



LAND
BRANDENBURG

Ministerium für Landwirtschaft,
Umwelt und Klimaschutz



Bio-Marktbericht Brandenburg-Berlin 2023-2024

**natürlich.nachhaltig.
Wir in Brandenburg**

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	6
2	Bio-Anbauflächen in Brandenburg – Regionale Verteilung und Betriebsstrukturen	6
2.1	Überblick	6
2.2	Getreide	9
2.2.1	Roggen	10
2.2.2	Weizen	13
2.2.3	Hafer	14
2.2.4	Buchweizen	15
2.2.5	Weitere Getreidearten	16
2.3	Hülsenfrüchte	18
2.3.1	Lupine	18
2.3.2	Sonstige Hülsenfrüchte	18
2.4	Industriepflanzen/Ölsaaten	20
2.4.1	Sonnenblumen	20
2.4.2	Sonstige Industriepflanzen/Fenchel	21
2.5	Hackfrüchte	22
2.5.1	Kartoffeln	22
2.5.2	Zuckerrübe	25
2.5.3	Sonstige	26
2.6	Gemüse	26
2.6.1	Gemüse im Freiland	26
2.6.2	Spargel	26
2.6.3	Sonstiges Freilandgemüse	27
2.6.4	Gemüse aus geschütztem Anbau	29
2.7	Ackerfutter	29
2.8	Grünland	30
2.8.1	Mähweiden	30
2.8.2	Wiesen	31
2.9	Dauerkulturen	32
3	Tierbestände	34
3.1	Milchkühe	34
3.2	Mutter- und Ammenkühe	36
3.3	Fleischrinder	37
3.4	Mastschweine	39
3.5	Zuchtsauen/Ferkel	41
3.6	Legehennen	43
4	Die regionale Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln	44
4.1	Entwicklung der Verbraucherausgaben	44

4.2	Sortiment.....	47
4.3	Einkaufsstätten.....	48
4.4	Soziodemografische Merkmale der Bio-Haus-haltsnachfrage	50
4.5	Außer-Haus-Nachfrage	51
5	Abgleich von regionalem Angebot und regionaler Nachfrage.....	53
5.1	Getreide	53
5.2	Kartoffeln.....	56
5.3	Gemüse	58
5.4	Obst	60
5.5	Milch	61
5.6	Fleisch.....	63
6	Fachleutebefragung.....	66
6.1	Allgemeine Methodik: die Delphi-Methode	66
6.2	Ergebnisse der ersten Fachleutebefragung (Stufe 1)	67
6.2.1	Aktuelle Marktentwicklung.....	67
6.2.1.1	Wachstumsdynamik des Bio-Sektors in Berlin-Brandenburg.....	67
6.2.1.2	Wachsende Bio-Produktgruppen.....	69
6.2.1.3	Ursachen für den Marktrückgang	70
6.2.1.4	Bezug von außerhalb Berlin-Brandenburgs.....	70
6.2.1.5	Vertrieb nach Extern	71
6.2.2	Bewertung bisheriger Maßnahmen und Aktivitäten in der Privatwirtschaft.....	71
6.2.2.1	Kooperationsprojekte und „Vorreiter“-Vermarktung	72
6.2.2.2	Hemmfaktoren für dynamische Entwicklungen.....	73
6.2.3	Vermarktung von Bio-Lebensmitteln.....	74
6.2.3.1	Produktgruppen mit hohem Vermarktungspotenzial	74
6.2.3.2	Rolle des Lebensmitteleinzelhandels bei der regionalen Vermarktung.....	75
6.2.3.3	Beurteilung Absatzzweig AHV	75
6.2.4	Verarbeitung von Bio-Lebensmitteln.....	76
6.2.4.1	Verarbeitungskapazitäten Brandenburg	76
6.2.4.2	Schaffung von Verarbeitungskapazitäten	77
6.2.4.3	Steigerung der Bedeutung des Lebensmittelhandwerks.....	77
6.2.5	Bewertung politischer Maßnahmen zur Entwicklung des Bio-Sektors	78
6.2.5.1	Bewertung politischer Maßnahmen	78
6.2.5.2	Umsetzung der Maßnahmen am Markt	78
6.2.5.3	Bewertung des Bio-Labels	79
6.2.6	Erwartete Wachstumsdynamik des Bio-Sektors in Berlin-Brandenburg in den nächsten fünf Jahren	79
6.2.6.1	Markt in Deutschland und Europa sowie Treiber des Wachstums	80
6.2.6.2	Zukünftige Entwicklung der Absatzkanäle	80
6.3	Ergebnisse der Online-Befragung (Stufe 2).....	81

6.3.1	Wachstumsprognosen und Leuchtturmprojekte: Aussichten der Bio-Landwirtschaft bis 2030	81
6.3.2	Wachstumspotenzial im biologischen Ackerbau, begrenzte Aussichten in der Tierproduktion	83
6.3.3	Regionale Verarbeitungskapazitäten fehlen in Brandenburg	84
6.3.4	Forderung für bessere Verarbeitungsstrukturen und Anreize für die handwerkliche Lebensmittelvermarktung	84
6.3.5	Vielversprechende Absatzperspektiven in der Außer-Haus-Verpflegung	85
6.3.6	Meinungsbild zu „bio-Brandenburg Gesicherte Qualität“ und laute Stimmen für mehr Förderungen	86
6.3.7	Stärkere Vernetzungen und übergreifende Logistik sind wichtige Stellschrauben	88
6.3.8	Anregungen für Entwicklungen im Bio-Sektor	89
7	SWOT – Stärken, Schwächen, Möglichkeiten, Herausforderungen.....	91
8	Empfehlungen	98
8.1	Empfehlungen zur Bio-Marktentwicklung, insgesamt und für spezifische Bio-Produktgruppen	98
8.2	Exkurs	107
8.2.1	Regionale Bio-Kennzeichnung	107
8.2.1.1	Das Brandenburger Bio-Zeichen	107
8.2.1.2	Umsetzungsbeispiel: Das Bayerische Bio-Siegel	107
8.2.1.3	Erfolgsfaktoren zur regionalen Kennzeichnung	109
8.2.2	Beihilfen und Förderung	109
8.2.2.1	Flächenbezogene Förderung	109
8.2.2.2	Förderung landwirtschaftlicher Investitionen	110
8.2.2.3	Förderung von Investitionen im Vermarktungs-strukturen	110
9	Zusammenfassung	111
10	Literaturverzeichnis	112
	Impressum	114

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anbau, Erzeugung und Absatz von Bio-Kartoffeln in Berlin und Brandenburg (2023)	58
Tabelle 2: Umrechnungsfaktoren für Bio-Milch und Bio-Milchprodukte in Rohmilchäquivalente (RMÄ)	62
Tabelle 3: Erzeugung und Absatz von Bio-Milch in Berlin-Brandenburg (2023).....	63
Tabelle 4: Überblick über den Rahmen für die Delphi-Fachleutebefragung	67
Tabelle 5: Darstellung der besonders gut wachsenden Bio-Produktgruppen und deren Nennungshäufigkeit.....	69
Tabelle 6: Darstellung von extern bezogenen Produktgruppen sowie deren Nennungshäufigkeit.....	70
Tabelle 7: Darstellung der am häufigsten genannten Hemmfaktoren sowie deren Nennungshäufigkeit.....	74
Tabelle 8: Aufstellung von Produktgruppen mit hohem Vermarktungspotenzial sowie deren Nennungshäufigkeit.....	74
Tabelle 9: Auflistung der genannten Absatzkanäle sowie deren Nennungshäufigkeit	80

Tabelle 10: SWOT-Analyse des Berlin-Brandenburger Bio-Markts und Bio-Sektors.....	92
Tabelle 11: SWOT-Analyse für Bio-Gemüse aus Berlin-Brandenburg	93
Tabelle 12: SWOT-Analyse für Bio-Kartoffeln aus Berlin-Brandenburg	94
Tabelle 13: SWOT-Analyse für Bio-Fleisch aus Berlin-Brandenburg	95
Tabelle 14: SWOT-Analyse für Bio-Milch aus Berlin-Brandenburg	96
Tabelle 15: SWOT-Analyse für Bio-Getreide aus Berlin-Brandenburg.....	97
Tabelle 16: Allgemeine Empfehlungen zur Bio-Marktentwicklung in Berlin-Brandenburg	98
Tabelle 17: Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Gemüse und -Kartoffeln in Berlin- Brandenburg.....	99
Tabelle 18: Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Fleisch und Eiern in Berlin-Brandenburg	101
Tabelle 19: Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Milch in Berlin-Brandenburg.....	103
Tabelle 20: Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Getreide in Berlin-Brandenburg.....	105
Tabelle 21: Förderung des Bio-Landbaus im Vergleich (EUR je ha)	110

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg	7
Abbildung 2: Verteilung der Bio-Flächen in Deutschland und Brandenburg	8
Abbildung 3: Verkaufserlöse der Bio-Landwirtschaft in Deutschland und Brandenburg	9
Abbildung 4: Bio-Getreideflächen in Deutschland und Brandenburg	10
Abbildung 5: Betriebsstrukturen für Winterroggen, Sommerroggen, Winterweizen	11
Abbildung 6: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Winterroggen	12
Abbildung 7: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Sommerroggen.....	12
Abbildung 8: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Winterweichweizen	13
Abbildung 9: Betriebsstrukturen für Sommerweizen, Sommerhafer, Buchweizen	14
Abbildung 10: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Sommerhafer.....	15
Abbildung 11: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Buchweizen	16
Abbildung 12: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Winterdinkel.....	17
Abbildung 13: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Wintergerste	17
Abbildung 14: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Lupinen.....	18
Abbildung 15: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Futtererbse	19
Abbildung 16: Betriebsstrukturen für Linsen, Lupinen, Sonnenblumen.....	20
Abbildung 17: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Sonnenblumen	21
Abbildung 18: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Fenchel inkl. Gemüfefenchel, Körnerfenchel.....	22
Abbildung 19: Betriebsstrukturen für Kartoffeln, Spargel, Möhren	23
Abbildung 20: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Speisekartoffeln	24
Abbildung 21: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Zuckerrübe	25
Abbildung 22: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Gemüse.....	26
Abbildung 23: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Spargel	27
Abbildung 24: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Gurke	28
Abbildung 25: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Ackerfutter	29
Abbildung 26: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Mähweiden	30
Abbildung 27: Betriebsstrukturen für Wiesen, Mähweiden, Strauchbeeren.....	31
Abbildung 28: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Wiesen	32
Abbildung 29: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Äpfel in Vollanbau	33
Abbildung 30: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Sanddorn.....	33
Abbildung 31: Betriebsstrukturen für Mutterkühe, Milchkühe, Mutterschafe.....	34
Abbildung 32: Ökologisch behaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Milchkühe	35
Abbildung 33: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Mutter- und Ammenkühe	37
Abbildung 34: Betriebsstrukturen für Kälber und Rinder nach Altersgruppen.....	38
Abbildung 35: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Rinder.....	39
Abbildung 36: Betriebsstrukturen für Zuchtsauen, Mastschweine, Legehennen	40
Abbildung 37: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Mastschweine.....	41

Abbildung 38: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Zuchtschweine >50 kg (einschließlich Wildschweine)	42
Abbildung 39: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Ferkel	42
Abbildung 40: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Legehennen	43
Abbildung 41: Verbraucherausgaben privater Haushalte für frische Bio-Lebensmittel in Deutschland und Berlin-Brandenburg, in Mio. EUR.....	44
Abbildung 42: Anteil der Verbraucherausgaben für frische Bio-Lebensmittel nach Bundesländern, 2023, in %	45
Abbildung 43: Bio-Anteile an Verbraucherausgaben privater Haushalte für frische Lebensmittel, in Deutschland und Berlin-Brandenburg	46
Abbildung 44: Verteilung der Ausgaben für frische Bio-Lebensmittel auf die wichtigsten Warengruppen, 2023	47
Abbildung 45: Einkaufsmengen für Bio-Produkte privater Haushalte in Deutschland und Berlin- Brandenburg, 2023, Veränderungen zum Vorjahr in %	48
Abbildung 46: Ausgabenanteile der Verbraucher für frische Lebensmittel, 2023, in %.....	49
Abbildung 47: Ausgaben der Verbraucher für frische Bio-Lebensmittel, 2022 und 2023, in Mio. EUR	50
Abbildung 48: Verbraucherausgaben für frische Nahrungsmittel in Berlin-Brandenburg nach Lebenszyklus und OECD-Wohlstandsklassen, 2022, in %.....	51
Abbildung 49: Nachfrage nach Brot- und Backwaren in Deutschland und Brandenburg.....	54
Abbildung 50: Warenstromanalyse Bio-Getreide in Brandenburg	54
Abbildung 51: Warenströme von Bio-Roggen in Brandenburg.....	55
Abbildung 52: Warenströme von Weizen, Dinkel und Hafer in Brandenburg	55
Abbildung 53: Einkaufsmengen an Bio-Kartoffeln in Berlin-Brandenburg nach Jahren, in 1.000 t.....	57
Abbildung 54: Einkaufsmengen an Bio-Gemüse in Berlin-Brandenburg nach Jahren, in Mio. kg.....	59
Abbildung 55: Monatliche Einkaufsmengen an Salatgurken nach Produktionsweise, Privathaushalte in Deutschland, 2022, in % der Jahresmenge	60
Abbildung 56: Erzeugung und Absatz von Frischgemüse und Frischobst in Berlin-Brandenburg in t (2022)	61
Abbildung 57: Einkaufsmenge an Bio-Milch in Berlin-Brandenburg nach Jahren, in Mio. kg.....	62
Abbildung 58: Nachfrage nach Bio-Fleisch in Berlin-Brandenburg	64
Abbildung 59: Nachfrage nach Bio-Wurst in Berlin-Brandenburg	65
Abbildung 60: Erzeugung und Absatz von Bio-Fleisch in Berlin-Brandenburg	65
Abbildung 61: Herausforderungen für das Wachstum der Bio-Branche	82
Abbildung 62: Personalknappheit stellt Hindernis für die Entwicklung des Bio-Marktes dar.....	82
Abbildung 63: Ein starkes Wachstum ist weiterhin möglich (nach Produktkategorien).....	83
Abbildung 64: Regionale Verarbeitungskapazitäten	84
Abbildung 65: Verarbeitung und Vermarktung von Handwerksprodukten	85
Abbildung 66: Vermarktungspotenzial in der Außer-Haus-Verpflegung.....	86
Abbildung 67: Optimierung der Präsenz von "bio-Brandenburg Gesicherte Qualität"	87
Abbildung 68: Förderung der Bio-Landwirtschaft und Lebensmittelverarbeitung	88
Abbildung 69: Vernetzung und Logistik	88
Abbildung 70: Kurzzusammenfassung der Fachleutbefragungen	89

1 Einleitung

Die politische Zielsetzung des Landes Brandenburg ist es, den ökologischen Landbau zu fördern und bis zum Jahr 2024 20 % der landwirtschaftlich genutzten Fläche auf ökologische Bewirtschaftung umzustellen (MLUK, 2021). Derzeit liegt der ökologisch bewirtschaftete Flächenanteil je nach Quelle bei 15 % bzw. 17 %. Damit gehört Brandenburg neben dem Saarland und Hessen zu den Spitzenreitern, wenn es um die Bio-Fläche geht. Deutschlandweit liegt der Anteil 2022 der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) zufolge bei 11,8 %. Eine deutliche Steigerung braucht erhebliche Anstrengungen sowie Anreize für die Landwirte und die nachgelagerten Bereiche.

Der Bio-Markt hat durch das veränderte Konsumverhalten zu Beginn der Corona-Pandemie noch einmal einen kräftigen Aufschwung erlebt. Seit 2022 erschweren Inflation und Kaufzurückhaltung die weitere Entwicklung, 2023 ist der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln und Getränken nach der ersten Delle 2022 wieder gewachsen. Auf Basis des GfK-Haushaltspanels kann die Nachfrage der privaten Haushalte auch in Bezug auf Bio-Lebensmittel analysiert werden. Brandenburg stand 2023 im Ranking nach Bio-Anteilen an den Verbraucherausgaben für frische Lebensmittel auf Platz 12 und damit an erster Stelle unter den östlichen Bundesländern. Die Hauptstadt dagegen ist 2023 auf Platz eins vorgerückt.

Dieser Bio-Marktbericht baut auf dem von der AMI im Jahr 2022 erstellten und bereits veröffentlichten Marktbericht auf und erhebt und bewertet neue Daten. Die Daten und deren Analyse sollen vor allem für die regionalen Marktakteure der Wertschöpfungskette in Brandenburg und Berlin aussagefähig sein und eine Orientierung für wirtschaftliches/ unternehmerisches Handeln bieten. Während im Ende 2022 fertiggestellten Marktbericht vor allem Angebotsmengen und Nachfragedaten auf Bundeslandebene gegenübergestellt wurden, werden nun auch die Strukturen und die regionale Verteilung des Angebotes untersucht werden. Neben der Datenauswertung wurden Marktakteure zu Stärken, Schwächen, Möglichkeiten und Herausforderungen befragt, so werden die Marktakteure der Wertschöpfungsketten in diese Studie mit einbezogen. Daraus wurden Handlungsempfehlungen für die Marktakteure sowie die öffentliche Hand abgeleitet.

2 Bio-Anbauflächen in Brandenburg – Regionale Verteilung und Betriebsstrukturen

2.1 Überblick

Zur Ableitung des Angebotes in Brandenburg hat die AMI zunächst die Anbauflächen und Tierzahlen analysiert, die aus dem vom MLUK zur Verfügung gestellten Verwaltungsdaten (InVeKoS) (MLUK (Ministerium für Landwirtschaft U. u., 2023) abgeleitet werden. Die ökologisch bewirtschaftete Fläche in Brandenburg betrug im Jahr 2023 demnach insgesamt 227.676 ha und somit 17 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche. Damit liegt der Bio-Anteil an der landwirtschaftlichen Nutzfläche in Brandenburg deutlich über dem Bundesdurchschnitt (11 %). Gegenüber dem Vorjahr ist das rechnerisch ein kräftiges Plus von 11 %. Hier schlägt aber eine bessere Erfassung der Dauergrünlandflächen durch, die hauptsächlich für diesen Zuwachs verantwortlich sind. Ein leichtes Plus (+3 %) ergibt sich jedoch auch beim Ackerland. Hinzu kommt, dass in Brandenburg nach langem Aussetzen wieder Umstellungsförderungen gezahlt werden, die auch manche Landwirte motiviert haben dürften.

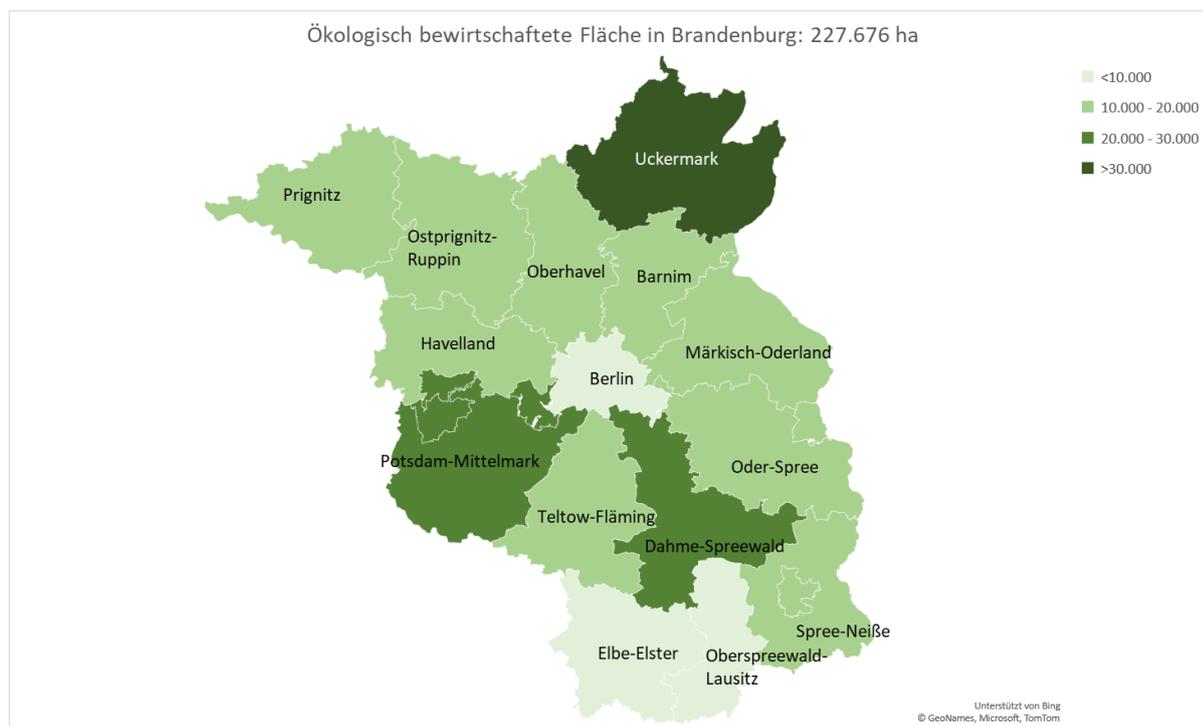
Das MLUK hat im April 2024 auch die Kontrollstellendaten für 2023 (MLUK (Ministerium für Landwirtschaft U. u., 2024) veröffentlicht. Diese unterscheiden nicht nach Flächennutzung, erfassen aber alle am Kontrollverfahren teilnehmenden Betriebe. Demnach ist die Bio-Fläche in Brandenburg 2023 nur um 3,6 % gestiegen – auf 225.247 ha. Die InVeKoS-Daten weisen demnach für 2023 eine geringfügig (1 %) höhere Fläche als von MLUK und der BLE veröffentlicht aus. Die AMI- Strukturdaten

zeigen nochmals höhere Zahlen, hier wurde eventuell etwas optimistisch hochgerechnet. Wenn man bedenkt, dass die InVeKoS-Daten 2022 bei richtiger Zuordnung der Grünlandflächen wahrscheinlich schon höher ausgefallen wären, dann beträgt das Plus rund 5 %. Diese Abweichung ist nicht so groß, dass man keine Strukturvergleiche vornehmen könnte.

Spitzenreiter in Brandenburg bezogen auf den Anteil der ökologisch bewirtschafteten Fläche ist der Landkreis Dahme-Spreewald: Hier werden rund 35 % der Fläche ökologisch bewirtschaftet. In insgesamt drei Landkreisen (Dahme-Spreewald, Barnim, Spree-Neiße) werden mindestens 20 % der Fläche ökologisch bewirtschaftet.

Leider verfügen wir nur für einige Bundesländer über InVeKoS-Daten und haben keine Gesamtzahlen für Deutschland. Neben Brandenburg sind das noch Bayern und Niedersachsen. Für Vergleiche mit dem Bundesdurchschnitt und anderen Bundesländern nutzen wir deshalb zusätzlich die AMI-Strukturdaten (AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH, 2023). Diese Daten zur Bio-Bodennutzung und Bio-Tierhaltung in Deutschland werden anhand von Angaben der Öko-Kontrollstellen zusammengestellt. An der Erhebung für 2022 beteiligten sich 9 Kontrollstellen, die beim Vergleich mit den Daten der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) (BLE, Zahlen zum Öko-Landbau in Deutschland, 2023) einen Anteil von 87 % an der Fläche und 86 % an den Betrieben hatten. Die fehlenden Anteile hat die AMI anhand der vorliegenden Wachstumsraten hochgerechnet. Die Abweichungen zu den InVeKoS-Daten aus Brandenburg waren in den meisten Fällen gering. Daten für 2023 gab es zurzeit der Berichterstellung allerdings noch aus keiner alternativen Quelle. Ferner wurden in einzelnen Fällen Daten aus der Landwirtschaftszählung 2020 und aus der Gemüse- und Strauchbeerenerhebung 2022 genutzt.

Abbildung 1: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg

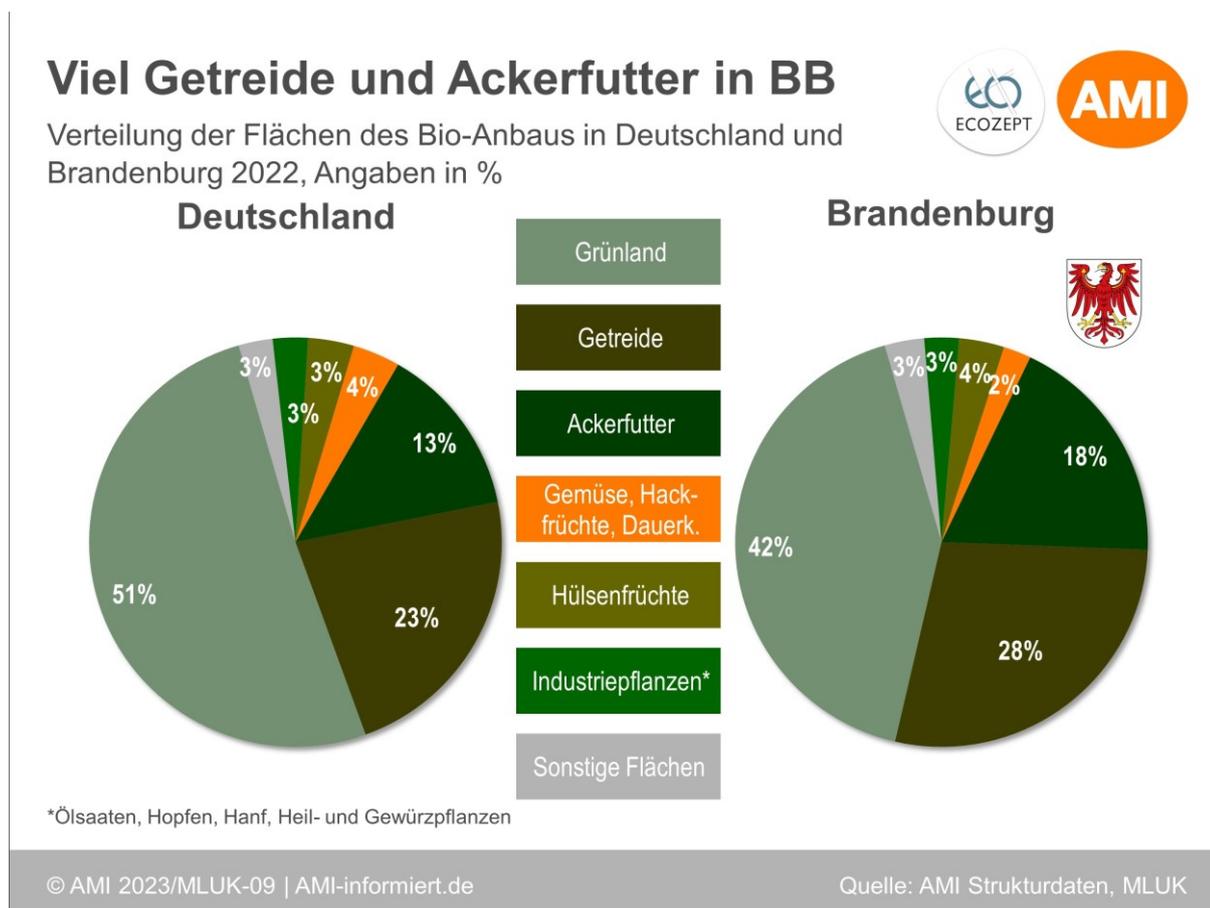


Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Mehr als die Hälfte (57 %) der gesamten landwirtschaftlichen Bio-Nutzfläche Brandenburgs entfällt nach InVeKoS-Daten 2023 auf Ackerland und hiervon knapp eine Hälfte auf Getreide und knapp ein Drittel auf Futterpflanzen. Die Bio-Produktion in Brandenburg ist damit stärker als der Bundesdurchschnitt auf Bio-Getreide und Ackerfutter ausgerichtet ist. Allerdings gilt dasselbe auch für den konventionellen Anbau in Brandenburg. Dort ist der Ackerlandanteil mit fast 80 % noch dominierender und auf Getreide entfallen gut 50 % der Ackerfläche. Im Bundesdurchschnitt entfallen im gesamten Landbau 70 % der Landwirtschaftsfläche auf Ackerland.

