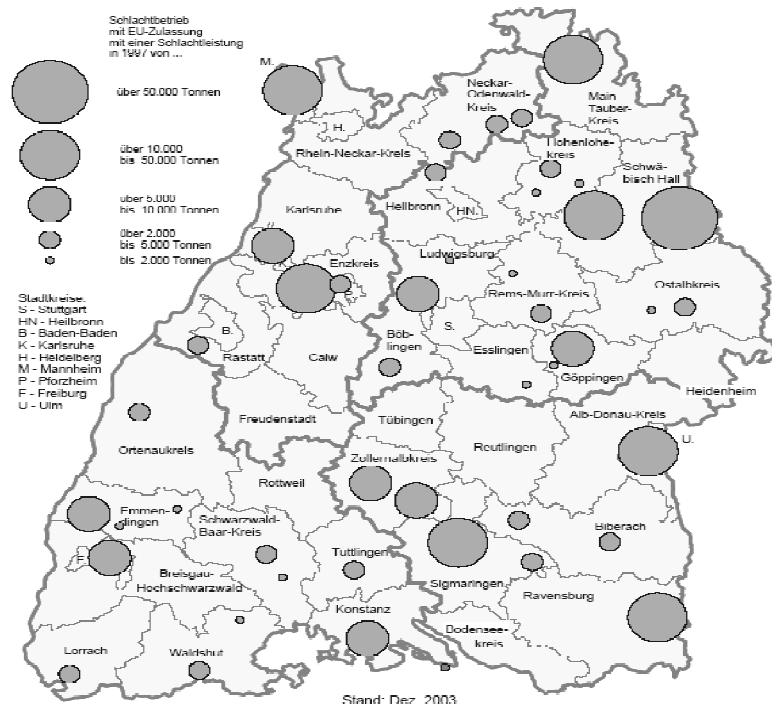
- 3 Großmetzgereien innerhalb
 - Metzgerei Zeeb (33 Filialen)
 - Metzgerei Schneider
 - Schmälzle Fleischwaren

- Wichtige Strukturen außerhalb des Kreises Reutlingen
 - Schlachthöfe
 - Fleischzentrale Südwest Schlachthof Riedlingen
 - Fleischmarkt Gärtringen GmbH
 - Möhrle Mengen
 - Großmetzgereien
 - Lutz Fleischwaren, Blumberg (150 Filialen)
 - MEGA, Stuttgart
 - Rewe-Großverbraucher-Service, Mainz

Fleisch: Struktur im Kreis Reutlingen



**Schlachtstätten mit EU Zulassung
nach Größenklassen**



Quelle: Landesstelle für landwirtschaftliche Marktkunde Schwäbisch Gmünd 2004

- Kein Schlachthof mit EU-Zulassung in Reutlingen
- Fleischmarkt Gärtringen GmbH
 - Förderkriterien garantieren 50% aus regionaler Schlachtung
 - Kapitalbeteiligung durch Landwirte
 - Reine Lohnschlachtung
- Fleischzentrale Südwest Schlachthof Riedlingen
- Schlachthof Möhrle, Mengen
 - Regionalvermarktung: bedingt
 - GVO-frei:
 - vor 1 Jahr bei Versuch gescheitert Erzeugererklärung zur GVO-freier Fütterung initiieren
 - Bereitschaft zur Zusammenarbeit
 - Keine Mindestmenge, aber Absatz muss organisiert werden.