In Brandenburg entfallen 28 % der Bio-Gesamtfläche auf Getreide (Bundesdurchschnitt 2022: 23 %) und auf Ackerfutter knapp 19 % (Bundesdurchschnitt 14 %). Geringere Anteile an der Bio-Gesamtfläche sind beim Grünland (Brandenburg: 42 %, Bundesdurchschnitt: 51 %) sowie bei Obst, Gemüse und Kartoffeln zu beobachten. Nach der Gemüseerhebung des Statistischen Bundesamtes (Statistisches Bundesamt, 2023) stellte Brandenburg 2022 nur 3,3 % der für Deutschland erfassten Bio-Freilandgemüsefläche und die Erntemenge von Bio-Gemüse stellte lediglich 2,0 % der Gesamtproduktion. Gemüse ist allerdings auch im konventionellen Bereich in Brandenburg unterdurchschnittlich vertreten, dort stellt Brandenburg 5,5 % der Fläche.

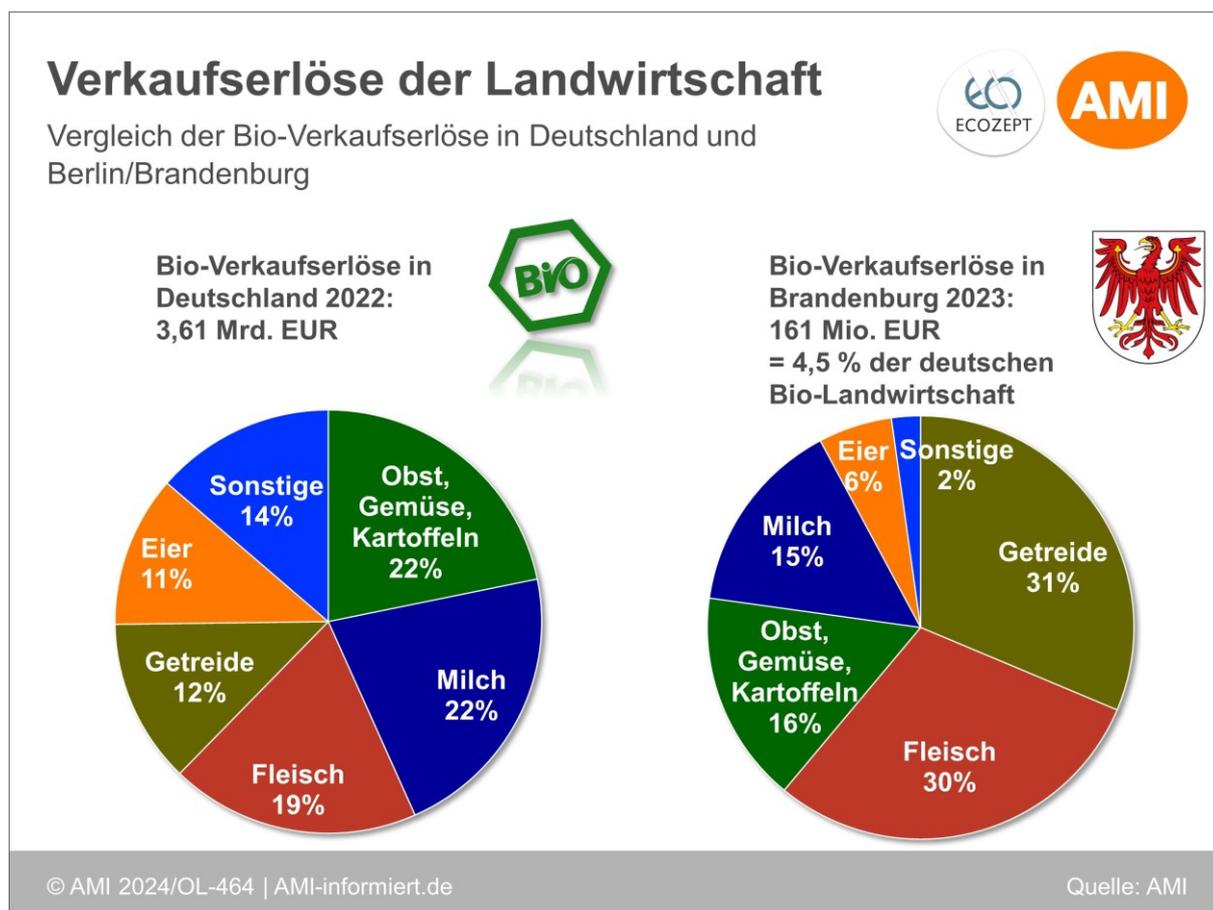
Abbildung 2 Verteilung der Bio-Flächen in Deutschland und Brandenburg



Quelle: AMI-Strukturdaten, InVeKoS-Daten

Bio-Obstarten sind in Brandenburg kaum vorhanden. So entfallen von der bundesdeutschen Bio-Apfelfläche lediglich 2 % auf Brandenburg. Bei den Strauchbeeren konzentriert sich der Bio-Anbau auf Kulturen, die für die Verarbeitung angebaut und maschinell geerntet werden, wie Aronia, Sanddorn, Holunder oder Schwarze Johannisbeere. Von der nationalen Bio-Strauchbeerenfläche liegen deshalb 21 % in Brandenburg.

Für 16 Kulturen, auf die nach InVeKoS-Daten 2023 63 % der Brandenburger Bio-Fläche entfielen, haben wir die Größenstrukturen näher untersucht. Dabei fällt auf, dass sich die durchschnittlichen Flächen pro Betrieb zwar unterscheiden, aber nicht so stark wie oft angenommen. Bei Kulturen, bei denen der Bio-Anbau wichtiger ist als die konventionelle Produktion (Lupinen, Linsen, Buchweizen, Sommerroggen, Sommerhafer), sind die Bio-Betriebe durchschnittlich größer als die konventionellen. Zusätzlich gilt dies auch für Wiesen, Mähweiden, Sommerweichweizen und Sonnenblumen. Bei Winterroggen und Winterweizen sind die Flächen pro Betrieb im Bio-Anbau kleiner. Dasselbe gilt auch für die Sonderkulturen mit niedrigen Anteilen wie Kartoffeln, Gemüse und Strauchbeeren.

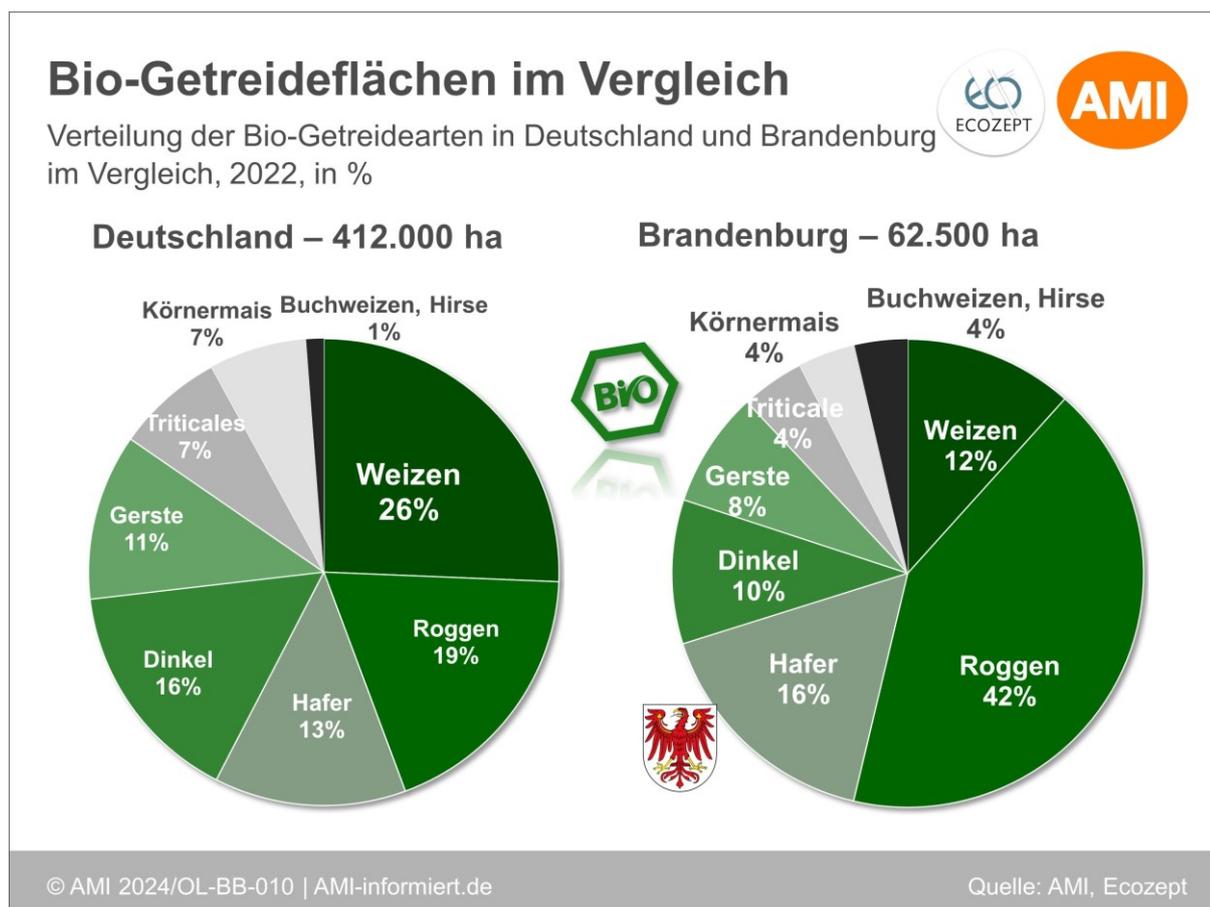


Quelle: AMI

Ein ähnliches Bild wie die Flächenverteilung ergibt die Verteilung nach Verkaufserlöse. Dazu hat die AMI nach gleichem Verfahren wie bei der Strukturdatenerhebung (AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH, 2023) hochgerechnet und für Brandenburg die gleichen Preise unterstellt wie in Deutschland insgesamt. Obwohl 12 % der deutschen Bio-Fläche auf Brandenburg entfallen, liegt der Anteil an den Verkaufserlösen nur bei 4,5 %, da die Produktion vor allem aufgrund der natürlichen Gegebenheiten extensiver ausfällt als woanders und auch intensive Tierhaltung mit nur sehr geringen Anteilen daherkommt. So erwirtschafteten die Landwirte in Brandenburg 2023 rund 31 % der Verkaufserlöse mit Getreide – deutschlandweit waren es nur 12 %. Dafür hat Fleisch mit 30 % Anteil einen weit höheren Anteil, weil in Brandenburg überdurchschnittlich viele Bio-Rinder gehalten werden. Obst/Gemüse/Kartoffeln kommt mit 16 % auf einen unterdurchschnittlichen Anteil. Und die Milch ist trotz umfangreichen Verarbeitungsmöglichkeiten mit nur 15 % Anteil unterdurchschnittlich vertreten.

2.2 Getreide

Der Getreideanbau ist einer der Schwerpunkte im Brandenburger Bio-Angebot. Hier wurde nach InVeKoS-Daten (MLUK (Ministerium für Landwirtschaft U. u., 2023) im Jahr 2023 auf einer Fläche von 63.941 ha Bio-Getreide angebaut, das entspricht 14 % der gesamten Getreidefläche des Landes. Die wichtigsten Getreidekulturen sind Roggen, Hafer und Weizen.



Trotz der vergleichsweise umfangreichen Produktionsmengen gibt es nur wenige größere Mühlen, die Bio-Speisegetreide verarbeiten. Auch die Aufbereitung und Lagerung ist im Land bei weitem nicht ausreichend. Dafür vermahlen verschiedene Bäckereien ihr Getreide selbst, wie die Bäckerei Märkisches Landbrot, die durchaus 2.000 t Bio-Getreide jährlich vermahlen. Die beiden größten Mühlen sind die Wolter Mühle in Wustermark und die Paulicks Mühle in Burg/Spreewald. Hinzu kommen Spezialmühlen wie die Spreewälder Hirsemühle oder die Holländermühle Straupitz, die nur Leinsaat verarbeiten.

Mischfutter wird nur bei der Agravis in Fürstenwalde hergestellt, sonst kommen die Futtermischungen aus anderen Bundesländern, vor allem Mecklenburg-Vorpommern.

2.2.1 Roggen

Roggen kommt gut mit den leichten Böden in Brandenburg zurecht und ist deshalb überdurchschnittlich stark im Getreidesortiment des Landes vertreten. Das gilt für Bio-Roggen noch stärker als für die konventionelle Variante. Bio-Winterroggen macht mit 25.545 ha etwa 40 % der Bio-Getreidefläche in Brandenburg aus. Der Anbau ist regional breit gestreut. Die wichtigste Region ist der Landkreis Dahme-Spreewald. Hier werden auf insgesamt 3.625 ha Bio-Winterroggen angebaut. Dies entspricht einem Anteil von 14 %. Es folgen die Landkreise Potsdam-Mittelmark, Uckermark, Ostprignitz-Ruppin und Oder-Spree.

Die Anbaufläche wurde im Vergleich zum Vorjahr um 4,5 % ausgeweitet. Rund 1.000 ha sind Jahr 2023 hinzugekommen. Der Bio-Anteil ist auf 16,4 % gestiegen. Im konventionellen Anbau ist Winterroggen nach Winterweizen die am zweitmeisten angebaute Getreideart in Brandenburg.

Die Betriebsstrukturen im Öko-Roggenanbau unterscheiden sich nicht so stark von denen im konventionellen Anbau. Die mittlere Fläche pro Betrieb liegt bei 52 ha, bei der konventionellen Variante sind es 67 ha. Die Schiefe der Verteilung in Richtung kleinerer Betriebe ist hier auch nicht so stark

ausgeprägt wie bei anderen Kulturen. Bei Bio-Roggen entfallen 80 % der Fläche auf 36 % der insgesamt 484 Betriebe, bei konventionellem Winterroggen bewirtschaften 31 % der insgesamt 1.882 Betriebe 80 % der Fläche. Der Umstieg größerer Erzeuger würde hier den Bio-Markt nicht so stark beeinflussen wie bei anderen Kulturen, da auch der größte konventionelle Betrieb das Bio-Angebot nur um maximal 3 % steigern würde.

Abbildung 5: Betriebsstrukturen für Winterroggen, Sommerroggen, Winterweizen

	Winterroggen		Sommerroggen		Winterweizen	
	Bio-	konv.	Bio-	Konv.	Bio-	konv.
Arith. Mittel (ha/Betrieb)	52,1	67,3	24,1	11,6	30,7	77,2
Variationskoeffizient (%) ¹⁾	150,3	144,8	153,4	173,0	147,5	158,5
Minimum (ha/Betrieb)	0,5	0,1	0,3	0,1	0,4	3,5
Maximum (ha/Betrieb)	674,7	831,5	298,9	109,8	391,3	1267,1
Median (ha/Betrieb) ²⁾	25,5	28,6	16,5	4,9	14,3	31,0
Anzahl der Betriebe mit der Kultur	484	1882	81	118	251	1912
Anteil der Betriebe, die 80 % der Fläche bewirtschaften	36	31	44	29	32	29

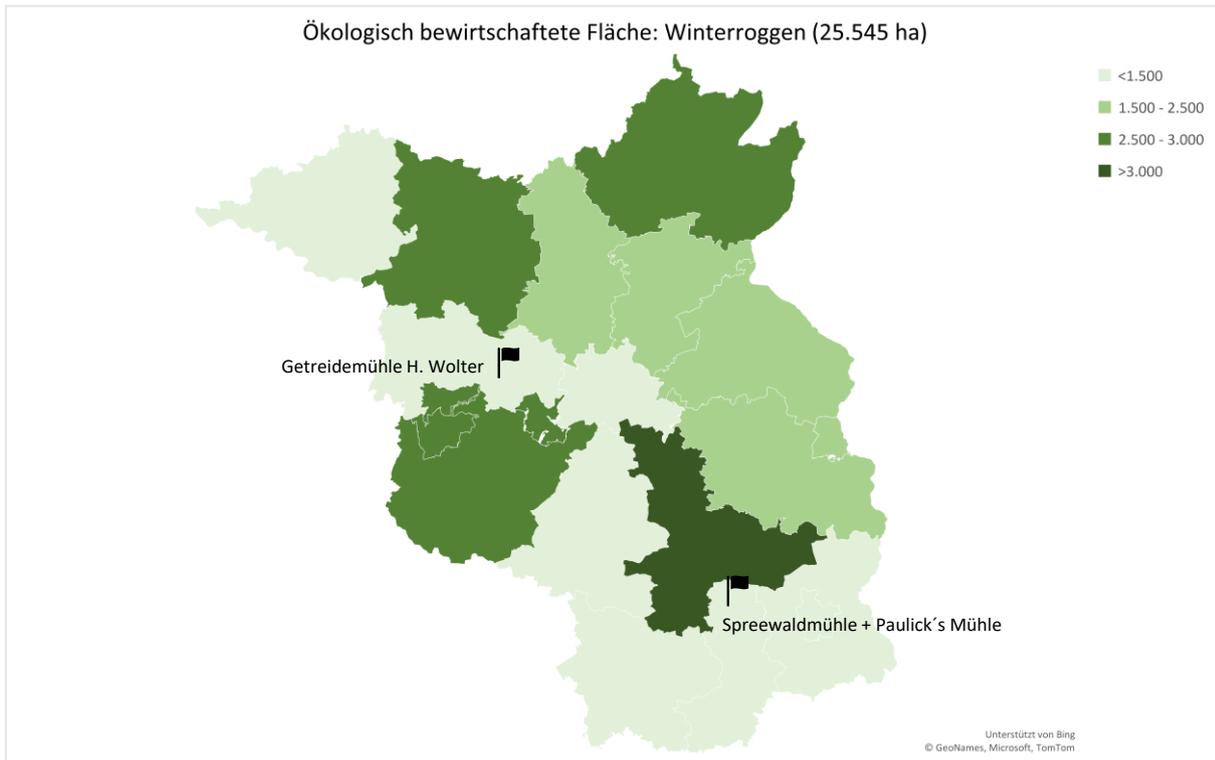
Anmerkungen: 1) Ein Streuungsmaß, Standardabweichung/Mittelwert mal 100, (%) - 2) Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte einer Datenverteilung liegt.

Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept Quelle: InVekos

Quelle: InVeKoS-Daten

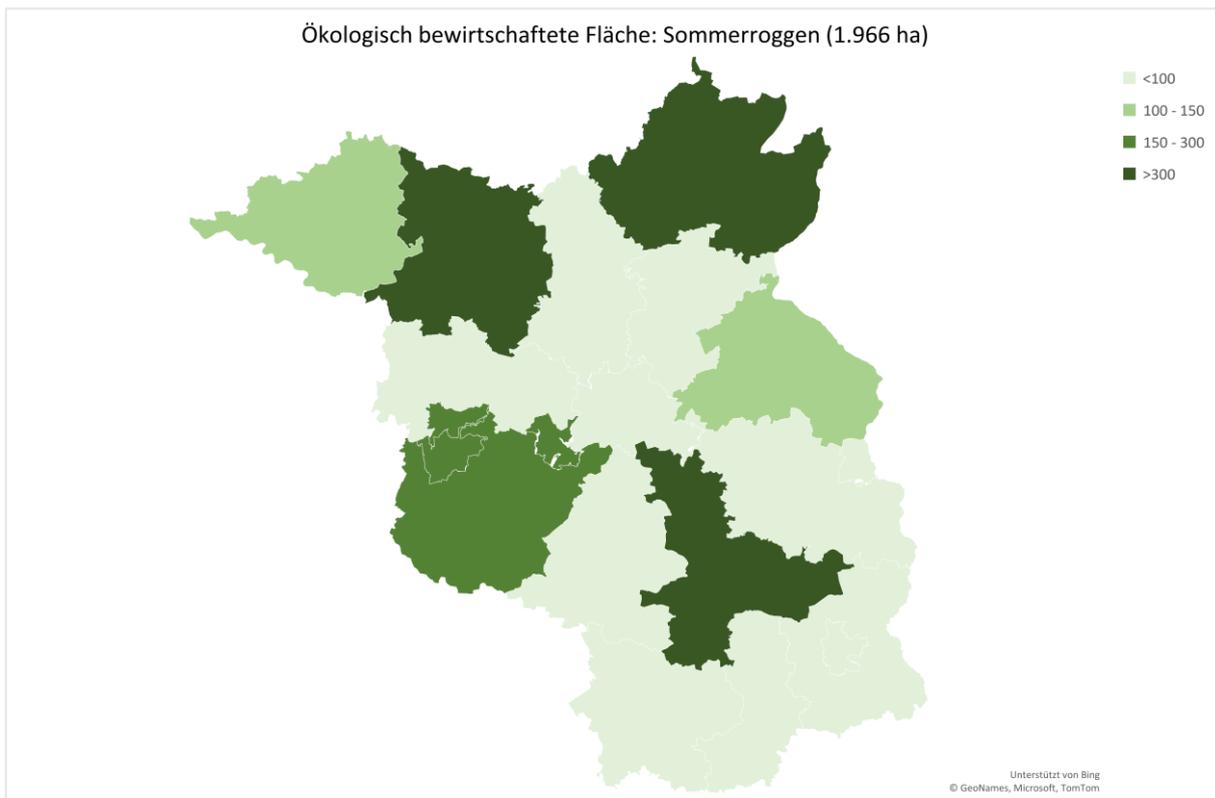
Neben Bio-Winterroggen wird noch auf knapp 2.000 ha Bio-Sommerroggen angebaut. Der Anbau konzentriert sich hauptsächlich auf die drei Landkreise Uckermark, Ostprignitz-Ruppin und Dahme-Spreewald. In diesen Landkreisen wird rund 1.080 ha Bio-Sommerroggen angebaut. Dies entspricht einem Anteil von 55 %. Die Anbaufläche ist im Vergleich zum Vorjahr um 7,5 % kleiner geworden. Dies entspricht 160 ha. Auch die konventionelle Anbaufläche nahm im Jahr 2023 leicht ab. Der Bio-Anteil ist deshalb nahezu gleichgeblieben. Durch das lange kalte und feuchte Frühjahr waren 2023 viele Sommerungen von einem Flächenrückgang betroffen.

Abbildung 6: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Winterroggen



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Abbildung 7: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Sommerroggen



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

2.2.2 Weizen

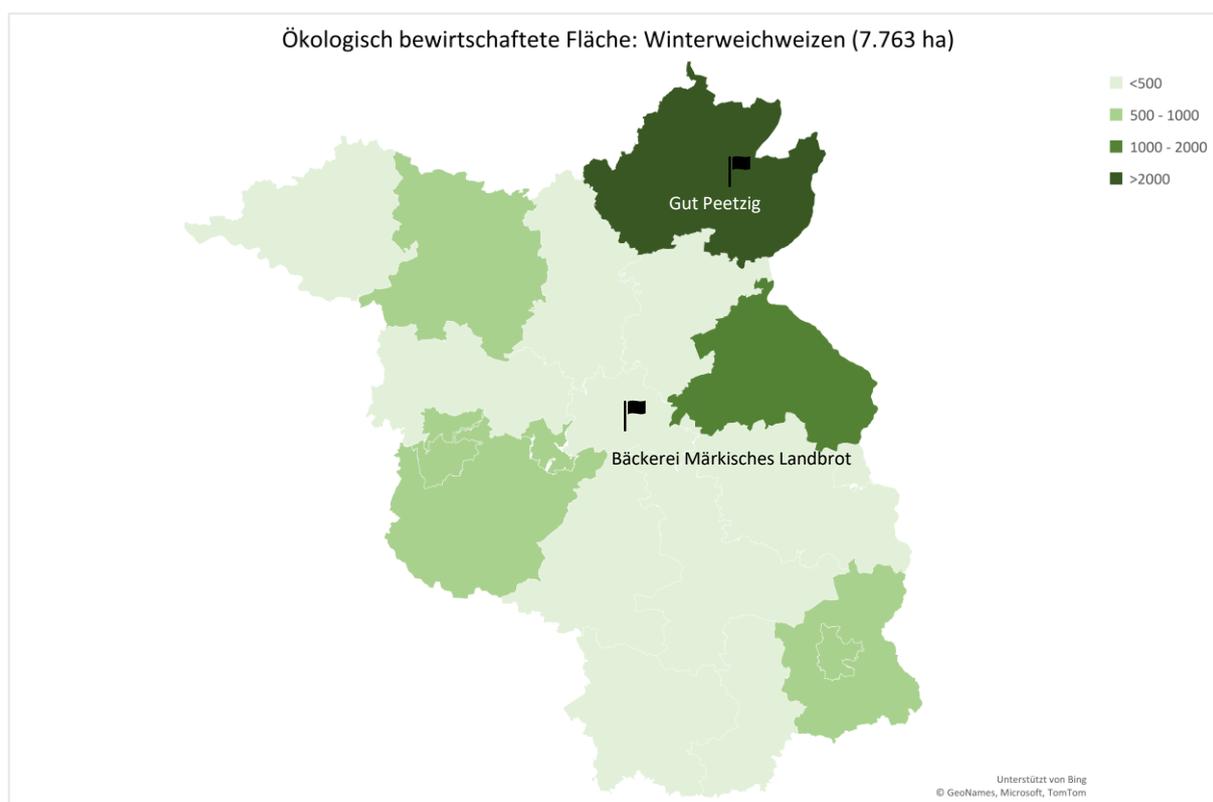
Im Gegensatz zu Winterroggen ist Winterweichweizen in Brandenburg im Bio-Anbau unterdurchschnittlich vertreten. Bundesweit entfallen je nach Quelle und Abgrenzung ein Viertel bis ein Fünftel der Bio-Getreidefläche auf Winterweichweizen, in Brandenburg sind es nur 12 %. Allerdings ist die Fläche 2023 deutlich gestiegen, mit insgesamt 7.763 ha Bio-Winterweichweizen wurde gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 28 % verzeichnet. Diese Entwicklung war bundesweit zu beobachten, da die hohen Preise zum Weizenanbau verleiteten und den Dinkelanbau (niedrige Preise) einschränkten.

Die Betriebsstrukturen der beiden Anbauarten unterscheiden sich bei Winterweichweizen stärker als beim Roggen. Im Mittelwert entfallen 31 ha Anbaufläche auf einen Bio-Betrieb, bei den konventionellen Betrieben sind es 77 ha. Der Konzentrationsgrad ist geringfügig höher als bei Winterroggen.

Der Schwerpunkt des Bio-Anbaus von Winterweichweizen liegt in der Uckermark (28 %). Ein weiterer Produktionsschwerpunkt befindet sich in Märkisch-Oderland (18 %). Die beiden Kreise sind auch die Hauptanbauggebiete für konventionellen Winterweichweizen, weil es hier auch schwerere Böden gibt.

Der Bio-Anbau von Sommerweichweizen ist mit 750 ha vergleichsweise unbedeutend.

Abbildung 8: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Winterweichweizen



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Abbildung 9: Betriebsstrukturen für Sommerweizen, Sommerhafer, Buchweizen

	Sommerweizen		Sommerhafer		Buchweizen	
	Bio-	konv.	Bio-	Konv.	Bio-	konv.
Arith. Mittel (ha/Betrieb)	15,1	11,5	25,5	9,5	15,1	6,4
Variationskoeffizient (%) ¹⁾	127,4	177,3	172,8	151,1	125,4	185,3
Minimum (ha/Betrieb)	0,3	0,2	0,4	0,0	0,3	0,0
Maximum (ha/Betrieb)	82,5	96,9	475,7	133,9	133,1	68,6
Median (ha/Betrieb) ²⁾	6,5	2,4	10,9	4,4	7,9	2,7
Anzahl der Betriebe mit der Kultur	49	103	324	671	92	54
Anteil der Betriebe, die 80 % der Fläche bewirtschaften	33	20	34	33	40	31

Anmerkungen: 1) Ein Streuungsmaß, Standardabweichung/Mittelwert mal 100, (%) - 2) Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte einer Datenverteilung liegt.

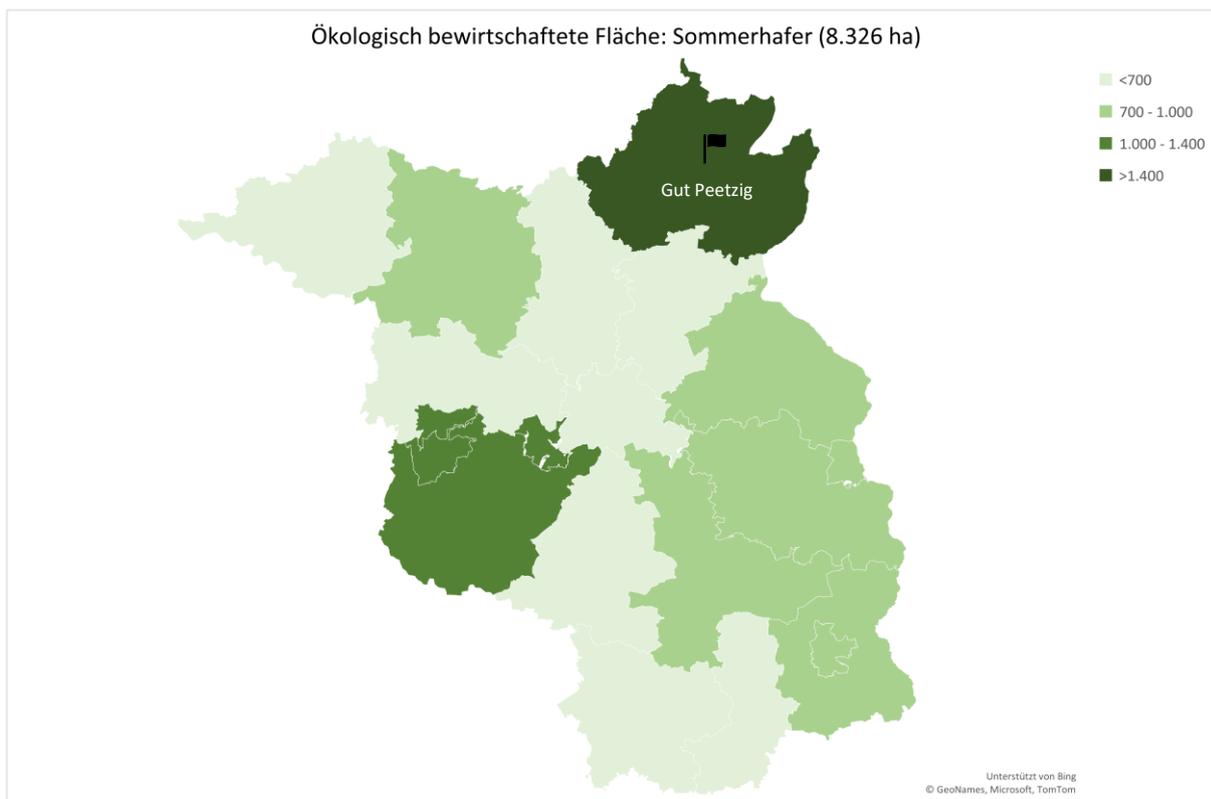
Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept Quelle: InVekos

2.2.3 Hafer

Brandenburg ist nach Bayern das Bundesland mit den zweitgrößten Haferflächen in Deutschland. Auch beim Bio-Hafer (2022 knapp 10.000 ha oder gut 18 % der deutschen Bio-Fläche) ist Brandenburg ein wichtiger Erzeuger. Dabei handelt es sich wie überall in Deutschland fast ausschließlich um Sommerhafer, der Anbau von Winterhafer hat 2023 aber zugenommen. Im Jahr 2023 wurde auf mehr als 8.300 ha Sommerhafer angebaut, 2022 waren es noch 9.600 ha. Mit dem Rückgang reiht sich Brandenburg in die deutschlandweite Entwicklung ein. Der Anbau ist regional breit gestreut. Wichtigster Kreis ist die Uckermark mit 10 %, gefolgt von Potsdam-Mittelmark mit 8 %.

An der gesamten Haferfläche des Landes ist der Bio-Anbau mit 60 % beteiligt. Die durchschnittliche Fläche der 324 erfassten Bio-Betriebe betrug knapp 26 ha, die 671 konventionellen Betriebe kultivierten dagegen im Durchschnitt nur jeweils knapp 10 ha Hafer. 4 Bio-Betriebe ernten sogar von mehr als 200 ha Hafer, solche Größen werden im konventionellen Anbau nicht erreicht.

Abbildung 10: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Sommerhafer



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

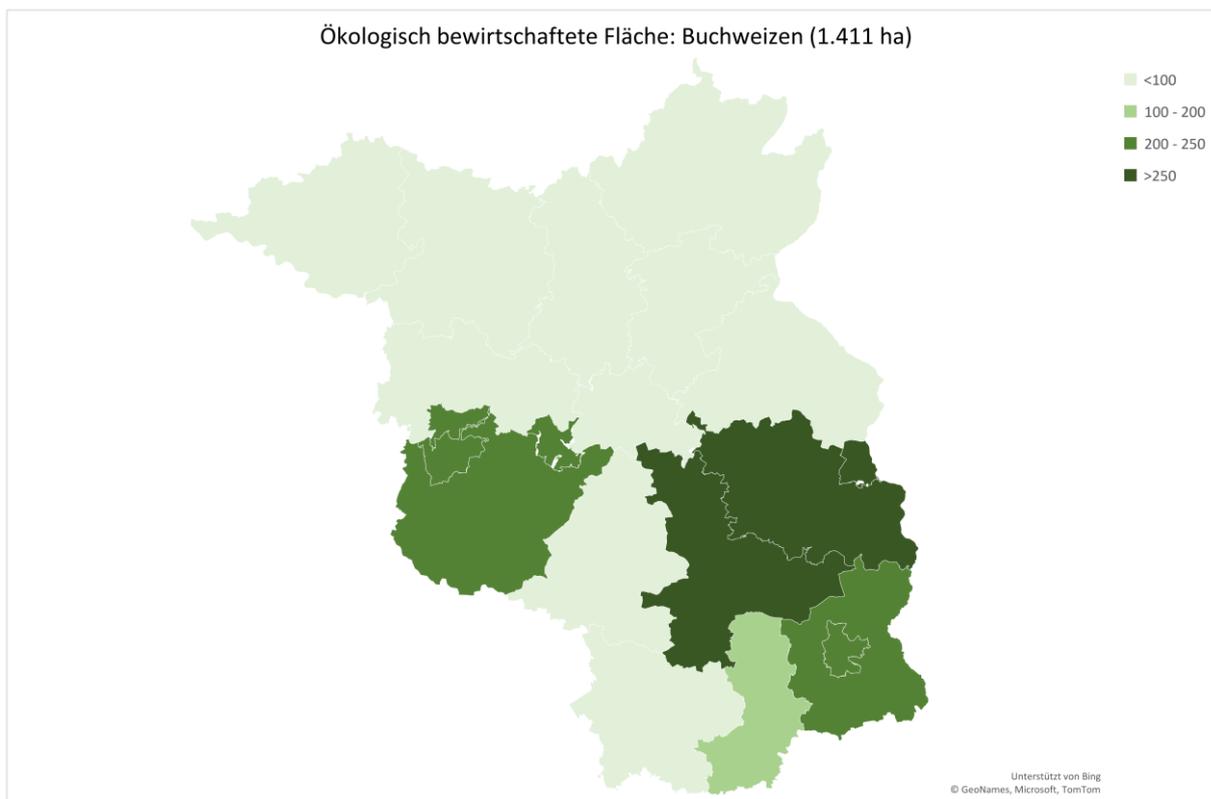
2.2.4 Buchweizen

Brandenburg zählt neben Mecklenburg-Vorpommern zu den Hauptanbaugebieten für Buchweizen. Allerdings gibt es für Deutschland keine zuverlässige Gesamtflächenzahl. Der Anbau muss nach älteren Schätzungen für Deutschland (2020: 1.200 ha) deutlich zugenommen haben, denn 2022 wurden nach InVeKoS-Daten allein in Brandenburg 2.250 ha Buchweizen angebaut. In der Agrarstrukturerhebung wird für 2023 für den Posten „Anderes Getreide“, bei dem Buchweizen sicher der größte Posten ist, ein Wert von 9.745 ha ausgewiesen.

In Brandenburg ist die Bio-Buchweizenfläche 2023 um gut 20 % gesunken, wofür aber vor allem der geringere Anbau auf konventioneller Fläche verantwortlich war. Deshalb stieg der Bio-Anteil mit 1.411 ha nun auf knapp 80 %. Wie bei anderen Sommerungen war die Aussaat im nassen, kalten Frühjahr schwierig, sodass die Landwirte auf anderen Kulturen auswichen. Buchweizen stand 2023 vor allem im Kreis Dahme-Spreewald (22 %) und Oder-Spree (21 %). Auch in Potsdam-Mittelmark und im Kreis Spree-Neiße gab es noch nennenswerte Anbauflächen.

Der Anbau ist vergleichsweise wenig konzentriert, 92 Betriebe bauen im Durchschnitt in Brandenburg 15,1 ha Bio-Buchweizen an. Die größte Fläche pro Betrieb beträgt 133 ha. 80 % der Bio-Gesamtfläche werden von 40 % der Betriebe bewirtschaftet. Bei den 31 Betrieben mit konventionellem Anbau beträgt die durchschnittliche Buchweizenfläche nur 6,4 ha.

Abbildung 11: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Buchweizen



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

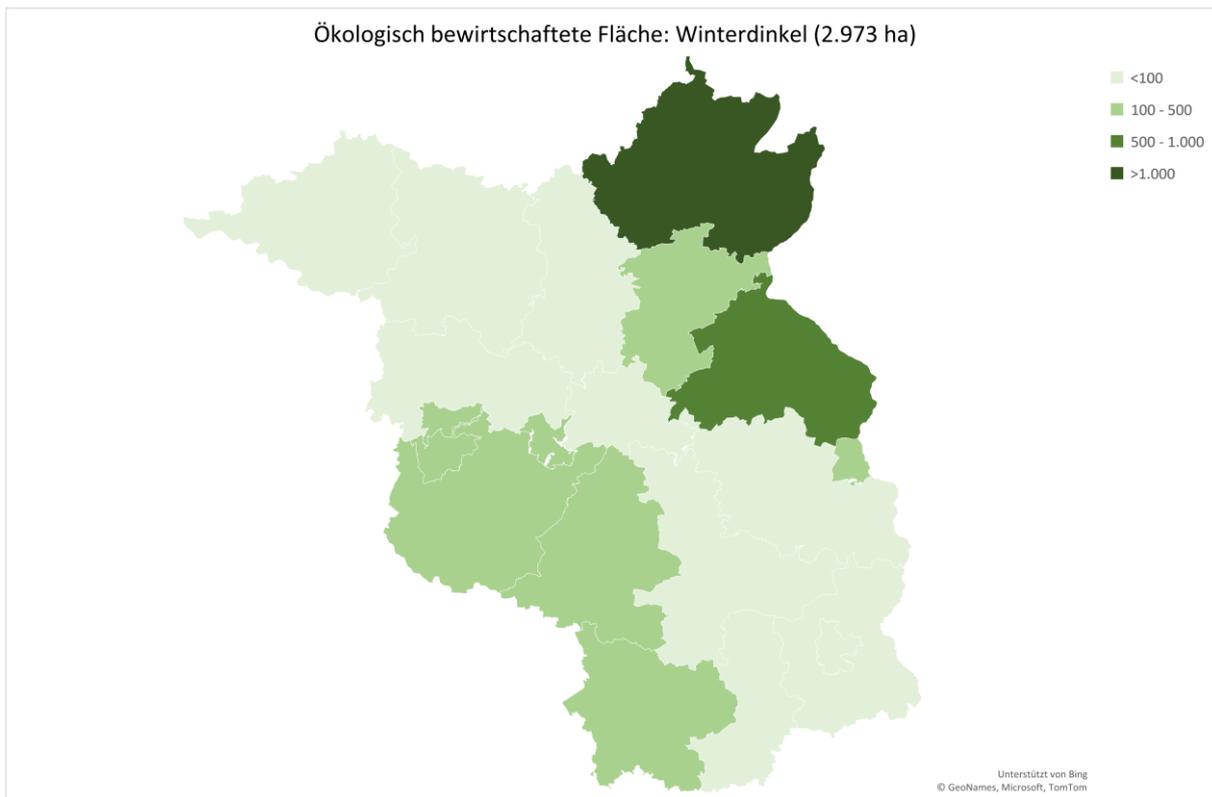
2.2.5 Weitere Getreidearten

Die Dinkelfläche ist 2023 in Brandenburg – wie auch in Deutschland – deutlich zurückgegangen. Zu niedrig waren die Erzeugerpreise, sodass die Landwirte die Produktion deutlich reduziert haben. Die räumliche Verteilung gleicht der von Weizen, die Uckermark (35 %) und Märkisch-Oderland (25 %) sind führend.

Die Bio-Dinkelfläche in Brandenburg hat sich von 2022 auf 2023 von gut 6.000 ha auf knapp 3.000 ha halbiert, auch die konventionelle Dinkelfläche sank über 40 % auf 2.000 ha. Dabei handelt es sich fast ausschließlich um Winter-Dinkel. Ursache für den in allen Bundesländern erfolgten Rückgang war die aus Erzeugersicht wenig zufriedenstellende Preisentwicklung. Die Dinkelflächen schwanken deutschlandweit in den vergangenen Jahren je nach Marktlage und haben 2022 ihren Höhepunkt erreicht, um sich 2023 auch deutschlandweit fast zu halbieren. Die räumliche Verteilung gleicht der von Weizen, die Uckermark (35 %) und Märkisch-Oderland (25 %) sind führend.

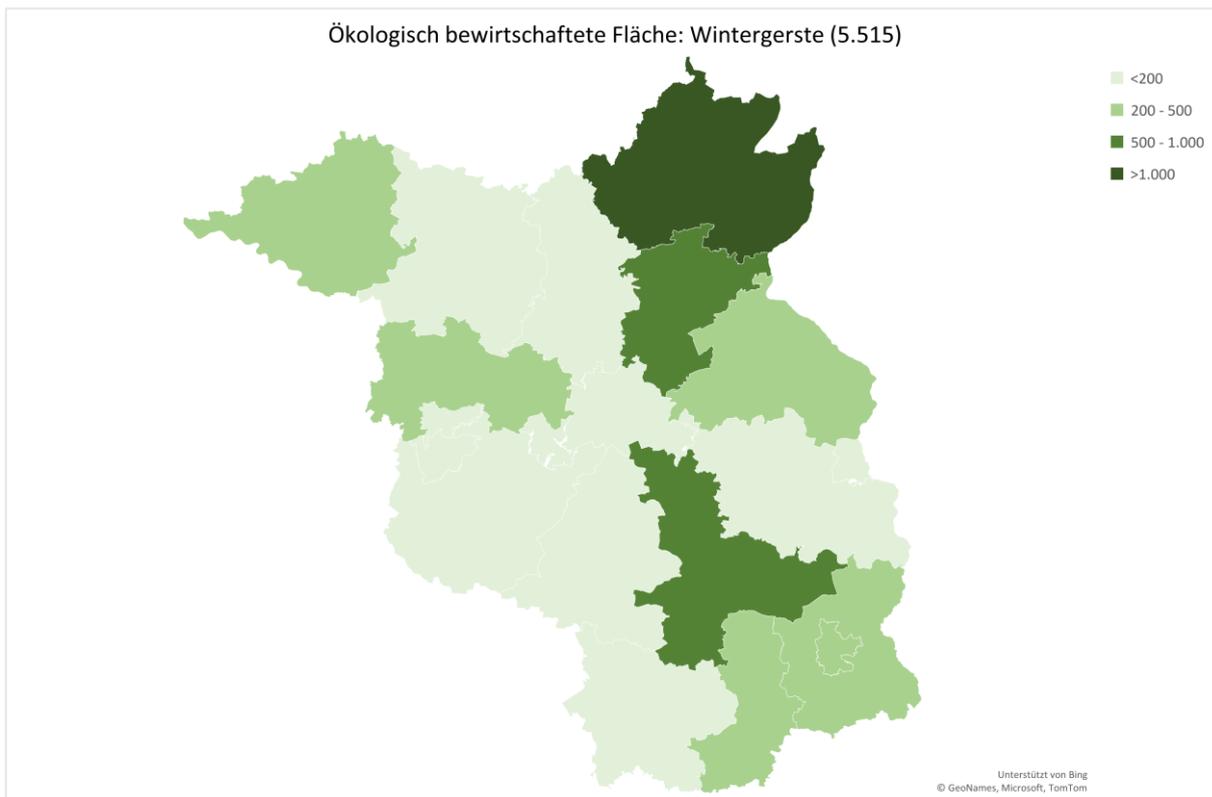
Der Anbau von Bio-Gerste ist in Brandenburg dagegen 2023 um ein Drittel auf knapp 7.000 ha ausgeweitet worden. Das Plus geht ausschließlich auf die dominierende Bio-Wintergerste zurück, die 2023 knapp 80 % ausmachte. Der Gerstenanteil am Bio-Getreide ist im Vergleich zum Bundesmittel (11 %) trotz der Ausweitung mit 8 % noch geringer. Gerste steht vor allem in der Uckermark und im Kreis Dahme-Spreewald.

Abbildung 12: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Winterdinkel



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Abbildung 13: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Wintergerste



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Die übrigen Getreidearten (z.B. Triticale, Hirse, Gemenge) spielen im Bio-Anbau Brandenburgs eine untergeordnete Rolle.

2.3 Hülsenfrüchte

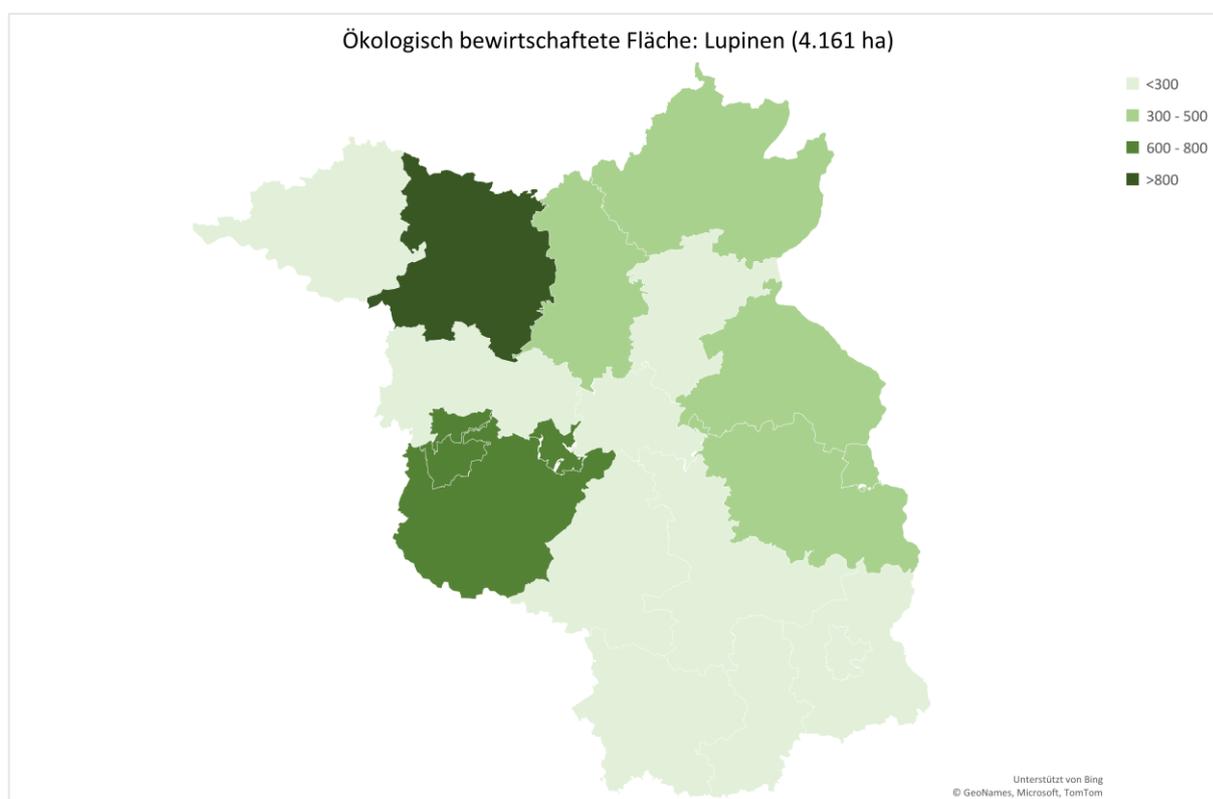
2.3.1 Lupine

In Deutschland wurden 2022 nach AMI-Strukturdaten 44 % der Lupinenanbaufläche ökologisch bewirtschaftet. In Brandenburg finden 35 % des deutschen Bio-Lupinenanbaus statt, der Bio-Anteil an der gesamten Lupinenfläche des Landes beträgt 54 %. Von den insgesamt 4.161 ha Bio-Lupinen (2023) in Brandenburg befinden sich Produktionsschwerpunkte in den Landkreisen Ostprignitz-Ruppin und Potsdam-Mittelmark. Hier werden 21 % bzw. 15 % aller Lupinen in Brandenburg angebaut. Im Süden Brandenburgs ist die Anbaufläche geringer als in den übrigen Landkreisen.

Die Fläche pro Bio-Betrieb betrug im Durchschnitt 32 ha, beim konventionellen Counterpart waren es 22 ha. Die Konzentration auf größere Betriebe war nicht stark ausgeprägt, 37 % der Betriebe bewirtschafteten 80 % der Bio-Fläche. Im konventionellen Anbau war die Konzentration nur geringfügig höher.

Die Produktionsmenge ist 2023 trotz leicht geringerem Anbau bei rund 3.800 t stabil geblieben.

Abbildung 14: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Lupinen



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

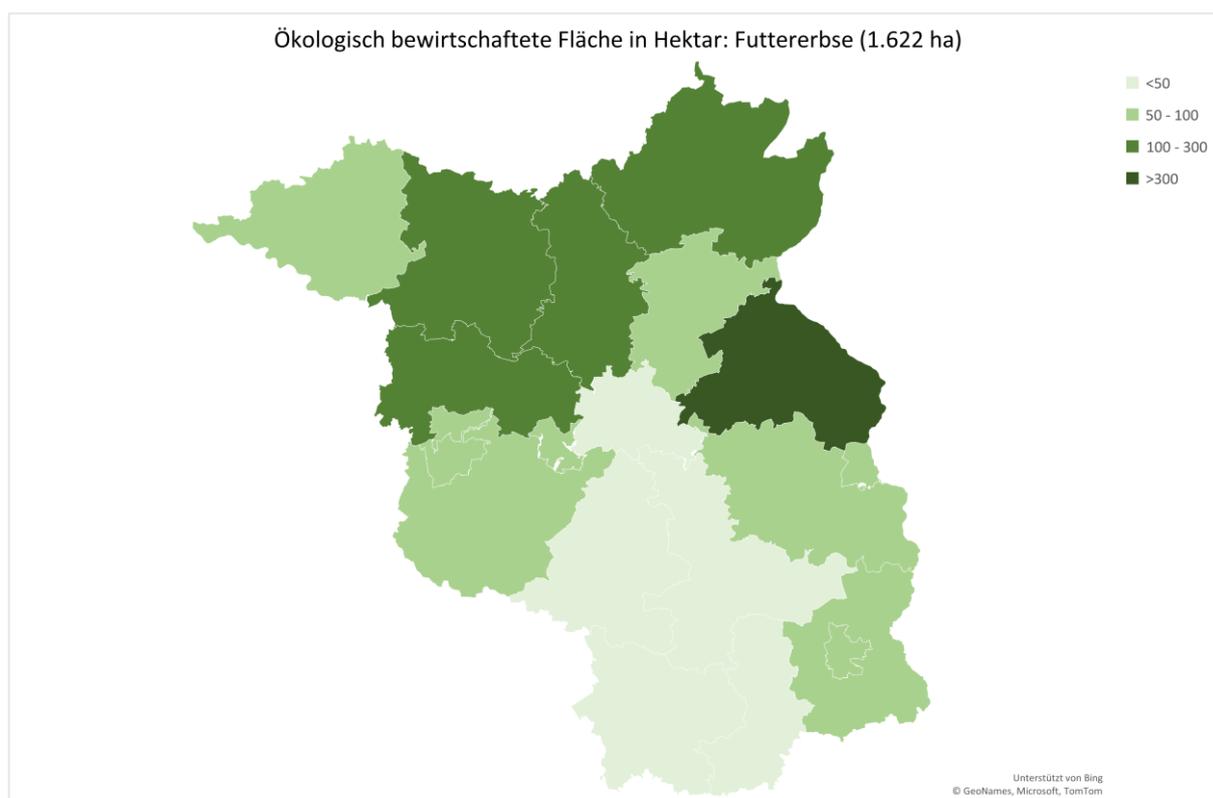
2.3.2 Sonstige Hülsenfrüchte

Neben Lupinen spielen Futtererbsen im Bio-Anbau noch eine gewisse Rolle (1.622 ha). Der Anbau ist 2023 um 20 % gestiegen. Die meisten Flächen finden sich in den Kreisen Märkisch Oderland (20 %) und Uckermark (18 %). Auf den Kreis Ostprignitz-Ruppin entfallen immerhin noch 14 %. Die übrigen Hülsenfrüchte (Ackerbohnen, Wicken, Sojabohnen) spielen nur eine begrenzte Rolle und überschreiten die Schwelle von 300 ha kaum. Lediglich Gemenge von Hülsenfrüchten und Getreide werden auf knapp 1.500 ha angebaut.