Fleisch: Regionale Schlachtung



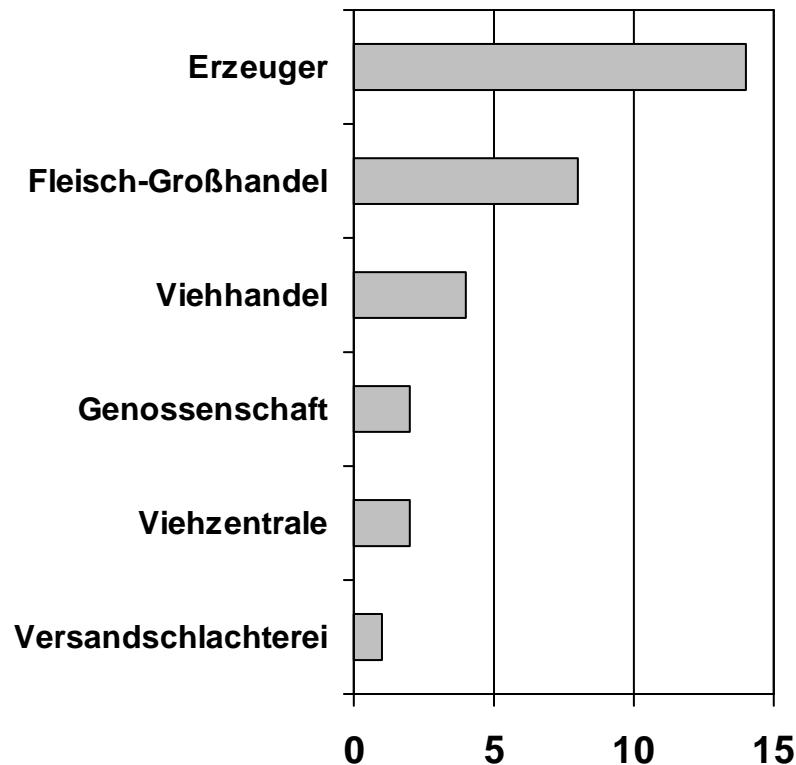
Anteil von regionalen Hausschlachtungen und gewerblichen Schlachtungen im Landkreis Reutlingen

Tiere	Jungbullen	Kühe	Färsen	Ochsen	Kälber	Schweine	Schafe/ Lamm	Geflügel
Tierbestand (Stichtag 03.05.2003)	5855	11232	7508	202	5032	12629	10439	74 048
Jahresproduktion (Tiere/a)	3981	3707	5105	137	4026	34098	12527	k.A.
Schlachtungen in Reutlingen (Tier/a)	1325	178	1243	138	302	24164	14213	k.A.
Regionale Schlachtung	33%	5%	24%	100%	8%	71%	88%	k.A.

- Die Schlachtung bei Ochsen, Schafen/ Lämmer und Schweinen erfolgt zu einem hohen Anteil in der Region
- Kühe, Kälber und Färsen werden in der Regel zu Schlachthöfen ausserhalb des Landkreises transportiert

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Fleisch: Bezugskanäle in Reutlingen



Quelle: Eigene Befragung

- Großmetzgereien
 - Fa. Zeeb: Schlachthof Möhrle
 - Fa. Schneider: Schlachthöfe Riedlingen & Hemmingen
- Metzgereien
 - Bezug der Tiere überwiegend direkt vom Landwirt
 - Einige Betriebe verzichten ganz auf Zukauf ausserhalb (u.a. Failenschmid)
 - Abholung durch Metzger spielt bei Selbstschlächter große Rolle
 - Zum Teil existieren Rahmenvereinbarungen mit Landwirten in Form von Erzeugungs- und Qualitätsregeln
 - Oft traditionelle Lieferbeziehungen mit „verwandschaftlichen“ Beziehungen zu Stammkunden, deshalb auch schwierig, neue Lieferstrukturen aufzubauen (Hr. Fetzer)
 - kein Reutlinger Metzger schlachtet mehr selber. Hälften werden überwiegend bei Möhrle (Schlachthof Mengen) gekauft, Salami über die Metzgervereinigung. (Diese Metzgervereinigung hat allerdings nicht den gleich wichtigen Stand wie die BäKo bei den Bäckern)
- Großverbraucher/ Kantinen
 - Kreiskliniken Reutlingen GmbH: Fleisch- und Wurstbezug durch REWE und LUTZ
- LEH
 - Edeka: eigenes Bezugssystem