In der Pilotphase sind noch Linsen und Kichererbsen. Leider war 2023 ein feuchtes und kühleres Jahr und daher weniger gut für den Anbau beider Kulturen geeignet. Eigentlich profitieren beide Kulturen von den heißen und trockner werdenden Sommern in Brandenburg und wirken als Leguminosen bodenverbessernd. Der Anbau beschränkte sich 2023 auf 110 ha Kichererbsen, davon 88 ha Bio-Kichererbsen.

Das Projekt „Brandenburger Bio-Linse“, welches von der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg e.V. (FÖL) seit 2023 geleitet wird, fördert den ökologischen Anbau und die Vermarktung von Linsen in der Region. (Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin Brandenburg e.V. , 2023) Der Linsenanbau ist auf knapp 60 ha ausgeweitet worden. Linsen brauchen eine Stützfrucht, damit die Erntemaschinen nicht zu dicht über dem Boden das Material absammeln müssen. Besonders geeignet ist neben Sommergetreide wie Sommerhafer oder Sommergerste Leindotter. Die Leindottersamen sind so klein, dass sich Linsen und Leindotter in der Ernte direkt gut trennen lassen – was mit den Getreidekörnern nicht so einfach ist. Leindotter wird dann als Öl oder zur Verarbeitung von Farben und Lacken verwendet. Nach der Pilotphase wird mit weiterer Ausdehnung des Linsen- und Kichererbsenanbaus gerechnet.

Abbildung 15: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Futtererbse



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Abbildung 16: Betriebsstrukturen für Linsen, Lupinen, Sonnenblumen

	Linsen		Lupinen		Sonnenblumen	
	Bio-	konv.	Bio-	konv.	Bio-	konv.
Arith. Mittel (ha/Betrieb)	5,9	2,1	32,0	21,9	39,6	36,9
Variationskoeffizient (%) ¹⁾	90,9	.	144,2	136,4	114,6	108,0
Minimum (ha/Betrieb)	0,4	2,1	0,3	0,3	0,6	0,2
Maximum (ha/Betrieb)	15,5	2,1	377,8	186,7	262,3	275,3
Median (ha/Betrieb) ²⁾	3,6	2,1	17,6	9,4	24,1	23,3
Anzahl der Betriebe mit der Kultur	10	1	129	169	102	473
Anteil der Betriebe, die 80 % der Fläche bewirtschaften	45	.	37	33	42	41

Anmerkungen: 1) Ein Streuungsmaß, Standardabweichung/Mittelwert mal 100, (%) - 2) Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte einer Datenverteilung liegt.

Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept Quelle: InVekos

Quelle: InVeKoS-Daten

2.4 Industripflanzen/Ölsaaten

Bei den Bio-Ölsaaten dominiert in Brandenburg eindeutig die Sonnenblume. Nennenswerte Flächen gibt es noch bei Lein und Leindotter, wobei letztere Pflanze 2023 nach einer Vervielfachung des Anbaus sogar fast 1.000 ha erreichte. Raps spielt dagegen im Bio-Anbau Brandenburgs keine Rolle, aber in der konventionellen Produktion.

2.4.1 Sonnenblumen

Konventionell ist Brandenburg Sonnenblumenland Nr.1 in Deutschland. Von etwa insgesamt 85.600 ha Anbaufläche für Sonnenblumen in Deutschland (2022) befanden sich nach Destatis ca. 29.600 ha in Brandenburg. Die Konzentration der Anbaufläche insbesondere auf das östliche und südliche Brandenburg gründet sich auf die verhältnismäßige Anspruchslosigkeit der Sonnenblumen in Verbindung mit ihren guten Eigenschaften als Vorfrucht, als heimische Eiweißpflanze und für die Beschattung des Bodens. (Landesbauernverband Brandenburg e.V., 2023) Hinzu kommt die Vorliebe für warme, trockene Sommer, die eine gute Ausreifung der Samen befördern.

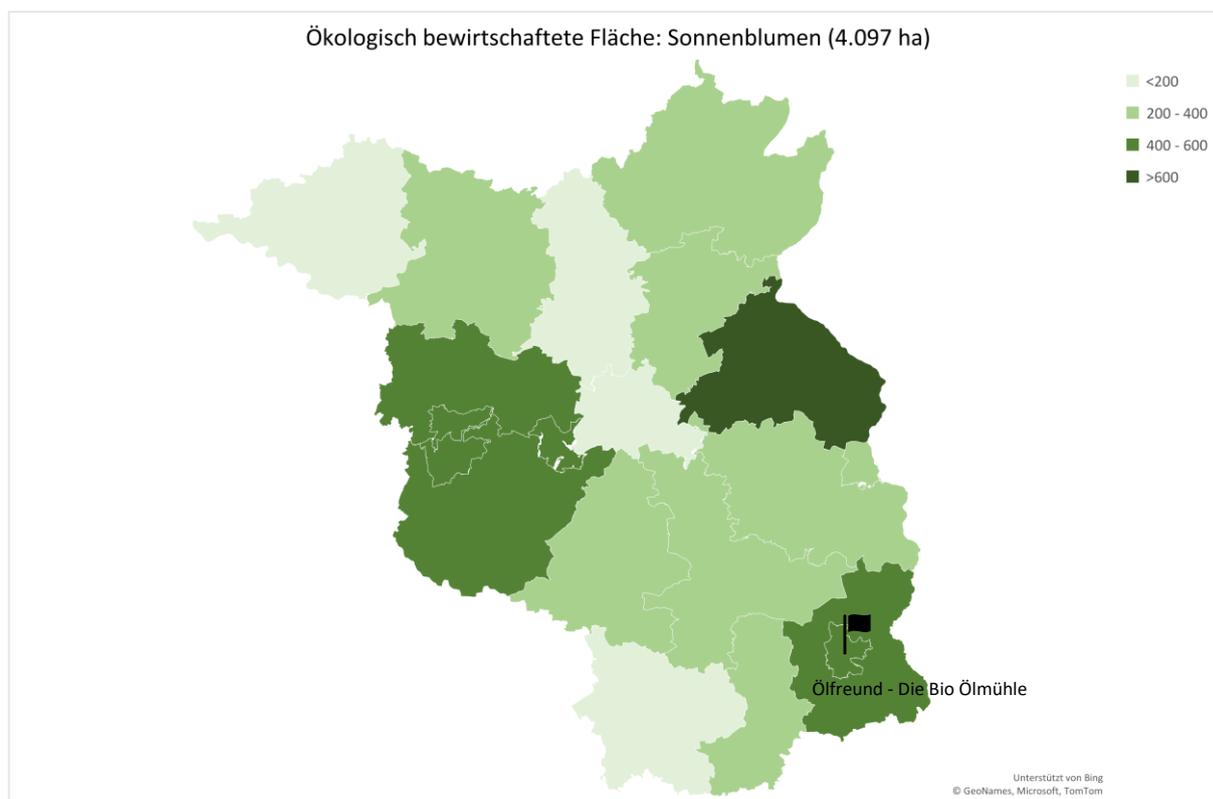
Auch beim Bio-Sonnenblumenanbau nimmt Brandenburg eine führende Rolle ein. Bio-Sonnenblumen wurden in Brandenburg im Jahr 2023 auf einer Fläche von 4.097 ha angebaut. Damit ist die Kultur die absolut wichtigste Ölpflanze im brandenburgischen Bio-Anbau. Raps und Sojabohnen sind dagegen von untergeordneter Bedeutung. Der Landkreis Märkisch-Oderland dominiert den Bio-Sonnenblumenanbau. Hier werden auf 621 ha Bio-Sonnenblumen angebaut. Die Bio-Anbaufläche ist im Vergleich zum Vorjahr nahezu gleichgeblieben. Im Gegensatz dazu ist die konventionelle Anbaufläche in Brandenburg stark gesunken. 2022 waren die Flächen sowohl bio als auch konventionell kurzfristig nach Kriegsausbruch in der Ukraine ausgedehnt worden – mit der Befürchtung,

von dort zu wenig Ware zu erhalten. Die Ölmühlen haben dann im Frühjahr/Sommer 2022 so viele Vorräte angelegt, dass der Markt 2023 überfüllt war und die Preise für bio- und konventionelle Sonnenblumen absackten. So sank 2023 die Motivation zum Anbau deutlich. Dennoch passen Sonnenblumen hervorragend nach Brandenburg und dürften sich in den kommenden Jahren wieder ausweiten.

Im Bio-Anbau entfiel auf einen Betrieb im Durchschnitt 40 ha Sonnenblumen, bei der konventionellen Variante waren es nur 37 ha. Die größten Betriebe bauen in beiden Wirtschaftsformen mehr als 250 ha Sonnenblumen an. Insgesamt ist die Konzentration im Anbau aber geringer als bei den meisten Getreidearten oder beim Grünland. Bei Bio-Sonnenblumen sind 42 % der Betriebe für gut 80 % der Fläche, in der konventionellen Variante ist es ein Prozentpunkt weniger (41 %).

Auch wenn Brandenburg wichtigstes Anbauland ist, fehlt es an Verarbeitungsmöglichkeiten im Land – und die meisten Sonnenblumenkerne werden entweder nach Sachsen (Ölmühle Moog) oder Nordrhein-Westfalen (Teutoburger Ölmühle) gebracht. Die weiten Transportwege, insbesondere nach Nordrhein-Westfalen, sind der Qualität nicht zuträglich, da es bei Sonnenblumen besonders wichtig ist, punktgenau zu ernten und zu verarbeiten.

Abbildung 17: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Sonnenblumen

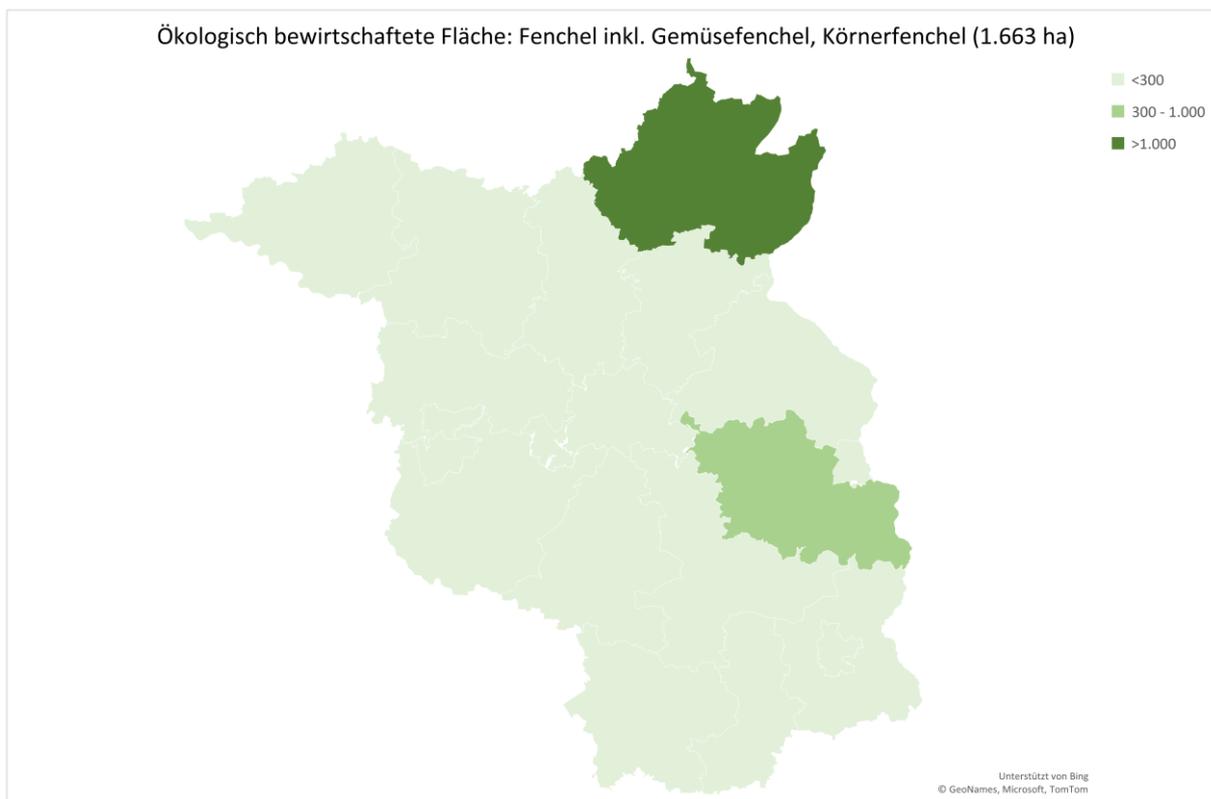


Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

2.4.2 Sonstige Industriepflanzen/Fenchel

Eine Besonderheit ist in Brandenburg der Bio-Fenchelanbau. In der konventionellen Landwirtschaft wird hier kein Fenchel angebaut. Hauptsächlich konzentriert sich der Bio-Fenchelanbau auf den Landkreis Uckermark. Die Anbaufläche dort beträgt 1.663 ha. Geringe Anbauflächen lassen sich noch im Landkreis Barnim finden. Hohe Förderquoten haben unter anderem zum Anbau motiviert, allerdings dürfte nur ein Teil der Ernte auf dem Markt gelandet sein. Bei dem Fenchel handelt es sich fast ausschließlich um die Kultur der Heil- und Gewürzpflanze (hauptsächlich für Tee), die in Zusammenarbeit mit einem Kräuterteehersteller dort angebaut werden. Knollenfenchel spielt keine nennenswerte Rolle.

Abbildung 18: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Fenchel inkl. Gemüfefenchel, Körnerfenchel



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

2.5 Hackfrüchte

Bei Hackfrüchten spielen in Brandenburg nach den InVeKoS-Daten für 2023 ausschließlich Bio-Speisekartoffeln (271 ha) und Bio-Zuckerrüben (156 ha) eine Rolle.

2.5.1 Kartoffeln

In Deutschland wurden laut AMI-Erhebung der Strukturdaten im Jahr 2022 auf insgesamt 12.800 ha Bio-Speisekartoffeln erzeugt. Damit gehört Brandenburg mit 335 ha zu den vergleichsweise kleinen Bundesländern in Bezug auf Bio-Kartoffeln – die mit Abstand größten Anbauggebiete befinden sich in Niedersachsen und Bayern. Dies gilt allerdings auch für konventionelle Kartoffeln. Bei Bio-Speisekartoffeln entfallen bei allen Quellen identisch (AMI-Strukturdaten 2022, Landwirtschaftszählung 2020 oder InVeKoS 2022) knapp 3 % der deutschen Fläche auf Brandenburg.

Im Jahr 2023 ist der Bio-Speisekartoffelanbau in Brandenburg im Vergleich zum Vorjahr rückläufig. Während die Anbaufläche im Jahr 2022 noch 335 ha betrug, ist sie im Folgejahr um knapp 19 % gesunken. Auch deutschlandweit dürften die Anbauflächen von Bio-Speisekartoffeln im Jahr 2023 aufgrund einer krisenbedingt schwierigeren Vermarktungssituation zurückgegangen sein. Erhebungen des Bio-Kartoffel-Erzeuger e. V. (BKE) unter seinen Mitgliedsbetrieben gehen von einem Flächenrückgang von durchschnittlich 6 % aus. Damit sind in Brandenburg die Bio-Speisekartoffel überdurchschnittlich zurückgegangen. Im Gegensatz dazu stieg die Anbaufläche für die konventionelle Kartoffelproduktion leicht um 6 %. Dementsprechend ist auch der Bio-Anteil von 15,4 % auf 11,8 % gesunken.

Von den insgesamt 271 ha Bio-Kartoffeln, die im Jahr 2023 in Brandenburg angebaut wurden, entfallen die größten Flächen auf den Landkreis Dahme-Spreewald. Hier wurden auf 68 ha Bio-Kartoffeln angebaut. Auch im Landkreis Märkisch-Oderland wurden 40 ha für die Bio-Kartoffelproduktion verwendet. Im Spreewald befindet sich auch der Betrieb Biohof Schöneiche, der zusammen mit dem

Ökohof Kuhhorst die regionalen REWE-Filialen mit frischen Bio-Speisekartoffeln beliefert. Die Kartoffeln werden in Papiertüten abgepackt und mit dem Logo „Bio Gemüse Brandenburg“ vermarktet. Das Jahr 2022 hat jedoch die Nachfrage nach Bio-Kartoffeln zurückgehen lassen und der Hauptabnehmer REWE hat deutlich weniger regionale Bio-Kartoffeln in der Papiertüte abgesetzt als erwartet. Konsequenz sind die kleineren Anbauflächen im Folgejahr. Nach Auskunft des Betriebsleiters von Biohof Schöneiche musste manche Bio-Kartoffel als konventionelle vermarktet werden. Der Betrieb hat in eine Bewässerungsanlage investiert, da auf den sandigen Böden der Kartoffelanbau sonst nicht wirtschaftlich wäre. Auch der Ökohof Kuhhorst liefert frische Bio-Speisekartoffeln an das nur 30 km entfernte REWE-Zentrallager in Oranienburg. Auf dem Betrieb arbeiten im Kartoffel-Anbau und der -Vermarktung viele Menschen mit Behinderung. (Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) e.V., 2023)

Der Anbau von Bio-Speisekartoffeln in Brandenburg ist im Durchschnitt kleiner strukturiert. Die mittlere Fläche pro Betrieb liegt bei 2,4 ha, bei konventionellen Speisekartoffeln sind es 4,3 ha. Diese Mittelwerte werden aber durch eine Vielzahl kleiner – überwiegend direktabsetzender – Betriebe nach unten gezogen. Bei Bio-Kartoffeln bewirtschaften die 5 größten von insgesamt 114 Betrieben bereits über 50 % der Fläche. 80 % der Bio-Fläche werden von 20 % der Betriebe bewirtschaftet. Bei konventionellen Kartoffeln ist die Konzentration aber noch höher. Dort entfallen 80 % der Fläche auf 7 % der Betriebe. Der Umstieg des größten Erzeugers auf die Bio-Produktion würde die Fläche verdoppeln.

Abbildung 19: Betriebsstrukturen für Kartoffeln, Spargel, Möhren

	Kartoffeln		Spargel		Möhren	
	Bio-	konv.	Bio-	konv.	Bio-	konv.
Arith. Mittel (ha/Betrieb)	2,4	4,3	22,5	59,3	1,3	36,1
Variationskoeffizient (%) ¹⁾	284,6	462,0	152,1	169,3	107,2	264,9
Minimum (ha/Betrieb)	0,0	0,0	1,4	1,3	0,2	0,0
Maximum (ha/Betrieb)	60,1	272,1	82,8	437,5	3,8	396,7
Median (ha/Betrieb) ²⁾	0,5	0,4	7,1	19,2	1,0	2,2
Anzahl der Betriebe mit der Kultur	114	469	5	29	5	22
Anteil der Betriebe, die 80 % der Fläche bewirtschaften	20	7	(40)	28	(20)	14

Anmerkungen: 1) Ein Streuungsmaß, Standardabweichung/Mittelwert mal 100, (%) - 2) Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte einer Datenverteilung liegt.

Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept Quelle: InVekos

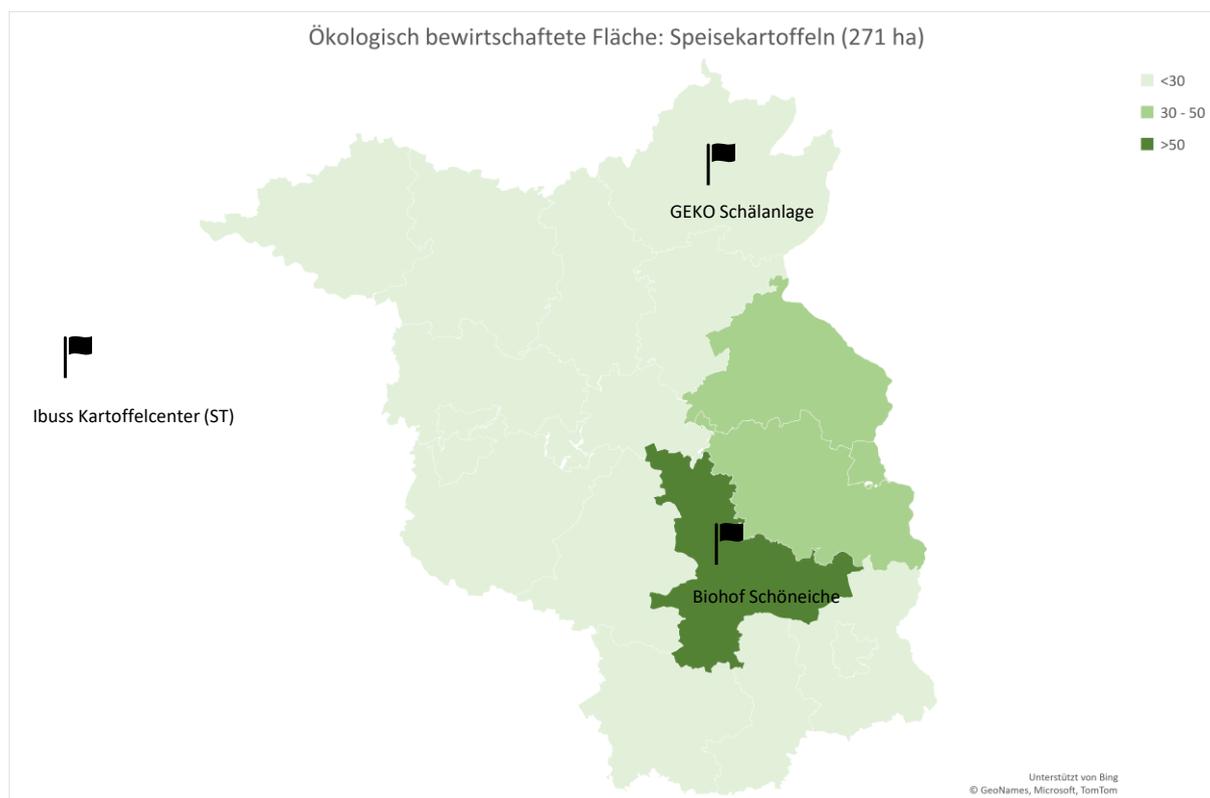
Quelle: InVeKoS-Daten

Neben dem Frischmarkt werden auch Kartoffeln für die Verarbeitung zu Kartoffelprodukten wie Pommes Frites, Chips, Sticks, Kloß-Mehl u. a. benötigt. Neben den Privateinkäufen an tiefgekühlten Kartoffelprodukten kommt den verarbeiteten Kartoffeln eine zunehmende Bedeutung in Außer-Haus-Verzehr zu. Für die Großküchen der Kantinen werden die geschälten und verarbeiteten Kartoffeln in der Regel in Großgebinden vakuumiert aufbereitet. Für die Bio-Speisekartoffeln ist im Jahr 2019 in der

Uckermark eine Schälanlage zur Verarbeitung von Bio-Kartoffeln geschaffen worden. Auch die absortierten Bio-Speisekartoffeln des Biohofs Schöneiche kommen nach Templin zur Schälanlage. Die „GEKO Uckermärkische Fruchthandels GmbH“ hat hierfür ihren bestehenden Verarbeitungsbetrieb in Klosterwalde bei Templin biozertifizieren lassen. Das Unternehmen schält regional erzeugte und verarbeitete Ware für Schulcaterer und andere Großküchen. Die Schälanlage zur Verarbeitung von Bio-Kartoffeln wurde durch die Aktivitäten der Operationellen Gruppe (OG) im Rahmen des EIP-Projektes „Regionales Bio-Gemüse aus Brandenburg“, das die FÖL als Lead-Partner koordiniert und die Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde wissenschaftlich begleitet, ermöglicht. Die Anlage in der Uckermark liegt jedoch nicht in der unmittelbaren Nähe der wichtigsten Produktionszentren in Brandenburg.

Eine weitere mengenmäßig für den Brandenburger Markt bedeutsame Schälanlage liegt in Sachsen-Anhalt. Im Ibuss Kartoffelcenter GmbH & Co. KG werden die für den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) nicht geeigneten Bio-Speisekartoffeln des Öko-Kontors im niedersächsischen Uelzen geschält und für die Kantinen in Berlin und Brandenburg bereitgestellt. Das Unternehmen hat durch den gewünschten höheren Bio-Anteil in den Kantinen die Bio-Schiene ausgebaut. Üblicherweise werden bei Ibuss konventionelle Kartoffeln geschält. Seit August 2020 werden alle Stärkebeilagen an den Schulessen in Berlin in Bio-Qualität angeboten: Nudeln, Kartoffeln und Reis sind dann an allen Verpflegungstagen Bio. Durch diese Maßnahme verarbeitet die Schälanlage deutlich mehr Kartoffeln aus ökologischer Erzeugung. Seit dem Jahr 2022 haben sie die Mengen verdoppelt und stellen mittlerweile einen Anteil von 10 % der Rohware für die Schälung. Beliefert werden in Berlin neben den Schulen auch Altenheime, Gastronomie und Studentenmensen. Das Unternehmen Ibuss arbeitet auf Bestellung für den Belieferungsgroßhandel, wie beispielsweise Transgourmet Deutschland.

Abbildung 20: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Speisekartoffeln



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Der Anbau von Stärkekartoffeln für die industrielle Verarbeitung spielt im ökologischen Landbau in Brandenburg keine Rolle. Im konventionellen Bereich schon, denn mit 8.139 ha werden nach InVeKoS-Daten von 2023 konventionelle Kartoffeln zur Herstellung von Stärke erzeugt.

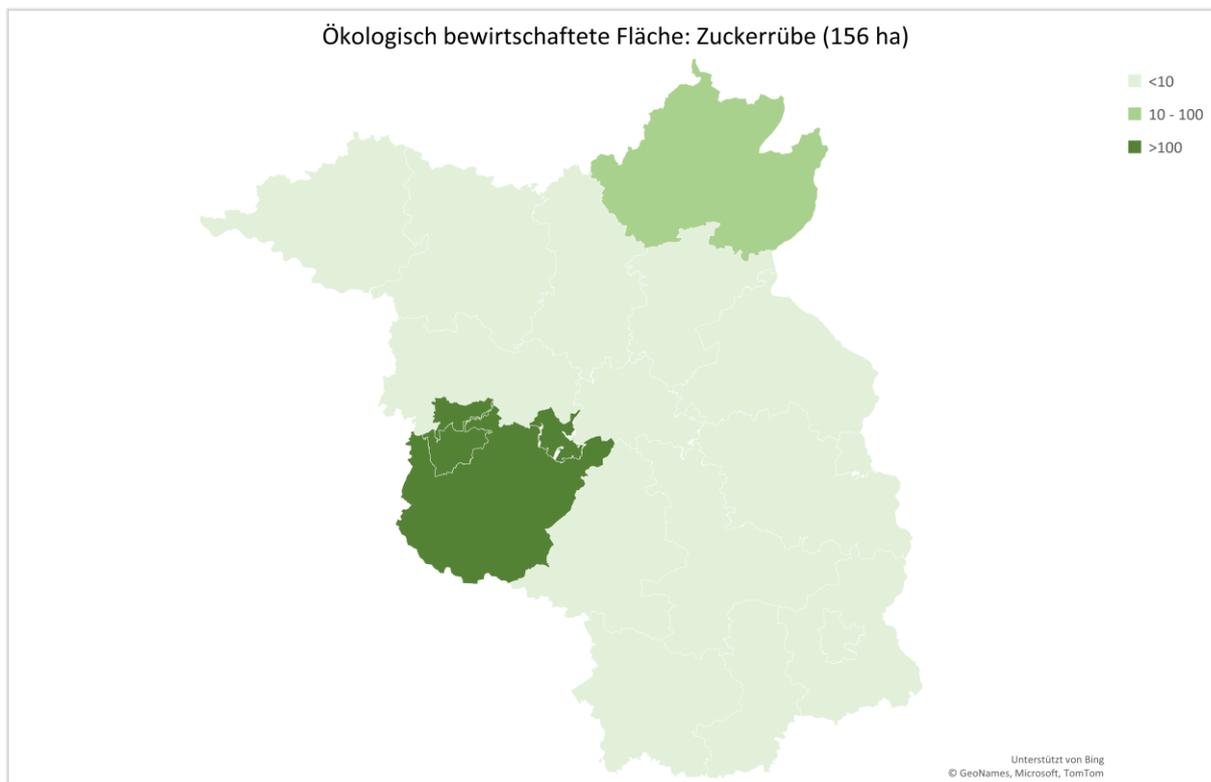
2.5.2 Zuckerrübe

Bio-Zuckerrüben wurden nach den InVeKoS-Daten für 2023 auf einer Fläche von 156 ha angebaut. Der Bio-Anteil ist mit 2 % sehr gering. Das Hauptanbaugebiet liegt im Landkreis Potsdam-Mittelmark. Hier werden auf 146 ha 94 % der Bio-Zuckerrüben angebaut. Die restliche ökologische Anbaufläche befindet sich im Landkreis Uckermark. Ab 2024 will die Zuckerfabrik im mecklenburgischen Anklam Bio-Zuckerrüben verarbeiten.

Um den Bio-Zuckerrübenanbau voranzutreiben, bedarf es neuer Ansätze in der Beikrautregulierung. Hierfür startete im April 2023 das Projekt Uckerbots, welches innovative Beikrautregulierung mittels Feldrobotik zur Praxisreife bringen soll (HNEE Eberswalde; Prof. Dr. Ralf Bloch, 2023) und der Ausweitung des ökologischen Zuckerrübenanbaus in der Uckermark dient. In der Uckermark findet sich auch der größte Teil der konventionellen Anbaufläche für Zuckerrüben.

In Deutschland wurden laut AMI-Erhebung der Strukturdaten im Jahr 2022 auf insgesamt 8.500 ha Bio-Zuckerrüben angebaut. In Brandenburg ist die Bedeutung des Zuckerrübenanbaus somit sehr gering. Laut BMEL lagen im Jahr 2022 25 % der deutschen Zuckerrübenanbaufläche in Niedersachsen. Weitere größere Anbaugebiete lassen sich vor allem in Bayern, Nordrhein-Westfalen und Sachsen-Anhalt finden.

Abbildung 21: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Zuckerrübe

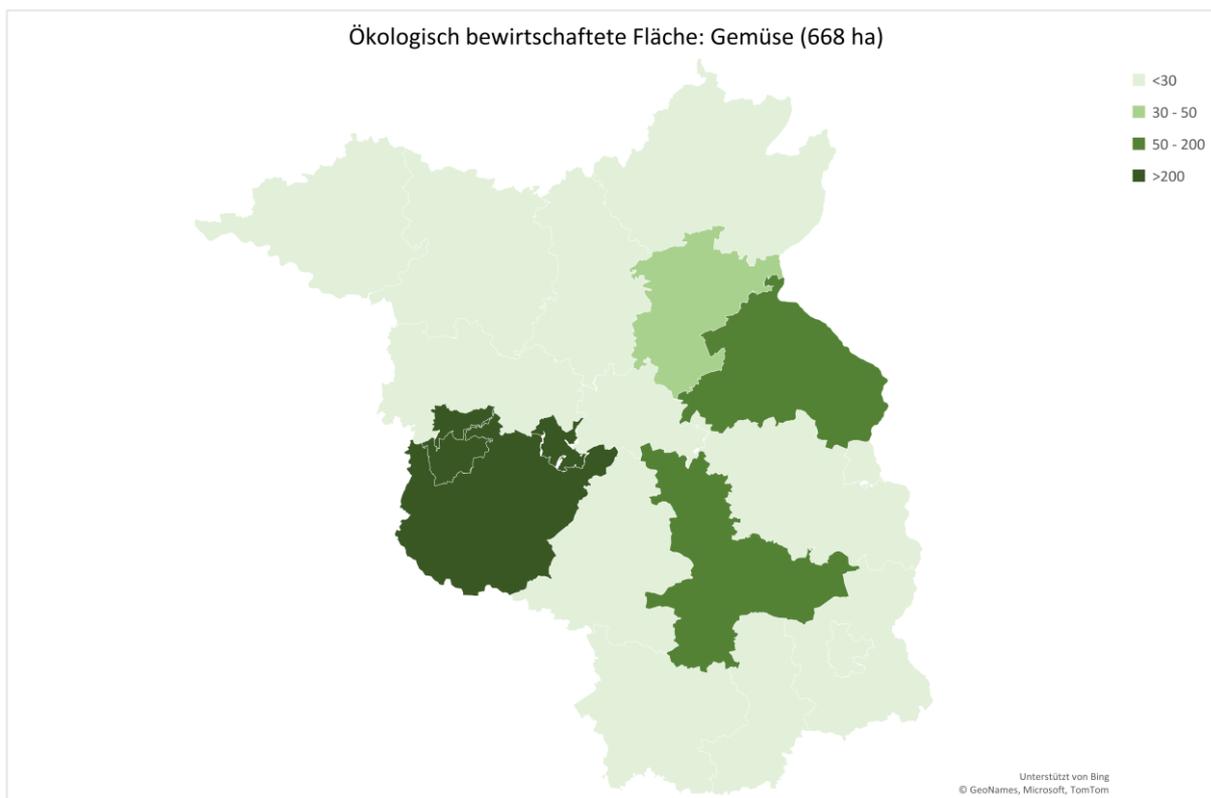


Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

2.5.3 Sonstige

2.6 Gemüse

Abbildung 22: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Gemüse



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

2.6.1 Gemüse im Freiland

Der Anbau von Bio-Freilandgemüse ist in Brandenburg nach allen verfügbaren Quellen deutlich unterdurchschnittlich. Dies erstaunt etwas, weil mit dem Ballungsraum Berlin eine durchaus aktive Bio-Nachfrage zu bedienen ist.

Bei den InVeKoS-Daten ist fast ein Drittel der Bio-Gemüsefläche nicht näher spezifiziert, zusammen mit Spargel und Rhabarber (die zum Gemüse gezählt werden) waren es 2022 668 ha (Gemüseerhebung 580 ha). Zur Erreichung eines Zielwertes beim Bio-Anteil an landwirtschaftlichen Flächen kann der Gemüsebau sicher keinen großen Beitrag leisten. Wenn aber Wertschöpfung und Deckung einer regionalen Nachfrage auch als Ziele gelten, dann gibt es hier erhebliche Potenziale.

2.6.2 Spargel

Der ökologische Anbau von Spargel spielt in Brandenburg nur eine geringe Rolle, im Verhältnis zum übrigen Bio-Gemüse ist er aber führend. Nach den InVeKoS-Daten 2023 wird auf einer Fläche von 253 ha Bio-Spargel angebaut, diese Zahl deckt sich genau mit der Angabe aus der Gemüseerhebung von 2022 (Statistisches Bundesamt, 2023). Auf konventioneller Fläche wird auf rund 4.400 ha der Spargelanbau betrieben. Der Bio-Anteil beträgt demnach rund 6 %. Allerdings sind auch im Bundesdurchschnitt nach Gemüseerhebung nur knapp 8 % der Spargelfläche Bio-Spargel.

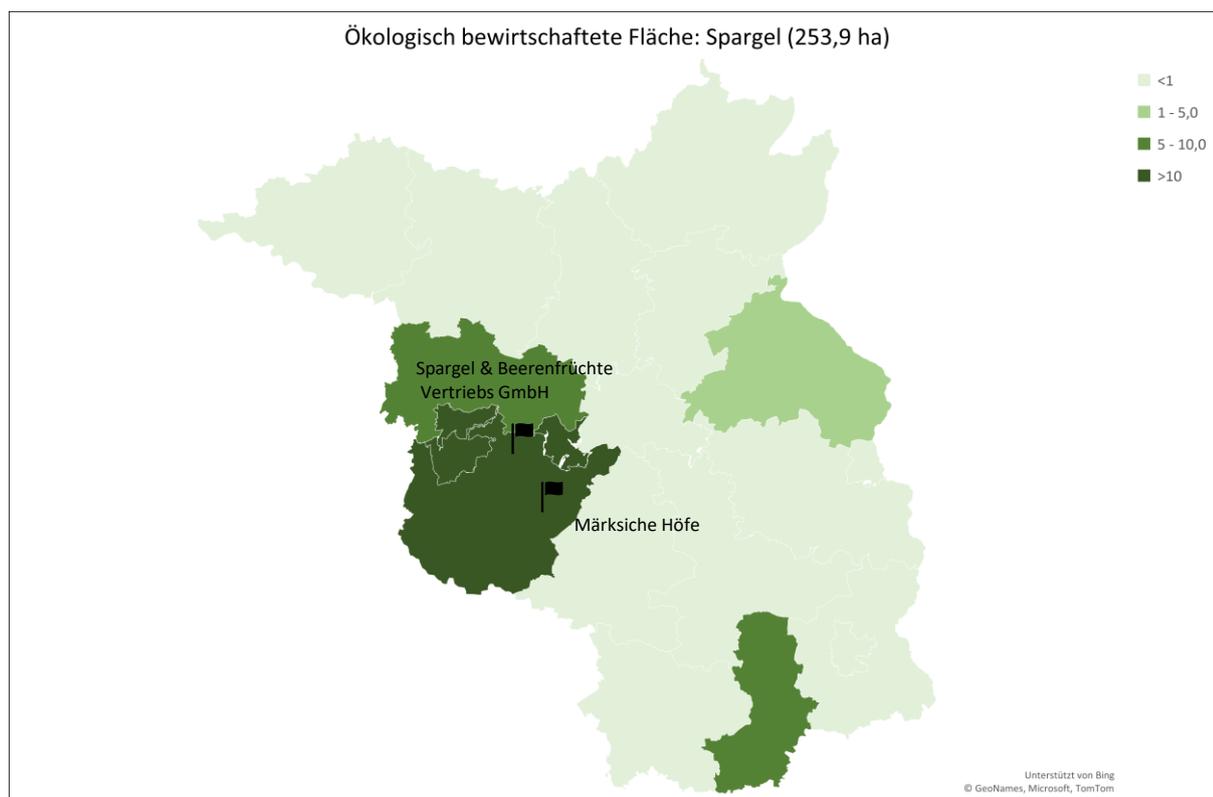
Nach den InVeKoS-Daten 2023 finden sich die größten Anbauflächen hauptsächlich im Landkreis Potsdam-Mittelmark mit 230 ha sowie zum kleinen Teil in den Landkreisen Oberspreewald-Lausitz mit

9 ha und Havelland 4 ha. Der ökologische Anbau erfolgt etwa zu gleichen Anteilen unter Folie sowie im Freiland. Der Folienanbau wird von einem einzigen Unternehmen dominiert, welches etwa 82 ha bewirtschaftet.

Wie im ökologischen Anbau konzentriert sich der konventionelle Anbau von Spargel auf den Landkreis Potsdam-Mittelmark mit 2.500 ha, zudem werden etwa 950 ha im Landkreis Oberhavel bewirtschaftet. Im Landkreis Oberhavel wird kein Bio-Spargel angebaut.

Bundesweit werden laut Gemüseerhebung des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2022 insgesamt 1.610 ha Bio-Spargel angebaut. Der Bio-Anteil beträgt 7,6 %. Demnach liegt der Bio-Anteil beim Spargel in Brandenburg mit 6 % leicht unter dem Durchschnitt. Etwa 15 % des in Deutschland erzeugten Bio-Spargels werden in Brandenburg angebaut. Demgegenüber stammen 20 % des konventionellen deutschen Spargels aus Brandenburg.

Abbildung 23: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Spargel



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

2.6.3 Sonstiges Freilandgemüse

Im Bio-Gemüsesortiments Brandenburgs fehlen die klassischen „Schwergewichte“ des Bio-Anbaus wie Möhren, Rote Bete, Zwiebeln und die Verarbeitungskulturen Erbsen und Bohnen. Dafür ist man bei den Einlegegurken und Kürbissen gut vertreten, bei Spargel zumindest nur leicht unterdurchschnittlich.

Bei Zwiebeln gibt es in Brandenburg insgesamt keine nennenswerte Produktion (49 ha, 0,3 % der deutschen Anbaufläche), die geringen Bio-Anbauflächen von weniger als 10 ha haben damit sogar einen relativ hohen Anteil. Rote Bete sind bei InVeKoS für Brandenburg kaum ausgewiesen, können aber in den unspezifischen Angaben für Gemüse „versteckt“ sein. Allerdings werden in der Gemüseerhebung insgesamt für Brandenburg nur 68 ha Bio-Wurzel- und Knollengemüse ausgewiesen. Davon dürften dann allenfalls 20 ha Bio-Rote Bete sein.

Der prozentuale Anteil Brandenburgs am Möhrenanbau in Deutschland beträgt zwar nur unterdurchschnittliche 3 %, das sind aber immerhin 405 ha. Nach InVeKoS-Daten waren davon aber nur 7 ha Bio-Möhren, wenn es in der unspezifischen „Bio-Gemüsenennung“ nicht noch große

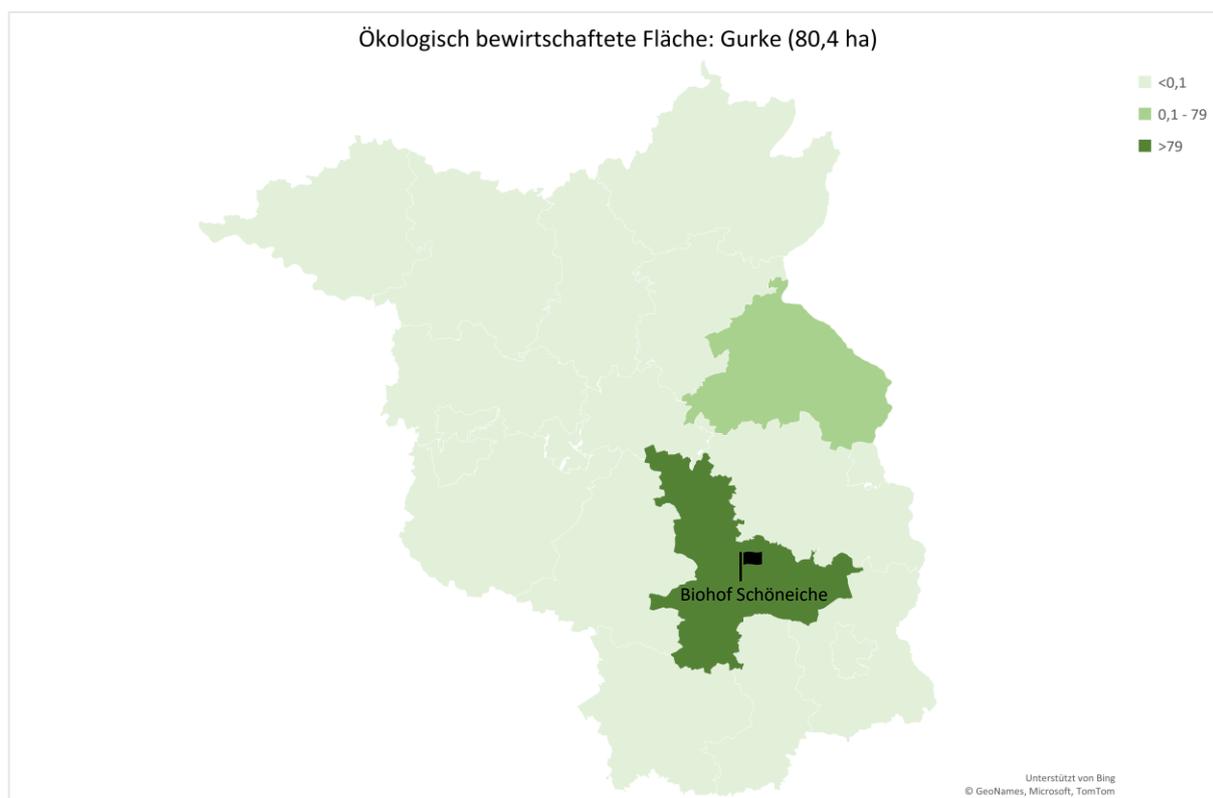
Möhrenflächen gibt. Bei Möhrenanbauern/Möhrenvermarktern ist es häufig so, dass ein Bio-Zweigbetrieb gegründet wird, um den LEH zu beliefern. Dabei kommt der Anstoß oft vom Abnehmer. Dies scheint in Brandenburg nicht der Fall zu sein. Der konventionelle Anbau konzentriert sich zu 60 % auf den Landkreis Ostprignitz Ruppín, weitere 25 % entfallen auf den Landkreis Teltow-Fläming.

Im Kreis Ostprignitz-Ruppín hat das Brandenburger Gemüsekontor seinen Sitz (Wittstock/Dosse). Hier stellt man nicht auf Bio um, weil der Hauptkunde Lidl dies nicht unbedingt verlangt. Die Umstellung sei teuer, auch weil die 2016 übernommenen Böden nicht immer in optimalen Zustand seien. Da das Bio-Angebot bei Möhren schon groß sei, würden mehr Mengen nur zu Preisdruck führen. Die Flächen im Kreis Teltow-Fläming könnten zumindest teilweise zum Gemüsering Jessen gehören, der seinen Sitz im benachbarten Sachsen-Anhalt hat.

Die Auswertung einzelbetrieblicher Daten bestätigt die starke Konzentration des konventionellen Anbaus auf wenige Betriebe. Die größten 3 sind hier gut für 82 % der Anbaufläche im Bundesland. Selbst der Umstieg eines mittelgroßen Betriebes würde das regionale Bio-Angebot vervielfachen.

Besser sieht die Situation bei Fruchtgemüse aus. Bei Einlegegurken war Brandenburg 2022 mit 452 ha (27 %) nach Bayern (54 %) wichtigstes Anbauland in Deutschland. Der Spreewald mit den beiden Landkreisen Dahme-Spreewald und Spreewald-Neiße ist das einzige bedeutende Anbaugbiet im Bundesland. 14 % der Gurkenfläche (inkl. geringer Mengen Salat- und Schälgurken) entfielen 2023 auf den Bio-Anbau. Allerdings verbirgt sich hinter der Bio-Fläche nur ein einziger Betrieb (Biohof Schöneiche). Der Bio-Gurkenanbau ist nach Angaben des Besitzers bis 2022 gestiegen und hat sich nun stabilisiert. 2023 gab es aber erhebliche Absatzprobleme. Ein größerer Teil der Ernte musste als konventionelle Ware verkauft werden. Ursache dafür waren teilweise noch hohe Fertigwarenbestände, aber auch Schwierigkeiten bei der gegenseitigen Anerkennung verschiedener Verbandsstandards.

Abbildung 24: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Gurke



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Bio-Kürbis und Bio-Zucchini sind in den InVeKoS-Daten nicht zu trennen. Zusammen kommen sie auf 52 ha, das sind knapp 15 % der gesamten Anbaufläche Brandenburgs. Bundesweit lag der Bio-Anteil an der Fläche dieser Arten 2022 nur bei knapp 7 %. Auf den Kreis Potsdam-Mittelmark entfallen rund 50 % der Fläche, eine gewisse Bedeutung hat noch der Kreis Märkisch-Oderland.

2.6.4 Gemüse aus geschütztem Anbau

Die normalerweise im geschützten Anbau produzierten Bio-Gemüsearten wie Tomaten, Salatgurken und Paprika werden in erheblichem Umfang aus Südeuropa importiert. Im Gegensatz zum konventionellen Gemüse bedient sich der LEH bei diesen Bio-Fruchtgemüsearten mittlerweile auch im Sommer kaum noch aus dem Angebot Nordwesteuropas.

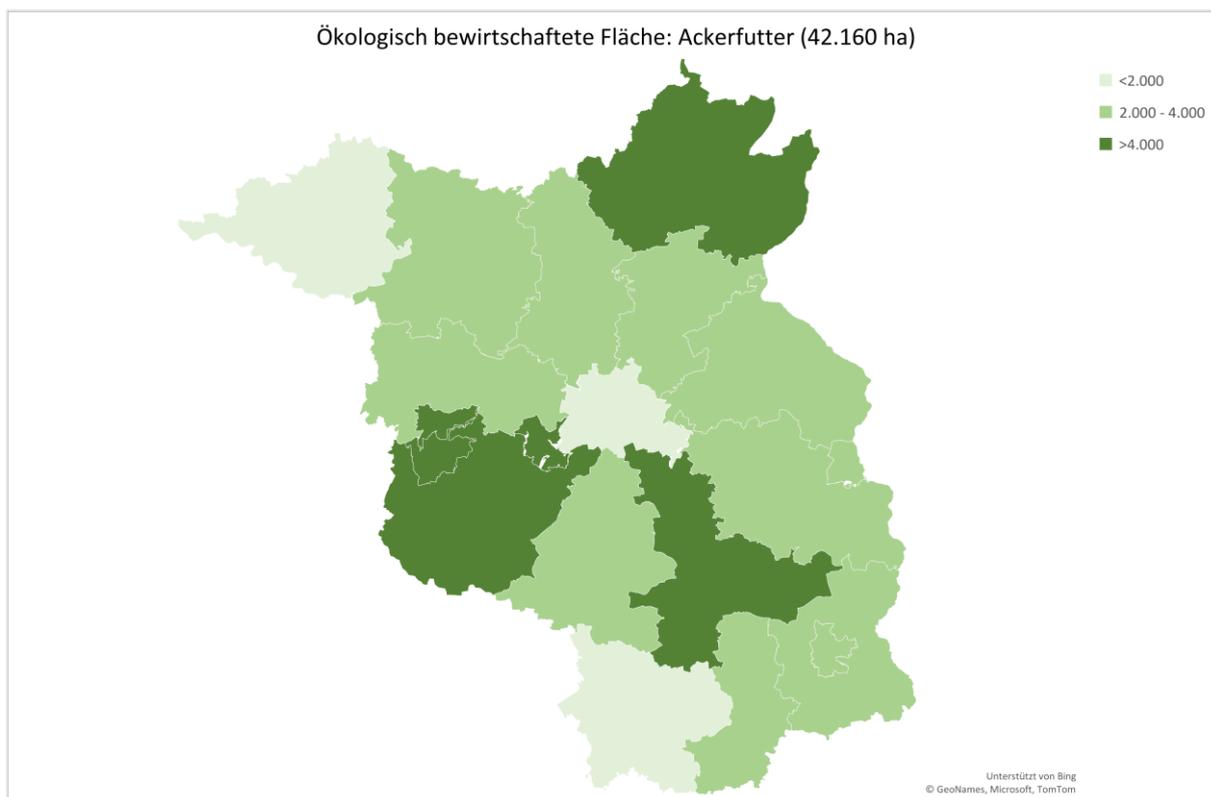
Die Flächen des geschützten Anbaus tauchen bei den InVeKoS-Daten wahrscheinlich kaum auf, sie werden zumindest nicht getrennt ausgewiesen. Nach Experteneinschätzungen dürften es nicht mehr als insgesamt 5 ha sein.

2.7 Ackerfutter

Bio-Ackerfutter wird nach InVeKoS-Daten 2023 auf 42.160 ha angebaut, das waren gut 4 % weniger als im Vorjahr. Der Bio-Anteil an der landesweiten Fläche des Ackerfutters ist damit von 22 % auf 17 % gesunken. Allerdings ist der Anteil an der Bio-Gesamtfläche des Landes Brandenburg mit 19 % immer noch erheblich. Wenn das Flächenziel isoliert betrachtet wird, wäre hier sicherlich ein günstiger Ansatzpunkt, um die Zielerreichung zu fördern.

Ackergras, Klee gras und Luzerne sind mit jeweils 8.-11.000 ha die wichtigsten Kulturen im Bio-Futterbau. Der Anbau von Bio-Ackerfutter ist recht breit gestreut, die größten Flächen finden sich in der Uckermark (16 %), im Kreis Dahme-Spreewald (12 %) und im Kreis Potsdam Mittelmark (10 %).

Abbildung 25: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Ackerfutter



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

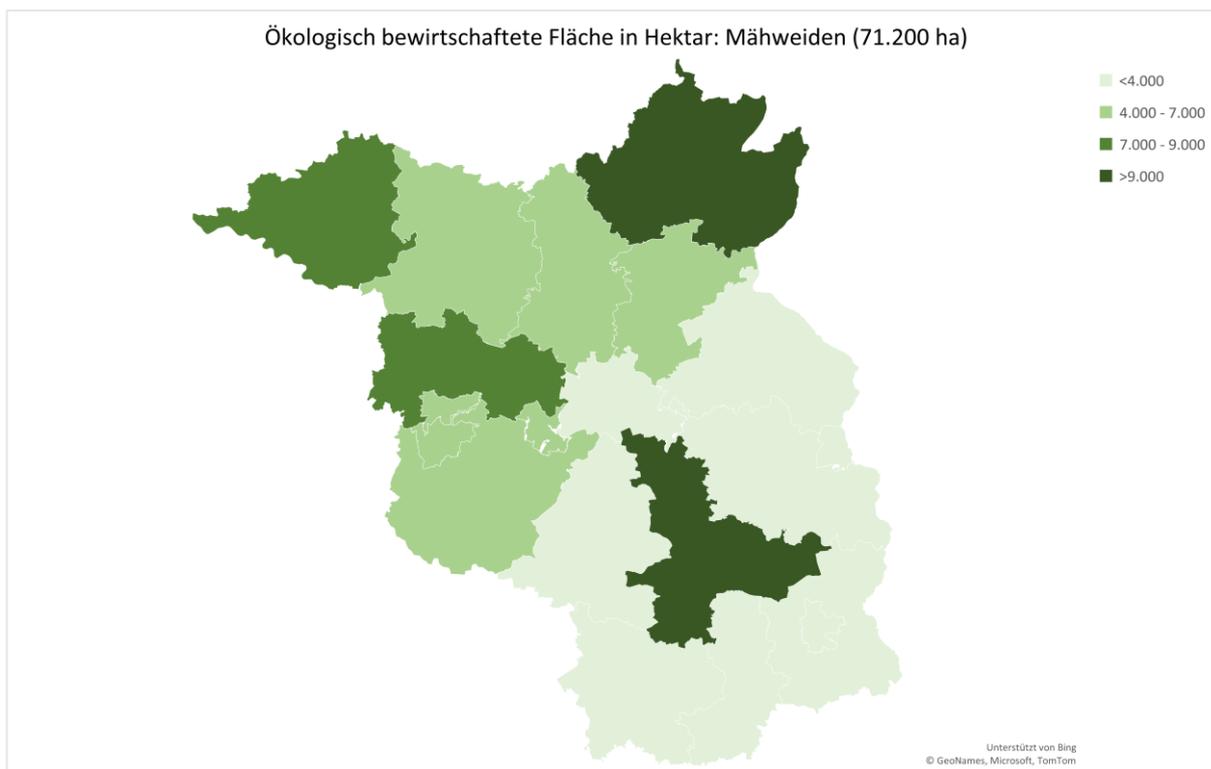
2.8 Grünland

Obwohl der Grünlandanteil an den Bio-Flächen des Landes im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gering ist, ist dies mit 42 % doch der größte Posten. Hier haben leichte Steigerungen der Anbaufläche also die größten Auswirkungen. Gleichzeitig sind sie hier auch am einfachsten, da die Umstellung dieser auch konventionell eher extensiv bewirtschafteten Flächen am einfachsten ist. Im Umkehrschluss heißt das aber auch, dass die Umweltwirkungen dieser Umstellung am geringsten sind. Auch bei der Steigerung der Wertschöpfung ist hier nur ein geringer Beitrag zu erwarten. Die vor 2023 etwas niedrigeren Werte des Dauergrünlandes sind darauf zurückzuführen, dass damals nicht alle Bio-Flächen aus verschiedenen Förderprogrammen erfasst wurden.