Fleisch: Sortiment der Metzgereien



	Im Sortiment vorhanden	Bezug überwiegend	
		regional	überregional
Jungbullen	100%	45%	55%
Schweine	91%	80%	20%
Kälber	64%	86%	14%
Schafe/ Lamm	55%	83%	17%
Färsen	36%	100%	0%
Geflügel	18%	50%	50%
Ochsen	9%	100%	0%
Ziegen	9%	100%	0%
Sonstige Produkte aus der Region			
Eier	64%		
Käse	27%		
Wild	9%		
Fisch	9%		

- Jungbullen und Schweine finden sich fast überall im Sortiment, Schafffleisch seltener
- Geringer Anteil an Geflügel, Ochsen und Ziegen
- Im Sortiment finden sich häufig Eier
- und zu einem geringeren Anteil Käse, Wild und Fisch

Nennungen befragter Metzgereien in % (Quelle: Eigene Befragung)

Fleisch: Anforderungen an Erzeuger



	Bedeutung	Erfahrung
	Skala 1-6	Skala 1-6
Frische	1,2	1,5
Qualität	1,3	1,5
Termintreue	1,7	1,9
Preis	1,8	1,8
Lieferzuverlässigkeit	1,9	1,5
Service (Reklamation)	2,4	2,4
Verpackung/ Etikettierung	2,4	2,3
Lieferhäufigkeit	2,5	2,1
Sortimentsvielfalt	2,8	3,1
Mindestmengen	2,8	1,8
Zertifikate (QS etc.)	4,1	5,1
Gütezeichen (HQZ)	4,3	4,5

- Frische und Qualität werden als entscheidend,
- Termintreue und Preis als wichtig beurteilt
- HQZ und QS spielen im Fleischerhandwerk keine Rolle, oft negative Erfahrungen
- Qualivo hat als Gütezeichen an Bedeutung gewonnen

Anmerkung: die Angaben bei Erfahrungen sind häufig identisch angegeben und nur eingeschränkt aussagefähig.

Quelle: Befragung Metzgereien

Fleisch: Potentielle Mengen



Tiere/a	Jungbullen	Kühe	Färsen	Ochsen	Kälber	Schweine	Schafe/ Lamm	Geflügel
Großmetzgereien								
Zeeb	k.a.	k.a.	1300	100	300	13.000	200	15.000
Schneider	k.a.	k.a.	350	k.a.	130	5.000	k.a.	k.a.
Erzeuger/ Vermarktungsvereine								
Schwäbisch-Hällische								
Metzgerei-Handwerk								
Mittlerer Betrieb	k.a.	k.a.	424	106	80	3.180	265	k.a.
Gastronomie (zerlegt)								
Mittlerer Betrieb	10	5	3	3	8	60	140	300
Großverbraucher (zerlegt & portioniert)								
Fa. Goller	42	k.a.	k.a.	k.a.	k.a.	167	k.a.	k.a.
BOSS Kantine	7	8	9	k.a.	25	56	k.a.	k.a.
Studentenwerk Tübingen	7	8	9	k.a.	25	446	k.a.	15.000

Quelle: Befragung Metzgereien (k.a.= keine Angabe)

Fleisch:

Potentielle Preisaufschläge



Preisbildung

	Nennungen in %
Wöchentliche Preisvereinbarung	37%
Eigene Preismaske	21%
Festpreis	16%
ZMP Handelsklasse	16%
Gebietsnotierung	11%

Nennungen befragter Metzgereien in % (Quelle: Eigene Befragung)

- Die Preisvereinbarungen erfolgen häufig wöchentlich oder anhand einer eigenen Preismaske
- Bei Schweinen und Färsen i.d.R. Festpreis
- Regional & GVO-freie Produkte als Chance, Aufpreis jedoch (noch) nicht realisierbar
- Mögliche Aufschläge für Premium Qualität
 - Jungbullen
 - + 13 Cent/kg SG
 - + 80 Cent/kg SG (Qualivo Richtlinien)
 - Kälber
 - + 46 Cent/kg SG
 - Färsen
 - + 20 Cent/kg SG
 - Schweine
 - + 6 Cent/kg SG
 - Schafe/ Lamm
 - +10 Cent/kg LG (Württembergischer Lamm)