2.8.1 Mähweiden

Rund 30 % der ökologisch bewirtschafteten Fläche in Brandenburg besteht aus Mähweiden. Dies sind gut 71.000 ha. Gemessen an der Gesamtfläche der Mähweiden im Bundesland beträgt der Bio-Anteil bei Mähweiden 31 %. Die Flächen sind regional breit gestreut, lediglich in Märkisch-Oderland und dem Kreis Oberspreewald Lausitz sind rund 1.000 ha oder weniger zu finden. Die größten Flächen mit jeweils rund 9.000 ha gibt es in der Uckermark (13 %), Dahme-Spreewald (13 %) und der Prignitz (12 %).

Abbildung 26: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Mähweiden



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Mit 712 Nennungen wurden Bio-Mähweiden von allen Bio-Kulturen am häufigsten genannt. Die durchschnittliche Fläche je Betrieb lag bei 99 ha, das war mehr als doppelt so viel wie bei konventionellen Betrieben (43 ha). Trotz der großen Anzahl von Betrieben mit Mähweiden ist die Konzentration höher als bei vielen anderen Kulturen. 27 % der Bio-Anbauer bewirtschafteten 80 % der Fläche, bei konventionellen Betrieben sind es sogar 22 %. 3 Bio-Betriebe bewirtschafteten mehr als jeweils 1.000 ha Mähweiden, in der konventionellen Produktion überschritt nur ein Betrieb diese Grenze.

Abbildung 27: Betriebsstrukturen für Wiesen, Mähweiden, Strauchbeeren

	Wiesen		Mähweiden		Strauchbeeren	
	Bio-	konv.	Bio-	konv.	Bio-	konv.
Arith. Mittel (ha/Betrieb)	32,8	26,1	99,3	43,1	8,2	12,8
Variationskoeffizient (%) ¹⁾	218,6	252,3	167,2	218,6	197,1	200,9
Minimum (ha/Betrieb)	0,1	0,0	0,3	0,0	0,0	0,1
Maximum (ha/Betrieb)	684,7	1101,8	1373,8	1473,3	70,0	126,1
Median (ha/Betrieb) ²⁾	8,8	6,2	32,6	10,9	1,0	1,8
Anzahl der Betriebe mit der Kultur	493	2133	712	3009	24	34
Anteil der Betriebe, die 80 % der Fläche bewirtschaften	23	20	27	22	21	15

Anmerkungen: 1) Ein Streuungsmaß, Standardabweichung/Mittelwert mal 100, (%) - 2) Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte einer Datenverteilung liegt.

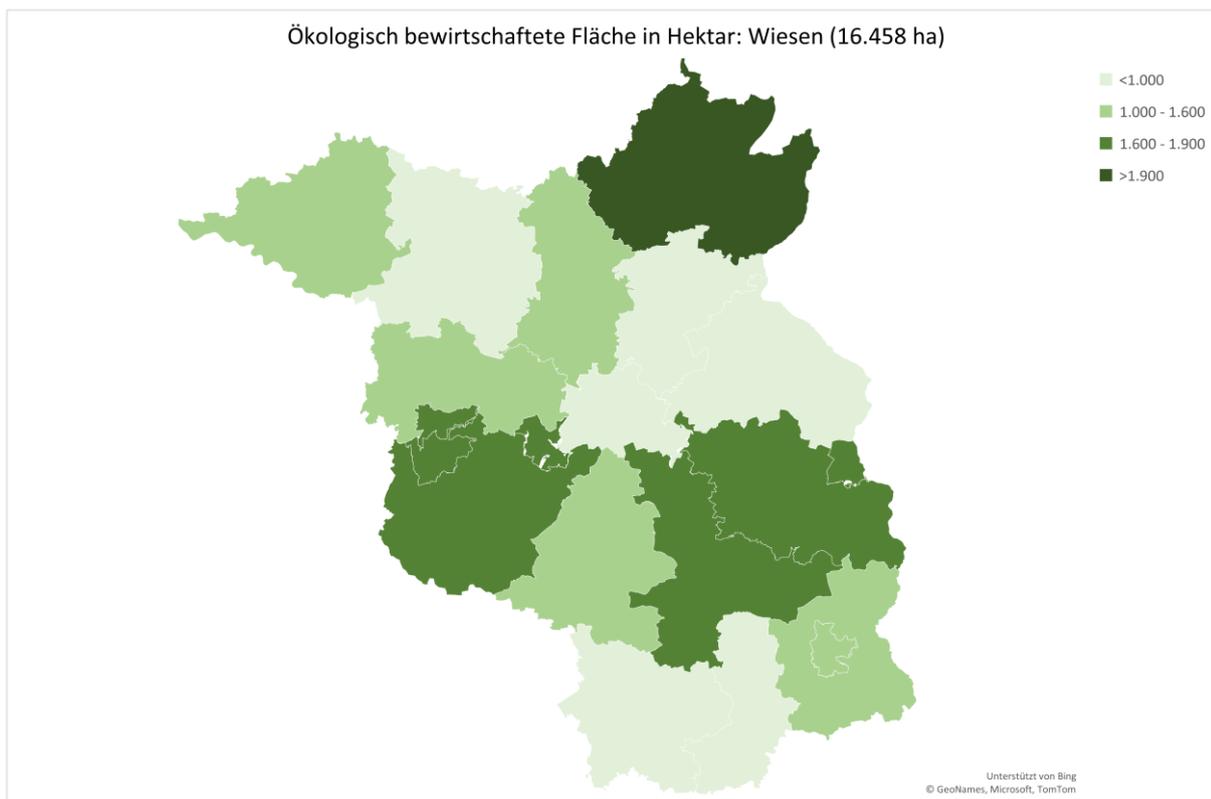
Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept Quelle: InVekos

Quelle: InVeKoS-Daten

2.8.2 Wiesen

Wiesen sind mit 16.500 ha der kleinere Teil des Dauergrünlandes. Der Bio-Anteil bei Wiesen beträgt in Brandenburg knapp 23 %. Die regionale Verteilung ist noch gleichmäßiger als bei Bio-Mähwiesen. Die Uckermark (12 %) und der Oder Spree-Kreis (10 %) sind die wichtigsten Landkreise. Im Durchschnitt bewirtschaftet einer der insgesamt 493 Betriebe 33 ha Bio-Wiesen, der Mittelwert für konventionelle Betriebe liegt bei 26 ha. Auch hier ist die Konzentration überdurchschnittlich hoch. 23 % der Betriebe bewirtschaften 80 % der Ökofläche, der Vergleichswert der konventionellen Flächen liegt bei 20 %.

Abbildung 28: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Wiesen



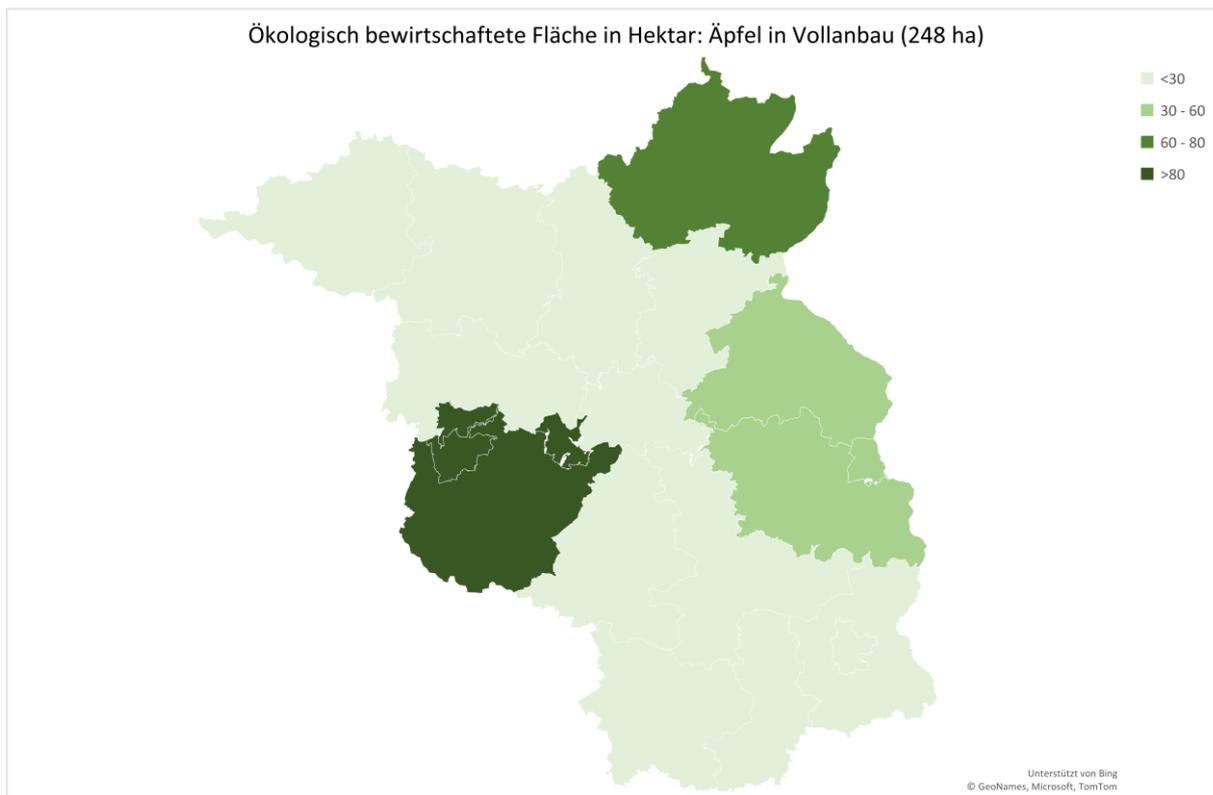
Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

2.9 Dauerkulturen

Zu den Dauerkulturen zählen wir hier nur Baumobst, Strauchbeeren, Rebland und Baumschulbestände. Spargel und Rhabarber gehören zum Gemüse. Nach dieser Gliederung wurden in Brandenburg 2023 1.281 ha Bio-Dauerkulturen angebaut, das sind 21 % der gesamten Dauerkulturfläche des Landes und 10 % der deutschen Bio-Dauerkulturfläche. Der Bio-Anteil entspricht nach den AMI-Strukturdaten in etwa dem Bio-Anteil im Bundesdurchschnitt von 2022 (20%).

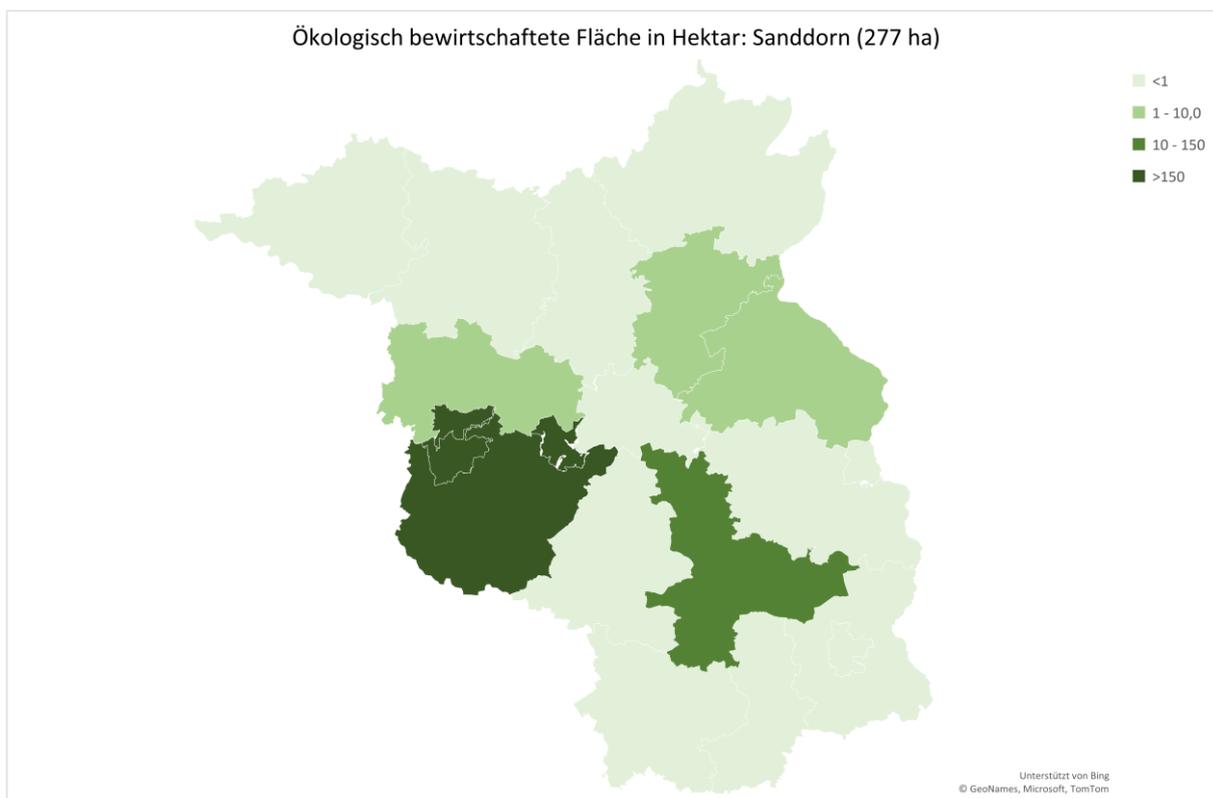
Die größten Posten sind Äpfel, Sanddorn, Aronia und andere Strauchbeeren. Die größten Bio-Apfelflächen stehen im Kreis Potsdam-Mittelmark und der Uckermark (25 %). Sanddorn wird ebenfalls im Kreis Potsdam-Mittelmark (61 %) angebaut, ferner im Kreis Dahme-Spreewald (35 %).

Abbildung 29: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Äpfel in Vollanbau



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Abbildung 30: Ökologisch bewirtschaftete Fläche (ha) in Brandenburg: Sanddorn



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Das Strauchbeerenobst steht vor allem Kreis im Dahme-Spreewald (33 %) und in Potsdam-Mittelmark (22 %). Für Strauchbeeren haben wir auch die Anbaustrukturen untersucht. Die 24 Betriebe mit Bio-Flächen bauten im Durchschnitt 8,2 ha an, bei den 15 konventionellen Betrieben waren es 12,8 ha. Der Anbau war in beiden Wirtschaftsweisen sehr konzentriert. Im Bio-Anbau bewirtschafteten die beiden größten Erzeuger mehr als die Hälfte der Fläche.

3 Tierbestände

3.1 Milchkühe

In Berlin-Brandenburg wurden im Jahr 2023 rund 40.000 t Bio-Kuhmilch an milchwirtschaftliche Unternehmen angeliefert, rund 3 % der Bio-Kuhmilchanlieferung in Deutschland. Dies geht aus den Daten der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE, Milchanlieferung an milchwirtschaftliche Unternehmen (Erzeugerstandort) in Deutschland nach Monaten und Kalenderjahren , 2024) hervor. Damit spielt die ökologische Erzeugung von Kuhmilch in Brandenburg im bundesweiten Vergleich nur eine geringe Rolle. (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE), 2023)

Nach den InVeKoS-Daten wurden im Jahr 2022 in Berlin-Brandenburg insgesamt 121.466 Milchkühe gezählt. Davon wurden etwa 6 % nach ökologischen Kriterien gehalten, im Jahr 2022 waren das 7.193 Bio-Milchkühe. Damit ist der Bio-Anteil im Vergleich zu Deutschland leicht unterdurchschnittlich. Nach den Angaben des Statistischen Bundesamtes und den AMI-Strukturdaten wurden 2022 insgesamt 3,81 Mio. Milchkühe in Deutschland gehalten, davon lebten 7,1 % auf einem Bio-Betrieb.

Abbildung 31: Betriebsstrukturen für Mutterkühe, Milchkühe, Mutterschafe

	Mutterkühe		Milchkühe		Mutterschafe	
	Bio-	konv.	Bio-	konv.	Bio-	konv.
Arithm. Mittel (Tiere/Betrieb)	75,2	44,4	156,4	423,2	129,1	113,7
Variationskoeffizient (%) ¹⁾	1,47	1,85	1,10	1,07	2,7	2,6
Minimum (Tiere /Betrieb)	1	1	4	1	1	1
Maximum (Tiere/Betrieb)	890	845	840	2.938	2.200	3.000
Median (Tiere/Betrieb)	34,0	14,0	92,5	321,7	25,0	14,0
Anzahl der Betriebe	396	1024	46	270	109	337
Anzahl der Tiere	29.788	45.516	7.193	114.273	14.074	40.009
Anteil der Betriebe, die 80 % der Tiere halten	33,8	26,1	43,5	43,0	18,3	13,8

Anmerkungen: 1) Ein Streuungsmaß, Standardabweichung/Mittelwert mal 100, (%) - 2) Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte einer Datenverteilung liegt.

23.10.2023 | 7 Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept

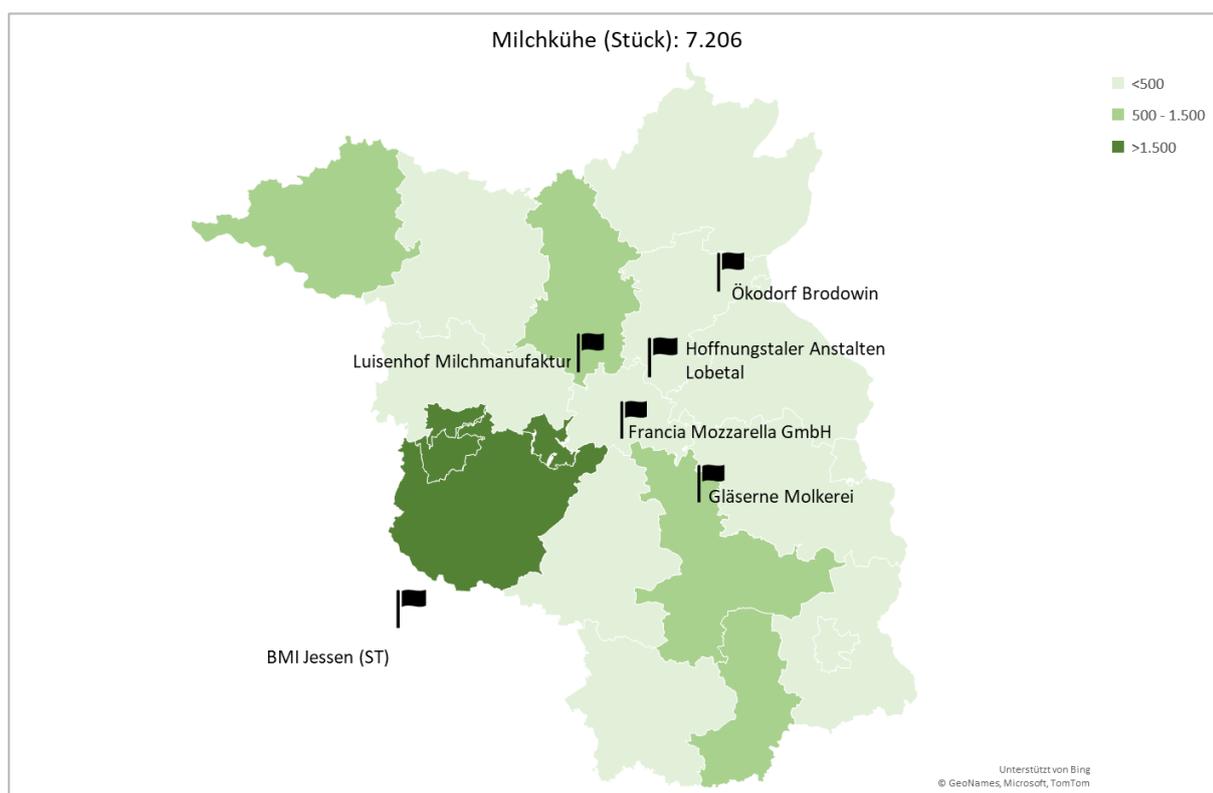
Quelle: InVeKoS-Daten

Knapp die Hälfte der Bio-Milchkühe leben in den Landkreisen Potsdam-Mittelmark und Dahme-Spreewald. Weitere 18 % sind im Landkreis Oberhavel zu finden. In Potsdam-Mittelmark ist größte Betrieb in Brandenburg mit 840 Milchkühen zu finden.

In Brandenburg gibt es insgesamt 46 Betriebe, die Milchkühe nach ökologischen Kriterien halten. Davon werden 80 % der Bio-Milchkühe auf 43,5 % der Betriebe gehalten. In der konventionellen Milchviehhaltung halten 43 % Betriebe 80 % der Milchkühe. Die Milchküherden auf konventionellen Betrieben sind deutlich größer, im Durchschnitt werden 423 Milchkühe pro Betrieb gehalten. Auf den ökologischen Betrieben leben im Vergleich dazu 156 Milchkühe.

Das Potenzial zur Erhöhung des Bio-Anteils ist hoch. Weil die Milchküherden im konventionellen Bereich erheblich größer sind, würde sich bei der Umstellung des größten konventionellen Milchviehbetriebs mit mehr als 2.900 Tieren der Bio-Anteil um 2,5 % erhöhen. Damit läge der Bio-Anteil mit 9,0 % in Brandenburg knapp über dem bundesdeutschen Durchschnitt.

Abbildung 32: Ökologisch behaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Milchkühe



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Die Erzeugung von Bio-Milch und Bio-Milchprodukten ist in Brandenburg stark verankert. Ausschlaggebend ist vor allem der hohe Anteil an Grün- und Weideland. Für die ökologische Milcherzeugung spielt der Freigang auf die Weide eine wesentliche Rolle in der Haltung von Milchkühen. Im Prinzip ist Brandenburg in Bezug auf die Verarbeitung von Bio-Milch gut aufgestellt: Vier Molkereien im Land, eine Bio-Mozzarella-Manufaktur und eine Molkerei im angrenzenden Bundesland Sachsen-Anhalt verarbeiten ökologisch erzeugte Kuhmilch. Die milchverarbeitenden Unternehmen befinden sich in Landkreisen, in denen eher wenige (<500 Stück) oder durchschnittlich (500 – 1.000 Stück) viele Bio-Milchkühe gehalten werden. Im Landkreis Potsdam-Mittelmark, in dem insgesamt 1.608 Bio-Milchkühe leben, sind keine milchverarbeitenden Betriebe angesiedelt. Der nächste Molkereistandort befindet sich in Jessen im benachbarten Bundesland Sachsen-Anhalt. Einige der Erzeuger aus Potsdam-Mittelmark liefern ihre Kuhmilch aufgrund der kürzeren Transportwege im Käsewerk in Jessen ab.

In Bezug auf die Verarbeitungskapazitäten unterscheiden sich die Molkereien Brandenburgs erheblich. Die Gläserne Molkerei mit ihren zwei Standorten Münchehofe (Brandenburg) und Dechow (Mecklenburg-Vorpommern) holt mit Abstand die größten Bio-Milchmengen in Brandenburg auf. In Münchehofe werden überwiegend Butter, Käse und auch Frisch- bzw. ESL-Milch produziert. Die Gläserne Molkerei füllt ausschließlich Bio-Milch ab, die nach Weiderichtlinien erzeugt wurde. In Münchehofe wird auch traditionelle Fassbutter hergestellt. Diese ist anders als die handelsüblichen 250g-Ziegel in Rollenform gebracht und in Pergamentpapier gewickelt.

Neben der Gläsernen Molkerei gibt es noch drei mengenmäßig kleinere Molkereien: die Lobetaler Bio-Molkerei in Biesenthal, die Brodowiner Meierei und die Luisenhof Milchmanufaktur in Velten. Diese Molkereien sind stark in der Vermarktung von Bio-Milch im regionalen Naturkosthandel, aber auch in der Direktvermarktung aktiv. Auch haben manche der milchwirtschaftlichen Unternehmen ein Absatz über regionale Supermärkte aufgebaut. So füllt beispielsweise die Luisenhof Milchmanufaktur unter der Marke Nordfrische Demeter-Milch für Edeka ab. Die Molkerei Brodowin ist biodynamisch ausgerichtet und verarbeitet die Milch von mehreren Demeterbetrieben. Die Milch wird lediglich pasteurisiert und somit per Definition traditionell hergestellt.

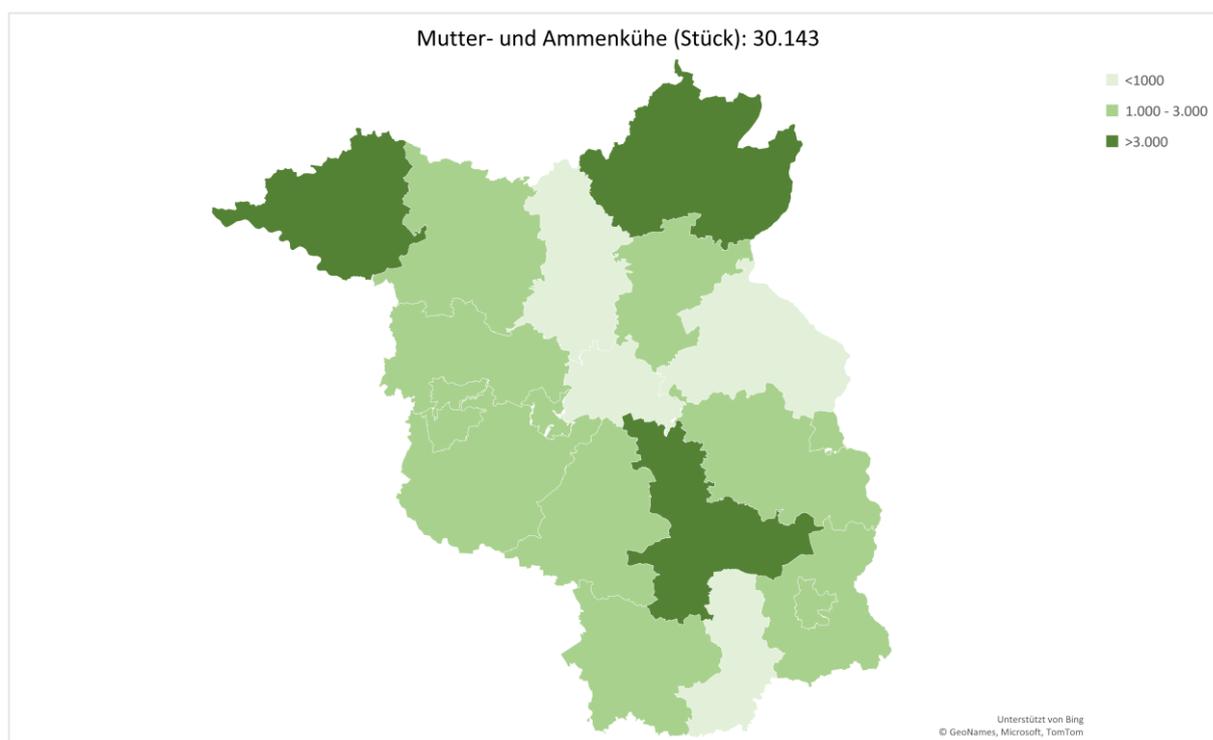
Mit der Francia Mozzarella GmbH in Berlin-Tempelhof wird zudem Bio-Milch aus Brandenburg zu Bio-Mozzarella und Bio-Ricotta verarbeitet. Die Produkte werden in Berlin und Brandenburg, aber auch bundesweit vertrieben.

3.2 Mutter- und Ammenkühe

Nach den InVeKoS-Daten wurden im Jahr 2022 in Berlin-Brandenburg insgesamt 75.304 Mutter- und Ammenkühe gezählt. Davon wurden etwa 40 % nach ökologischen Kriterien gehalten. Im Jahr 2022 wurden auf 393 Höfen 29.788 Bio-Mutter- und Ammenkühe gehalten. 1.024 konventionelle Betriebe halten insgesamt 45.516 Mutterkühe. Nach den Angaben des Statistischen Bundesamtes und den AML-Strukturdaten wurden 2022 insgesamt 609.800 Mutter- und Ammenkühe in Deutschland gehalten, davon lebten 29,5 % auf einem Bio-Betrieb. Damit ist der Bio-Anteil in Brandenburg im Vergleich zu Deutschland überdurchschnittlich.

Der durchschnittliche Tierbestand beträgt in Brandenburg bei den Bio-Betrieben 75 Tiere, bei den konventionellen Betrieben 44 Tiere. Die konventionellen Betriebe dürften häufiger im Nebenerwerb laufen. Der hohe Bio-Anteil bei den Mutterkühen bedeutet nicht, dass die Absetzer auch alle auf Bio-Betrieben gemästet werden. Vielmehr versorgen die Absetzer der Fleischrassen überregional alle Mastbetriebe. Die größten Mutterkuhbetriebe liegen bei Bio in der Prignitz und Teltow-Fläming, bei konventionell im Barnim und Ostprignitz-Ruppin.

Abbildung 33: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Mutter- und Ammenkühe



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

3.3 Fleischrinder

Im Land Brandenburg mit seinen ertragsschwachen Ackerböden und den ausgedehnten Grünlandarealen hat die Rinderzucht und -haltung eine lange Tradition. (Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung, 2023) In Berlin-Brandenburg wurden nach InVeKoS-Daten im Jahr 2022 insgesamt 251.831 Rinder gehalten, davon 46.685 Rinder auf insgesamt 502 Betrieben nach ökologischen Kriterien. Der Bio-Anteil liegt demnach bei knapp 17 %.

Die größte Population lässt sich in der Uckermark mit 6.103 Rindern finden. Hier finden sich auch mit einer Anzahl von 62 die meisten Betriebe im Bundesland. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt hier mit 19,2 im bundeslandweiten Durchschnitt. Auch im Landkreis Dahme-Spreewald werden mehr als 4.700 Bio-Rinder auf 60 Betrieben gehalten. Folglich ist hier die durchschnittliche Betriebsgröße höher. Ein Hof besitzt in diesem Landkreis rechnerisch knapp 35 Rinder.

Der größte Bio-Rindermastbetrieb findet sich mit 830 Tieren zwischen 6 Monaten und 2 Jahren in der Prignitz. 473 Betriebe halten insgesamt 20.641 dieser Tiere – im Durchschnitt also 44 Tiere. Die 1.372 konventionellen Betriebe halten 126.143 Tiere, pro Betrieb 84 Rinder. Der Bio-Anteil beträgt in dieser Altersklasse demnach 15 %. Die konventionelle Rindermast ist deutlich konzentrierter als die Bio-Rindermast, 16 % der Betriebe halten 80 % der Rinder und der größte konventionelle Betrieb hält 2.815 Tiere.

Bei Fleischrindern über 2 Jahre gibt es 445 Bio-Betriebe mit 9.062 Bio-Tieren. Der größte Betrieb hat 349 Tiere. Die 1.225 konventionellen Betriebe halten 21.923 Tiere mit höchstens 635 Tieren auf dem größten Betrieb. Der Bio-Anteil liegt in dieser Altersklasse mit 29 % deutlich höher als in der Altersklasse 6 Monate bis 2 Jahre (15 % Bio-Anteil). Die Bio-Tiere wachsen in der Regel etwas langsamer und erreichen das Schlachtgewicht häufiger, wenn sie das Alter von 2 Jahren schon erreicht haben. Pro Betrieb leben auf einem Bio-Betrieb 20 Tiere, auf einem konventionellen Betrieb 18 Tiere.

Abbildung 34: Betriebsstrukturen für Kälber und Rinder nach Altersgruppen

Betriebsstrukturen Fleischrinder



	Kälber bis 6 Mo		Rinder 6 Mo bis 2 J		Rinder > 2 J	
	Bio-	konv.	Bio-	konv.	Bio-	konv.
Arithm. Mittel (Tiere/Betrieb)	34,8	52,8	43,6	84,7	20,4	17,9
Variationskoeffizient (%) ¹⁾	1,44	8,25	1,73	2,29	1,65	2,36
Minimum (Tiere /Betrieb)	1	1	1	1	1	1
Maximum (Tiere/Betrieb)	400	15.500	830	2.815	349	635
Median (Tiere/Betrieb)	15	10	15	10	8	5
Anzahl der Betriebe	451	1.295	473	1.372	445	1225
Anzahl der Tiere	15.686	68.375	20.641	126.143	9.063	21.923
Anteil der Betriebe, die 80 % der Tiere halten	33,3	19,8	28,5	16,4	29,9	24,3

Anmerkungen: 1) Ein Streuungsmaß, Standardabweichung/Mittelwert mal 100, (%) - 2) Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte einer Datenverteilung liegt.

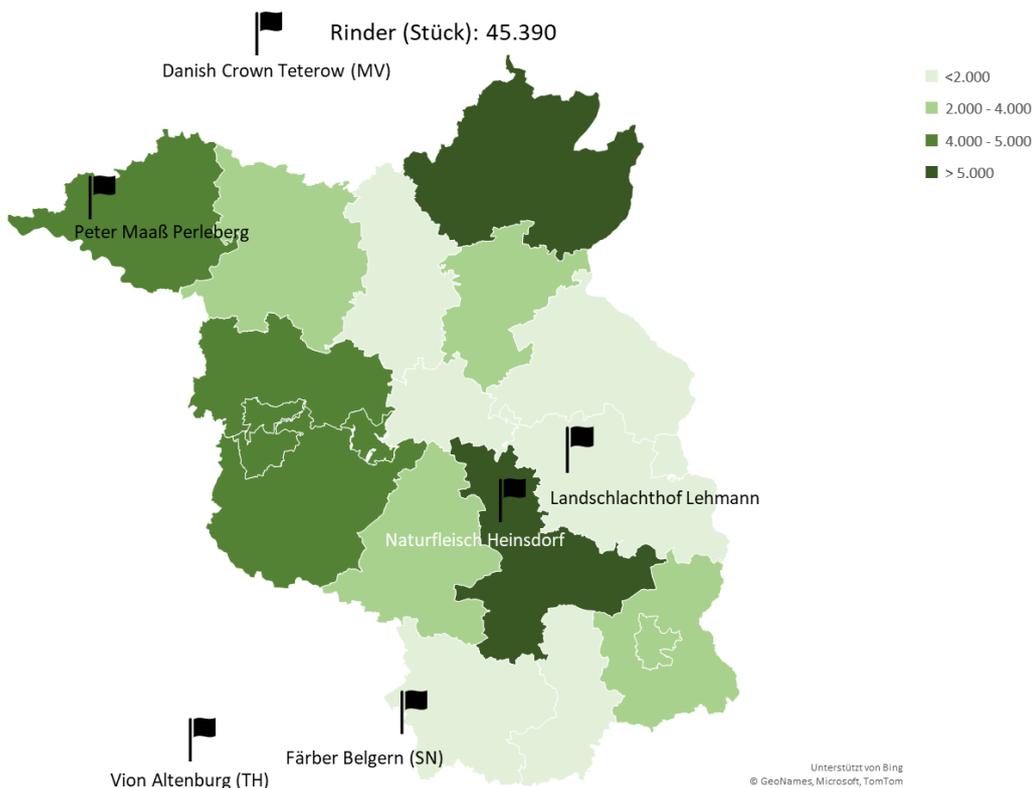
Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept
Quelle: InVekos

Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Bei allen Fleischrinderarten ist der Anteil der Betriebe, die 80 % der Tiere halten, bei Bio größer als bei konventionellen Betrieben, die konventionelle Haltung ist also stärker konzentriert.

Größtes Problem in der Rinderhaltung sind die fehlenden Schlachtmöglichkeiten im Land. Es gibt nur zwei Rinderschlachtbetrieb im Land – Peter Maaßen in Perleberg und die Naturfleisch Heinsdorf GmbH in Dahme/Mark. Die Rinder werden entweder daher entweder in Teterow (Mecklenburg-Vorpommern), Belgern (Sachsen-Anhalt) oder Altenburg (Thüringen) geschlachtet. Kleinere Schlachtereien wie die Landschlachtereie Lehmann bei Münchehofe bieten ebenfalls Lohnschlachtungen von Bio-Rindern an, haben aber keine großen Kapazitäten, um zum Beispiel regionale Ware in den für den LEH nötigen Mengen zu schlachten. Auch die Zerlegung findet größtenteils außerhalb Brandenburgs statt. Für die Verarbeitung gibt es Kapazitäten, allerdings kann durch die fehlende Schlacht- und Zerlegekapazität in den meisten Fällen keine Brandenburger Herkunft gewährleistet werden, da sich die Tiere mit Tieren aus anderen Bundesländern mischen.

Abbildung 35: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Rinder



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

3.4 Mastschweine

Deutschlandweit wurden im Jahr 2022 182.000 Bio-Mastschweine gehalten. Nach der Stagnation seit 2018 hat die Bio-Schweineproduktion 2022 einen leichten Aufschwung erhalten. Die hohe Nachfrage in der Corona-Zeit und die gestiegenen Produktionskosten nach Kriegsausbruch machten es nötig, die Preise zu heben und so konventionelle Landwirte zur Umstellung zu motivieren. Im Vergleich zum Vorjahr wurden 8 % mehr Bio-Schweine gehalten. Der Bio-Anteil ist mit 1,3 % dennoch gering.

Die Mastschweinezucht ist im Gegensatz zur Ferkelzucht in Berlin-Brandenburg nicht sehr stark ausgeprägt. In Berlin-Brandenburg wurden nach InVeKoS-Daten im Jahr 2022 insgesamt 54.431 Mastschweine gehalten, davon 2.458 Bio-Schweine auf insgesamt 25 Betrieben. Der Bio-Anteil liegt mit 4,5 % demnach höher als im bundesweiten Durchschnitt.

Die größte Population lässt sich im Landkreis Barnim mit 804 Bio-Mastschweinen finden. Diese werden auf drei Betrieben gemästet, von denen einer 795 Schweine hält. Auch die Uckermark bildet einen Schwerpunkt in der Schweinemast. Hier werden 582 Bio-Mastschweine auf einem einzelnen Hof gehalten. Die Betriebsgrößen schwanken stark, es gibt wenige große Betriebe mit mehr als 100 Schweinen und viele kleine Betriebe. 80 % der Bio-Schweine werden auf 20 % der Betriebe oder konkret 5 Betrieben gehalten. Die durchschnittliche Betriebsgröße in Berlin-Brandenburg liegt bei 98 Bio-Schweinen.

Abbildung 36: Betriebsstrukturen für Zuchtsauen, Mastschweine, Legehennen

Betriebsstrukturen Tiere



	Zuchtsauen		Mastschweine		Legehennen	
	Bio-	konv.	Bio-	konv.	Bio-	konv.
Arithm. Mittel (Tiere/Betrieb)	21,5	409,9	98,3	366,6	1.922,0	938,5
Variationskoeffizient (%) ¹⁾	3,0	1,7	2,0	3,7	2,7	5,8
Minimum (Tiere /Betrieb)	1	1	3	1	4	1
Maximum (Tiere/Betrieb)	320	3.900	795	11.968	27.000	76,900
Median (Tiere/Betrieb)	5,0	9,0	24,2	5,0	100,0	20,0
Anzahl der Betriebe	25	73	25	149	78	532
Anzahl der Tiere	539	29.921	2.458	51.973	149.919	499,267
Anteil der Betriebe, die 80 % der Tiere halten	16,0	23,3	20,0	8,5	10,3	2,6

Anmerkungen: 1) Ein Streuungsmaß, Standardabweichung/Mittelwert mal 100, (%) - 2) Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte einer Datenverteilung liegt.

23.10.2023 | 8
Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept

Quelle: InVeKoS-Daten

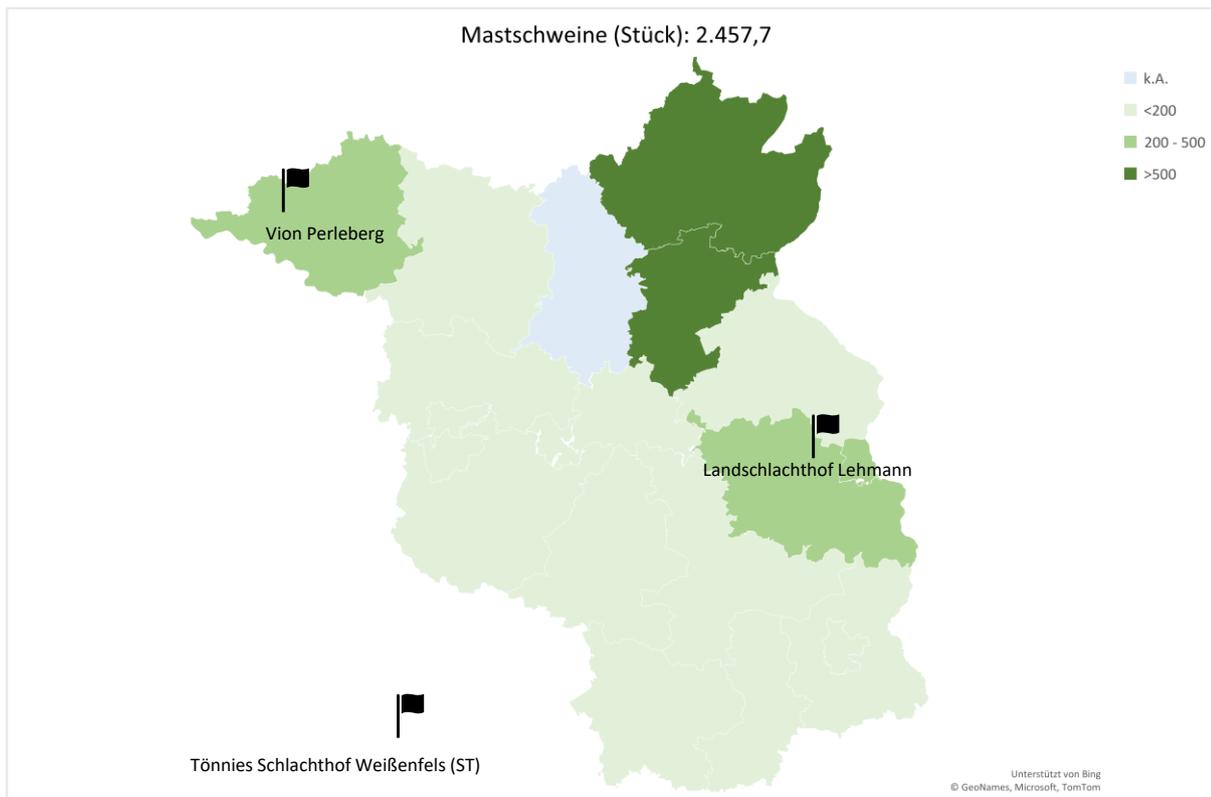
In der konventionellen Schweinezucht verstärkt sich das Bild der spezialisierten Großbetriebe. 80 % aller konventionell gehaltenen Schweine leben in nur 8,5 % der Mastbetriebe in Brandenburg. Der größte Betrieb mit knapp 12.000 Schweinen liegt im Landkreis Märkisch-Oderland. In diesem Landkreis ist die ökologische Schweinezucht so gut wie nicht vorhanden. In den Landkreisen Barnim und Uckermark, in denen die ökologische Zucht ihren Schwerpunkt hat, leben hingegen nur 14 % der konventionellen Schweine. Die Produktionszentren unterscheiden sich in der konventionellen und ökologischen Haltungsform demnach sehr.

Der Landesbauernverband Brandenburg gibt an, dass die Schweinebestände in Brandenburg nach einem Hoch zur Mitte des Jahrzehntes wieder eine leichte Aufwärtstendenz aufweisen. 2020 wurden 775.000 Schweine gezählt, darunter 355.700 Ferkel. Der Selbstversorgungsgrad in Berlin-Brandenburg liegt bei ca. 22 -25 %, d.h., nur jedes vierte Schnitzel kommt aus der Region. Für Deutschland insgesamt liegt der Selbstversorgungsgrad bei ca. 126 % (2022). Die Schweineproduktion ist ein wichtiger Betriebszweig für die Unternehmen, allerdings ist dieser Bereich starken Preisschwankungen unterworfen. Die hohen Auflagen und die zu niedrigen Erlöse führten zu einem deutlichen Bestandsabbau. Immer weniger Betriebe können die Kosten aufbringen, sodass zahlreiche Betriebe aufgeben. Die Afrikanische Schweinepest verschärft die Lage zusätzlich. In Brandenburg gab es Ende November nur noch 160 größere Betriebe, die Schweine hielten. 2010 waren es noch 226. Die verbliebenen Tierhalter müssen ihre Bestände aufstocken, um die Mehrausgaben zu kompensieren. Je verkauftes Schwein bleiben für den Landwirt oft nicht mehr als ein bis zwei Euro Gewinn. Die Besatzdichte in Brandenburg ging von über 200 Tieren /100ha LF (1989) auf knapp 60 Tieren je 100 ha LF zurück und liegt damit weit unter dem Bundesdurchschnitt (156 Schweine/100 ha LF). (Landesbauernverband Brandenburg e.V., 2023)

Ähnlich wie bei den Rindern mangelt es auch für die Mastschweine an Schlachtmöglichkeiten. Die Vion betrieb bis Anfang 2024 in Perleberg den größten Schweineschlachthof im Land. Dieser soll nun

verkauft an die Schlachterei Uhlen GmbH werden, aber weiterbetrieben werden. Bislang wurden dort auch Bio-Schweine geschlachtet. Weitere Möglichkeiten gibt es in Weißenfels (Sachsen-Anhalt) und Altenburg in Thüringen.

Abbildung 37: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Mastschweine



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

3.5 Zuchtsauen/Ferkel

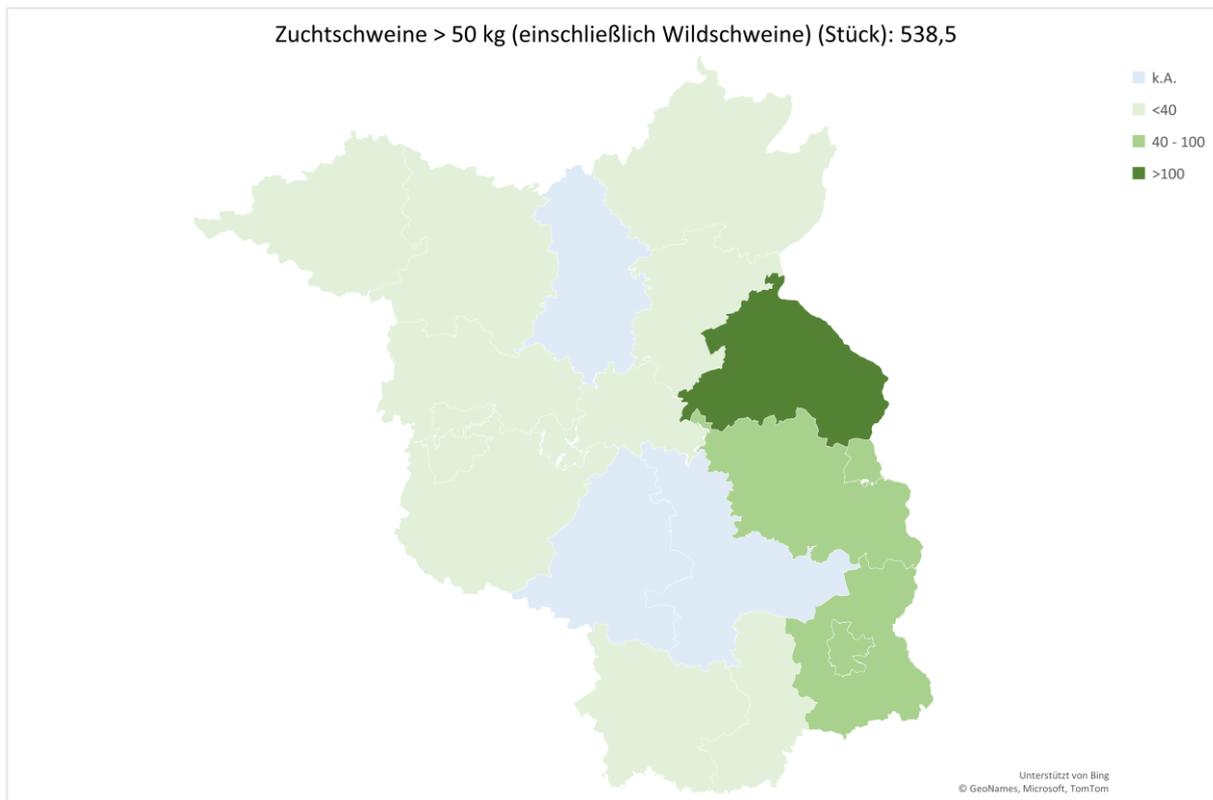
Nach den InVeKoS-Daten wurden im Jahr 2022 in Berlin-Brandenburg insgesamt 30.460 Zuchtschweine gehalten, davon 539 Zuchtschweine in 25 Bio-Betrieben. Der Bio-Anteil liegt bei 1,8 %. Der Landkreis Märkisch-Oderland stellt den Schwerpunkt der Sauenhaltung dar. Hier werden mehr als die Hälfte der Bio-Zuchtschweine auf nur einem Hof gehalten. Mit 320 Sauen ist dieser Betrieb der größte in Berlin-Brandenburg. 1.405 Ferkel wurden dort 2022 produziert.

Wie bei den Mastschweinen ist das Bundesland in der Zuchtsauenhaltung von wenigen großen Betriebseinheiten geprägt. 80 % der Zuchtsauen werden auf 4 Betrieben (16%) gehalten.

Die spezialisierte Ferkelhaltung ist in Brandenburg traditionell stärker beheimatet als die Schweinemast. Brandenburg ist ein Ferkelexportland. (Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung, 2023) Laut den InVeKoS-Daten 2022 werden in Brandenburg insgesamt 120.118 Ferkel gehalten. Der Bio-Anteil ist jedoch mit 1,6 % sehr gering. So leben 1.917 Ferkel auf einem ökologisch bewirtschafteten Betrieb.

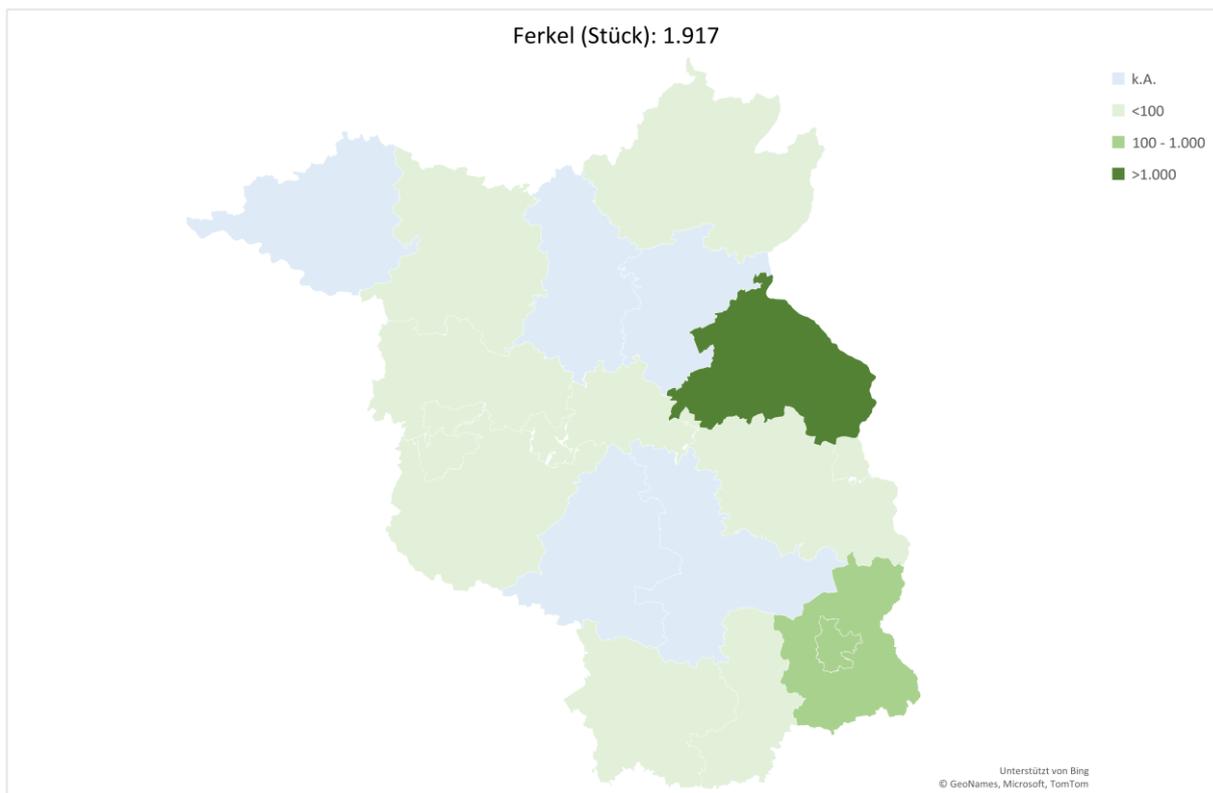
Zentren der Ferkelaufzucht sind vor allem in den Berlin fernen Landkreisen zu finden. Die Betriebe sind sehr spezialisiert orientiert. Die Brandenburger Bio-Ferkelaufzuchtbetriebe wurden zuletzt besonders stark von den Maßnahmen zur Eindämmung der Afrikanischen Schweinepest (ASP) getroffen, die eine Ausweitung der Bestände unmöglich machten. Die Freilandhaltung, wie sie in Bio-Betrieben in der Regel stattfindet, wurde besonders stark reglementiert. Der größte Betrieb mit 320 Sauen befindet sich im Landkreis Märkisch-Oderland. Der größte konventionelle Betrieb liegt im Landkreis Teltow-Fläming. Die durchschnittliche Betriebsgröße variiert sehr zwischen konventioneller Haltung mit 2.110,7 Tieren/Hof und ökologischer Haltung mit 106,5 Tieren/Hof.