SWOT



Stärken

- „Württembergischer Lamm“: Profilierungschance und Imagegewinn für die Region
- Nutzung bestehender Schlacht- und Vermarktungsstrukturen möglich

Schwächen

- Keine Erzeugergemeinschaft vorhanden (Zucht, Qualität, Organisation, Logistik, langfr. Verträge)
- Angebotsmenge im Landkreis zu gering
- Keine regionale Schlachtmöglichkeit nach EU-Zulassung
- Uneinheitliche Interessen der Metzgereien, geringe Bereitschaft zu Mehrpreis
- Hoher kommunikativer organisatorischer und finanzieller Aufwand

Chancen

- Premiumschiene: Potential für Direktvermarkter/ Fleischfachhandel/ Gastronomie aus der Region
- Standardschiene: Potential für Kantinen/ Grossverbraucher/ Fleischverarbeiter.
- Anbindung an bestehende Programme (LEH/Besh)
- Änderung Verbraucherbewusstsein/ Akzeptanz durch verstärkte Öffentlichkeitsarbeit

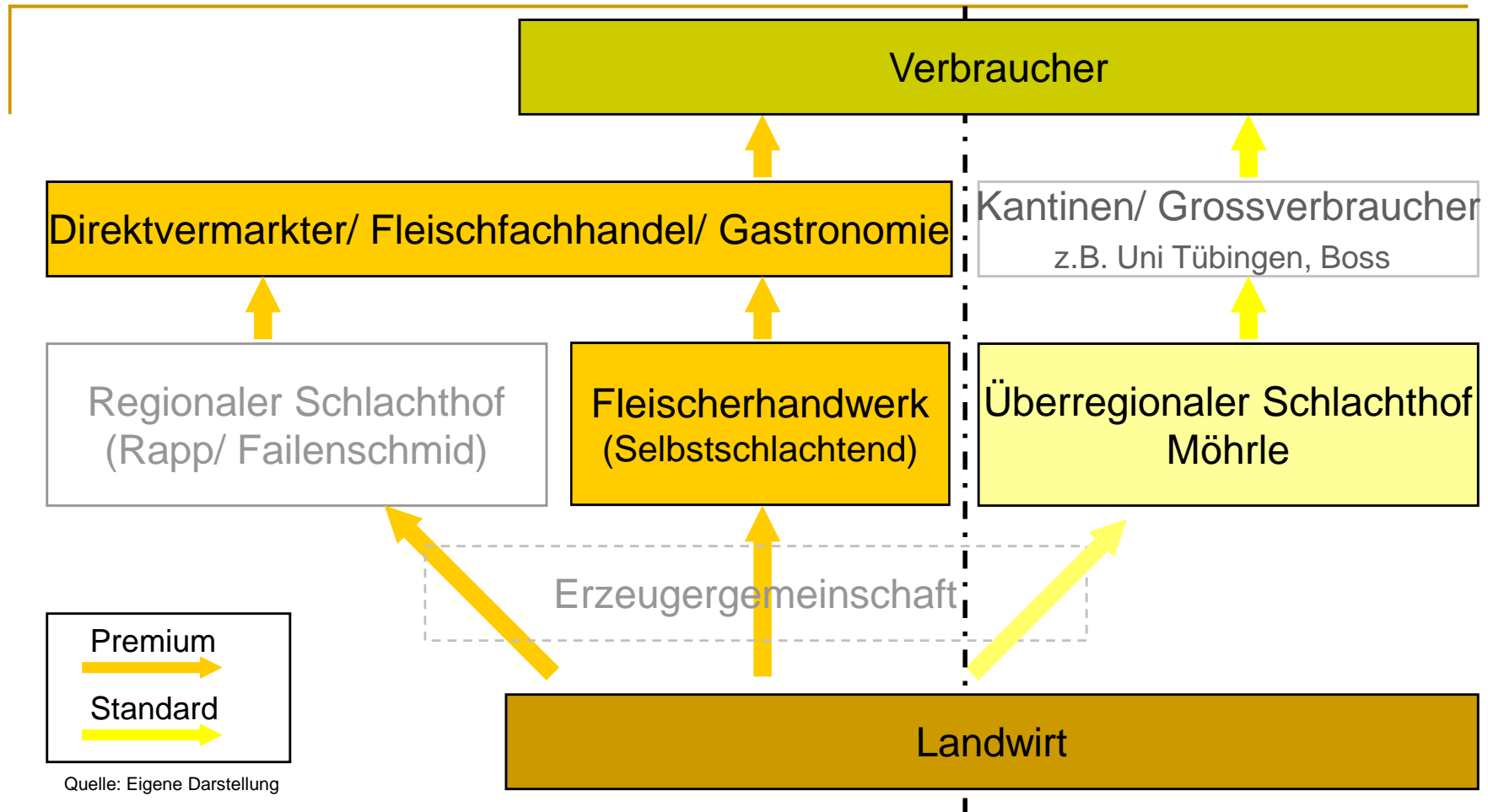
Risiken

- Bedarf an regionalen Produkten nicht vorhanden
- Konsumklima, Trend zum Discounter

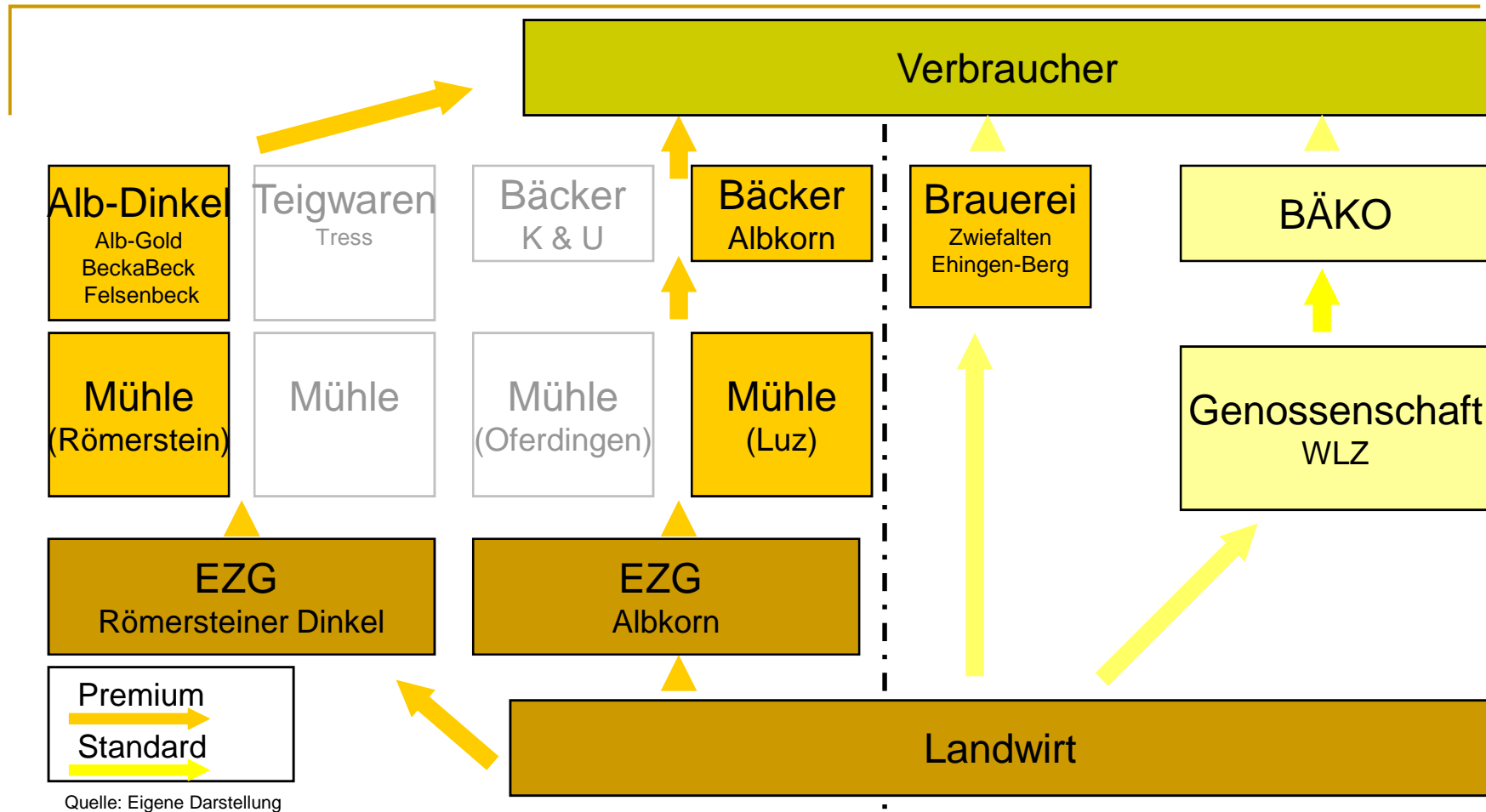


Aktivitäten nach Absatzschienen

Konzeption Absatzschiene: Fleisch



Konzeption Absatzschiene: Getreide



Exkurs: Regionale Futtermittel

Schäfer



Futtermittelbedarf Schäfer

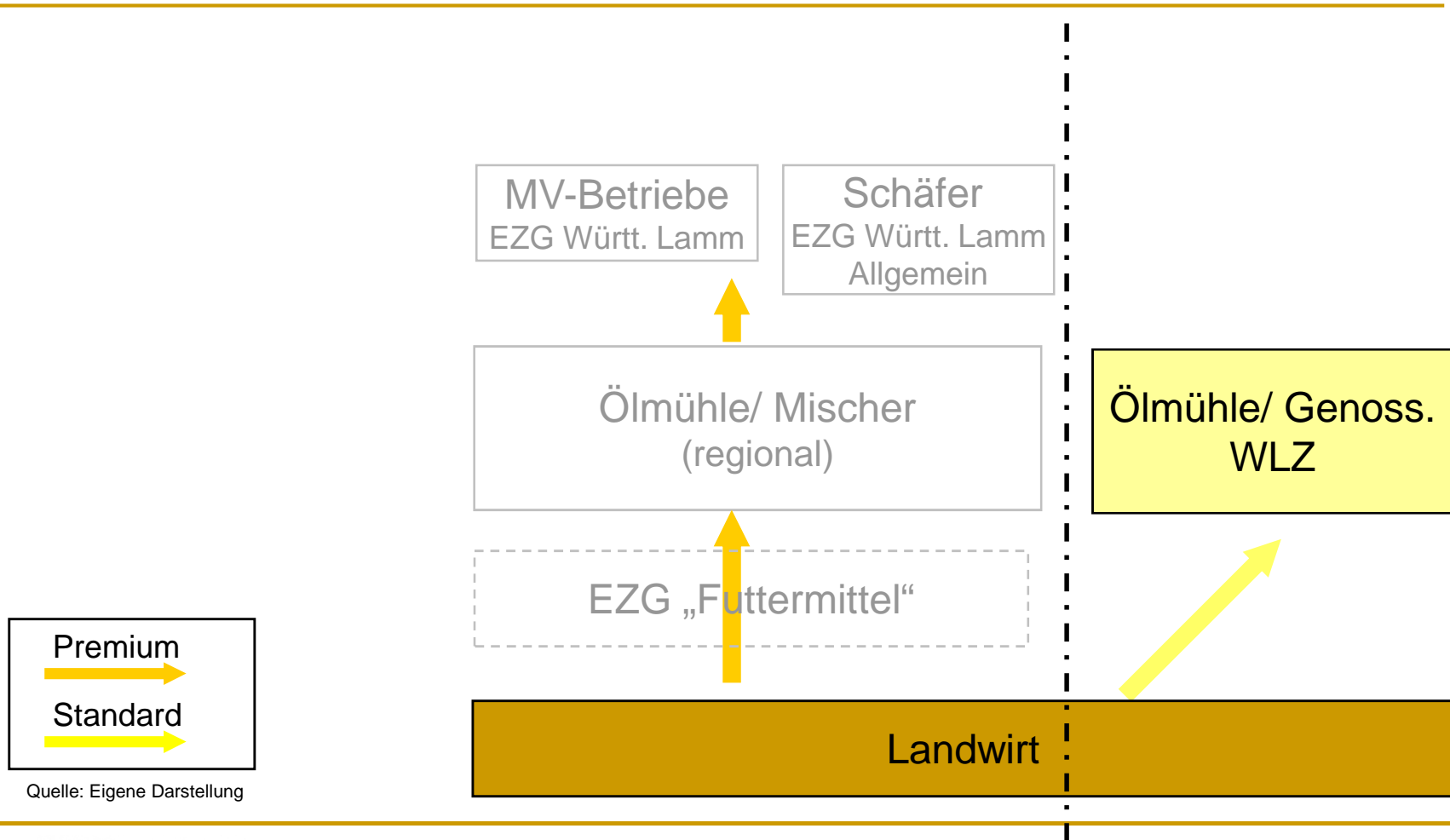
- Startmengen
 - Futtergetreide: ca.30t/Jahr
 - Leguminosen: Rapskuchen 5t/Jahr
 - Fertigfutter: Lämmerfutter 86t/Jahr
 - Melasseschnitzel 15t/Jahr

n= 120 Schafhalter aus LK RT
15 Rückläufe: Koppelschafhalter (11), Große Schafhalter (4)
davon 8 interessiert an GVO-frei erzeugtem Futter.

- Futtermitteleinkauf
 - I.d.R. über Genossenschaftshandel (6)
 - Erfolgt als lose Ware (3), ab Feld (2) oder Sammelstelle (3)
- Futtermischung
 - Mischen i.d.R selbst (9) bzw. lassen mischen (5). Z.t. Zukauf als fertig pelletiertes Futter.
- Preise
 - Muskator, BayWa 25Kg: 10,3 €
 - Lämmerkorn, Raiff. 25 Kg: 9,5€
 - Ziel sollte es sein, dieses zu unterbieten.

Quelle: Eigene Befragung

Konzeption Absatzschiene: Regionale Futtermittel



Quelle: Eigene Darstellung



Ausblick

Meilensteine



- Fleisch
 - Aufbau einer Erzeugergemeinschaft
 - Erstellung von Erzeugerkriterien (Prozess- und Produktqualität)
 - Aufbau der 2 konzipierten Absatzkanäle
 - 2 Schienen: Fleischerhandwerk/Gastronomie und Kantinen/Großverbraucher
 - Konditionen: Qualität, Quantität, Preise
- Getreide
 - Ausbau der bestehenden Absatzkanäle
- Futtermittel
 - Aufbau des konzipierten Absatzkanales (Start:Schäfer)
- Promotion GVO-freie-Anbauregion Reutlingen/ Neckar-Alb
 - Verbraucherveranstaltung/ Aktionswoche: Anfang Juli
 - Eintragung als grösste gentechnikfreie Region in Schwaben (faire-Nachbarschaft.de)
 - Aktionswoche mit Bäckereien und Fleischerhandwerk (in Absprache mit Innungen)
 - Regionalverband Neckar-Alb
 - gemeinsame Pressearbeit und Veranstaltung mit Zollernalb und Tübingen
 - Nächstes Etappenziel 50% Neckar-Alb, enge Koordination mit
 - Implementierung Körperschaft/ Aktionsbündnis
 - Quartalsweiser Infobrief

Vielen Dank