Abbildung 38: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Zuchtschweine >50 kg (einschließlich Wildschweine)



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

Abbildung 39: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Ferkel



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

3.6 Legehennen

Den AMI-Strukturdaten zufolge sind die Bio-Legehennenbestände 2022 deutschlandweit nur noch wenig gewachsen. Mit 6,98 Mio. Stück wurde ein Zuwachs von 3,3 % im Vergleich zum Vorjahr erreicht.

In Brandenburg wurden im Jahr 2022 149.919 Legehennen nach ökologischen Standards auf 78 Betrieben gehalten. Damit leben knapp 2 % der deutschen Bio-Legehennen in Brandenburg. Die Bedeutung ist daher relativ gering.

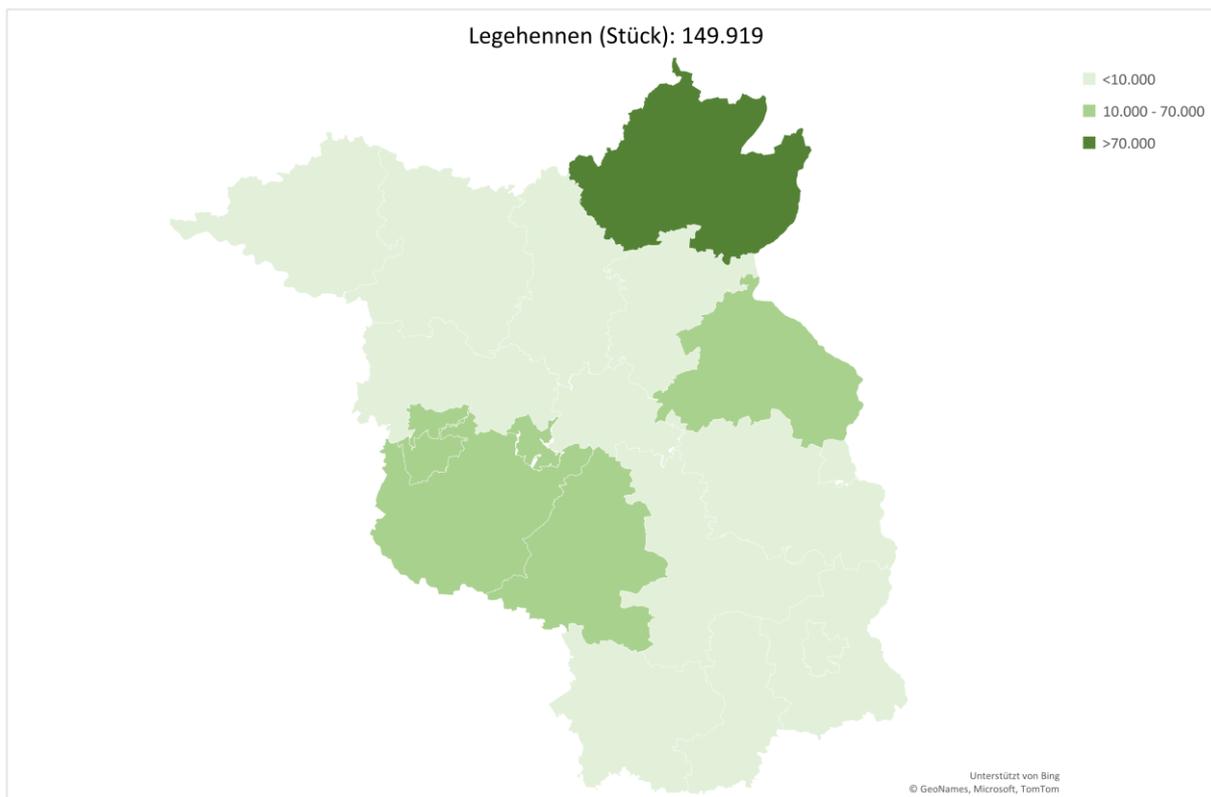
Registrierungspflichtig sind Betriebe ab einem Bestand von 350 Legehennen sowie alle Direktvermarkter (auch mit weniger als 350 Legehennen), die ihre Eier auf regionalen Märkten zum Verkauf anbieten. Unabhängig von der Gesamtentwicklung ist ein sich verstärkender Trend zur Nutzung von Mobilställen zu beobachten. Im Jahr 2022 waren 66 Legehennenhalter mit rund 57.000 Legehennenplätzen in 128 Mobilställen unterschiedlichster Bauart und Größenordnungen registriert. (Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung, 2023)

Der Bio-Anteil in der Legehennenhaltung liegt mit 23 % in Brandenburg deutlich über dem deutschlandweiten Durchschnitt von 13,8 %.

Die ökologische Legehennenhaltung konzentriert sich hauptsächlich auf die Uckermark. Hier leben mehr als 75.900 oder 51 % der Legehennen in 10 Stallanlagen. In der Uckermark sind zudem auch die beiden größten Stallanlagen des Bundeslandes mit je 27.000 Haltungsplätzen zu finden.

Die Stückzahl pro Bio-Betrieb betrug im Durchschnitt 1.922, beim konventionellen Gegenstück waren es 939 Stück. Die Konzentration auf größere Betriebe ist in der Legehennenhaltung stark ausgeprägt, 10 % der Betriebe halten 80 % der Bio-Legehennen. In der konventionellen Haltungsform ist die Konzentration noch stärker: 3 % der Betriebe halten 80 % der Legehennen.

Abbildung 40: Ökologisch gehaltene Nutztiere (Stück) in Brandenburg: Legehennen



Quelle: eigene Darstellung nach InVeKoS-Daten

4 Die regionale Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln

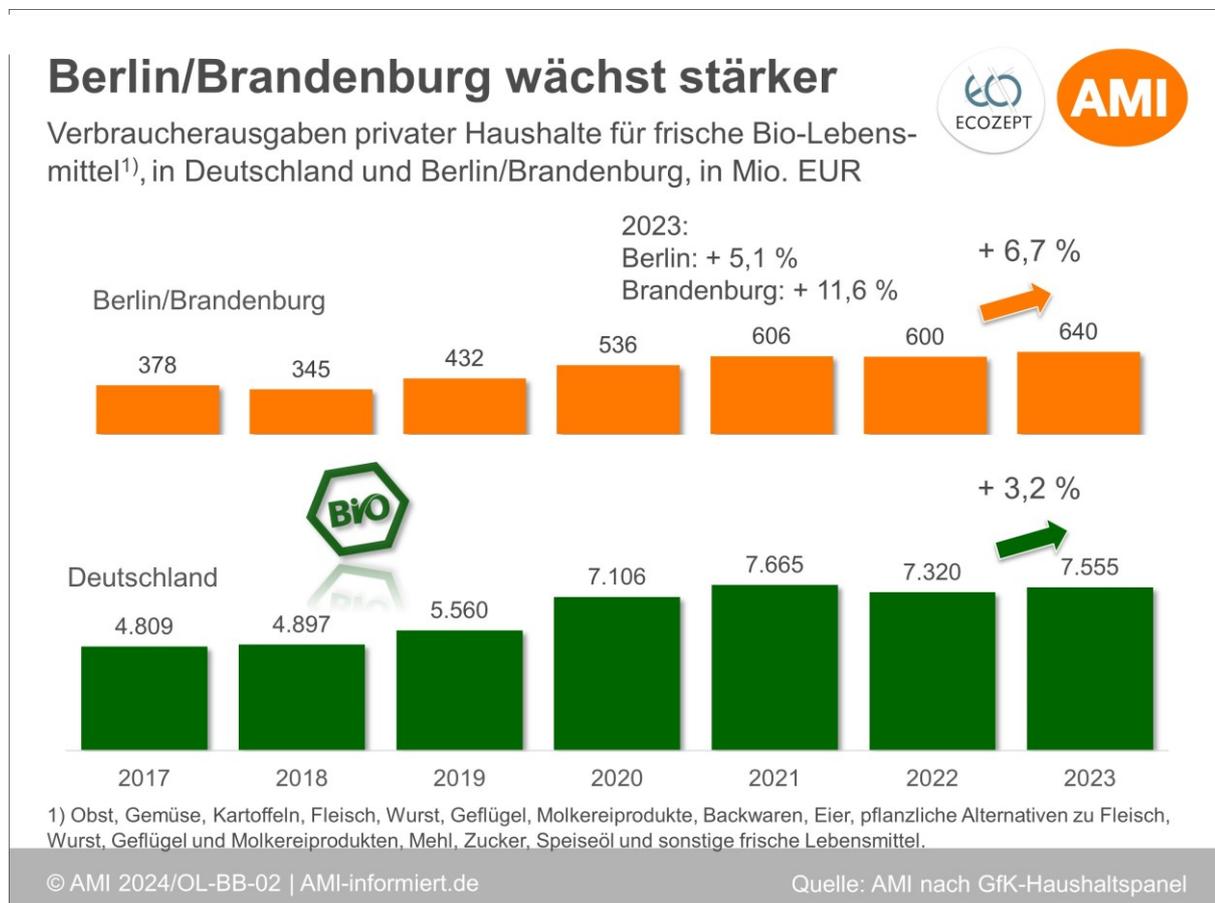
4.1 Entwicklung der Verbraucherausgaben

Der Markt für Lebensmittel und Getränke aus ökologischer Erzeugung hat sich in den vergangenen Jahren in Deutschland positiv entwickelt. Längst sind Bio-Produkte kein Nischenmarkt mehr, sondern im Alltag vieler Verbraucher angekommen. Zusätzlichen Aufschwung für den Bio-Markt haben die ersten beiden Pandemiejahre gegeben. Der zwangsweise (Lockdown) erfolgte Umstieg vom Außer-Haus-Verzehr auf den Konsum zu Hause begünstigte Bio-Lebensmittel überproportional, weil der Bio-Anteil im Außer-Haus-Verzehr sehr gering ist. Dagegen hat die hohe Inflation im Jahr 2022 und 2023 diese Entwicklung ausgebremst.

Die Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel sind AMI-Analysen des GfK-Haushaltspanels (AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft bmH, 2023) zufolge in Deutschland in den Jahren 2017 bis 2023 jährlich um durchschnittlich 7,6 % gestiegen. Demnach gaben die Verbraucher 2023 etwa 16,1 Mrd. EUR für Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung aus. Der Bio-Anteil lag zu diesem Zeitpunkt deutschlandweit bei 6,2 %.

Ohnehin war das erste Jahr des Angriffskriegs Russlands auf die Ukraine und die hohe Inflation in besonderem Maße von einer Kaufzurückhaltung der Verbraucher in Sachen Bio geprägt. So ganz haben sich auch 2023 die eingekauften Mengen aus dem Jahr 2021 in Summe nicht erzielen lassen, aber die Preissteigerungen auf Verbraucherebene haben die Umsätze um 5 % steigen lassen.

Abbildung 41: Verbraucherausgaben privater Haushalte für frische Bio-Lebensmittel in Deutschland und Berlin-Brandenburg, in Mio. EUR

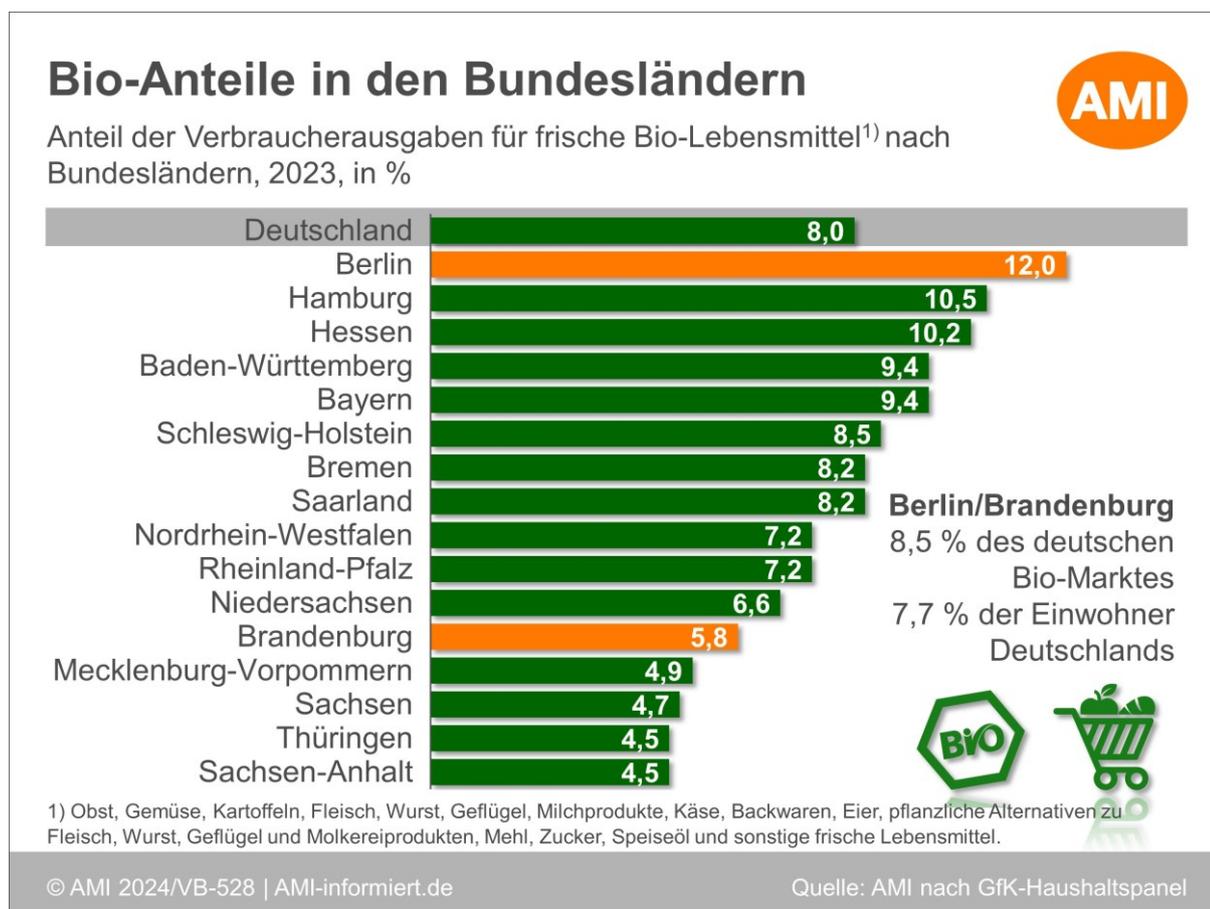


Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Ähnlich sieht die Situation in Brandenburg-Berlin aus. Über die Jahre 2017 bis 2023 sind die Verbraucherausgaben für frische Bio-Lebensmittel hier um durchschnittlich 7,8 % pro Jahr gestiegen. Ein Wachstum von knapp 6,7 % hatte es in dem Jahr 2023 gegeben. Hier werden alle frischen Bio-Lebensmittel (Obst, Gemüse, Kartoffeln, Fleisch, Wurst, Geflügel, Milchprodukte, Käse, Backwaren, Eier, pflanzliche Alternativen zu Fleisch, Wurst, Geflügel und Molkereiprodukten, Mehl, Zucker, Speiseöl und sonstige frische Lebensmittel) betrachtet, diese machen ca. zwei Drittel des Marktes Für Bio-Lebensmittel und Getränke insgesamt aus. Über diese Produkte bezieht die AMI regelmäßig Daten von der GfK und kann damit auch diese regionalen Analysen erstellen.

Damit entwickelten sich diese beiden Bundesländer in der Summe positiver als der deutschlandweite Trend. Die privaten Haushalte gaben hier 2023 rund 640 Mio. EUR für frische Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung aus. Davon wurden 477 Mio. EUR von den Verbrauchern in Berlin getätigt und 162 Mio. EUR von den Brandenburgern. Nur knapp ein Viertel der Bio-Ausgaben entfiel somit auf Brandenburg. Der Bio-Markt in Berlin-Brandenburg wird deshalb von den Entwicklungen in Berlin bestimmt. Der Bio-Anteil für beide Bundesländer zusammen lag im Jahr 2023 bei 8,5 % und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt. Berlin verzeichnete einen Bio-Anteil von 12 %, während dieser in Brandenburg bei 5,8 % lag. Im bundesweiten Ranking nach Bio-Anteilen lag Berlin damit auf Platz 1 vor Hessen. Brandenburg belegte dagegen den 12. Platz hinter Niedersachsen und vor allen anderen östlichen Bundesländern.

Abbildung 42: Anteil der Verbraucherausgaben für frische Bio-Lebensmittel nach Bundesländern, 2023, in %



Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Unterstellt man denselben Anteil der frischen Lebensmittel in Berlin-Brandenburg wie im Bundesgebiet, so ergeben sich für 2023 Gesamtausgaben für Lebensmittel und Getränke in Berlin-Brandenburg in Höhe von 1,37 Mrd. EUR, das sind 8,5 % des deutschen Bio-Marktes.

Die Bio-Haushaltsnachfrage in Berlin-Brandenburg erholt sich von den Rückgängen im Jahr 2022 schneller als der Gesamtmarkt. Im Jahr 2023 stiegen die Bio-Ausgaben der privaten Haushalte um

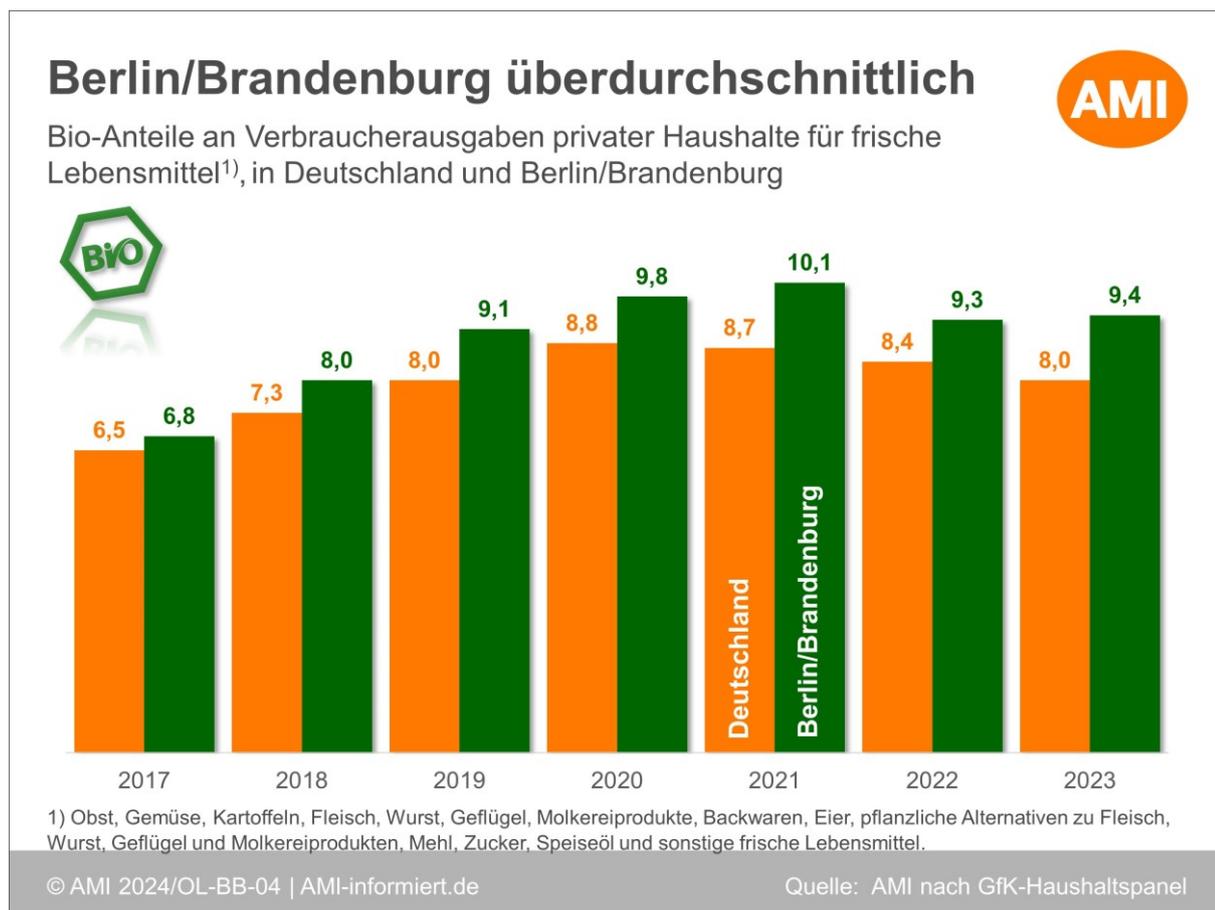
6,7 % an, deutschlandweit waren es 3,2 %. Dabei ist die positive Entwicklung vor allem auf Brandenburg zurückzuführen. Hier sind die Bio-Ausgaben um 11,6 % gestiegen, während Berlin ein Plus von 5,1 % zu verzeichnen hatte.

Die Ausgaben für konventionelle Lebensmittel stiegen allerdings noch schneller. Die bereits höheren Preise für Bio-Lebensmittel konnten in dem ungünstigen Wirtschaftsumfeld ab 2022 nur noch wenig erhöht werden. Gleichzeitig stiegen die Verbraucherpreise für konventionelle Lebensmittel deutlich, sodass der wertmäßige Bio-Anteil viel schneller sank als der Anteil an der Einkaufsmenge.

Der Bio-Anteil bei frischen Lebensmitteln ging 2023 in Berlin auf 12,0 %. Deutschlandweit lag der Anteil bei nur noch 8 %. Dieser Wert unterscheidet sich deutlich von dem sonst veröffentlichten Bio-Anteil von 6,2 %, da in dieser Auswertung nur die Frischeprodukte berücksichtigt sind, die ca. 60 % des Marktes ausmachen. Beim fehlenden Trockensortiment ist er Bio-Anteil geringer, sodass der Bio-Anteil geringer ausfällt als bei den Frischeprodukten.

Der Rückgang des Bio-Anteiles an den Frischeprodukten war in anderen Bundesländern teilweise wesentlich kräftiger, sodass Berlin im bundesweiten Ranking weiter anführt. In Brandenburg betrug der Bio-Anteil 2023 5,8 % und bleibt damit im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Brandenburg lag im Ranking weiterhin auf dem 12. Platz. Insgesamt betrug der Bio-Anteil in Berlin-Brandenburg 9,4 %. Neben Berlin-Brandenburg verzeichnen fast alle anderen deutschen Bundesländer auch einen Rückgang. In Hessen ist der Bio-Anteil um 1,9 Prozentpunkte am stärksten gesunken, gefolgt von Bremen (-0,8 %) und Schleswig-Holstein (-0,7 %).

Abbildung 43: Bio-Anteile an Verbraucherausgaben privater Haushalte für frische Lebensmittel, in Deutschland und Berlin-Brandenburg



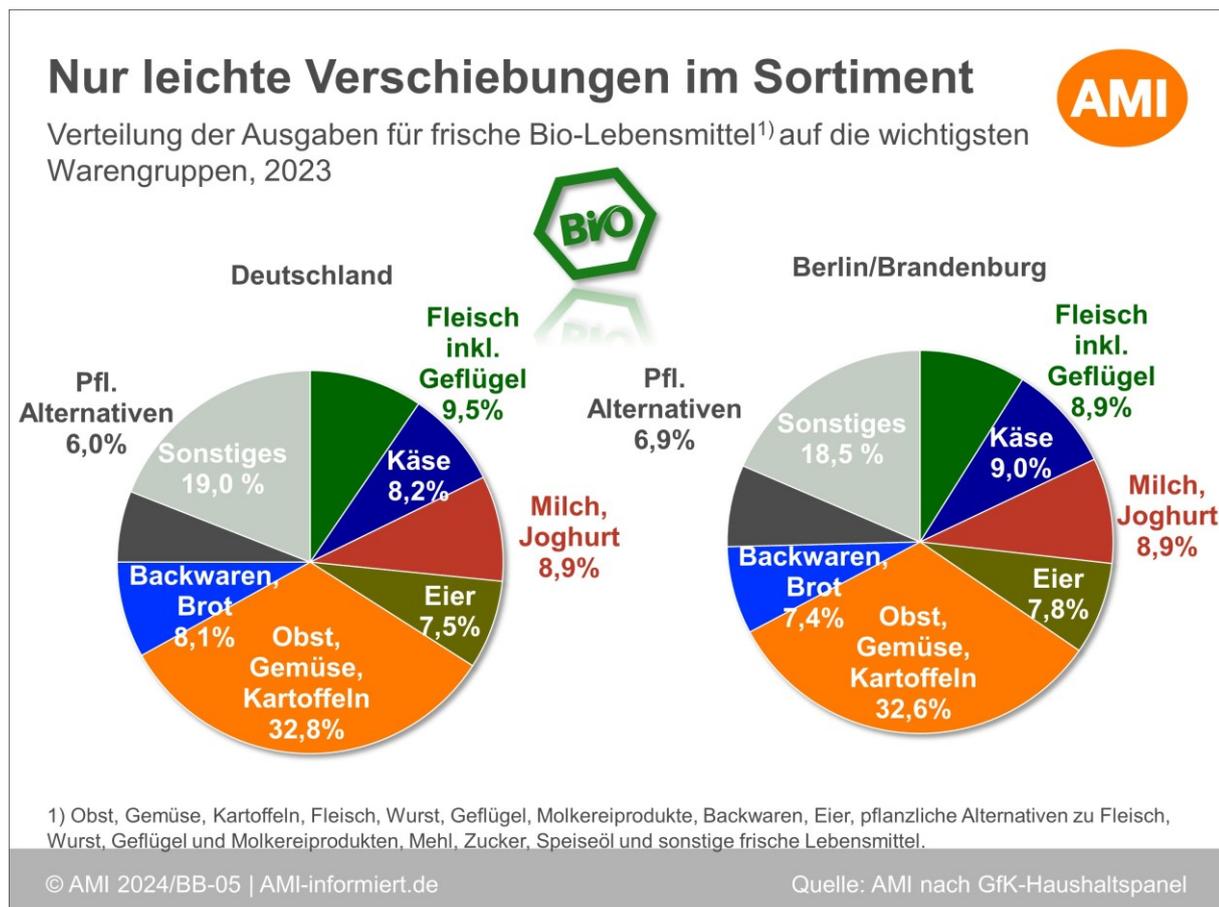
Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

4.2 Sortiment

Fleisch, Fleischwaren und Geflügel spielen im Bio-Sortiment traditionell eine deutlich geringere Rolle als bei konventionellen Lebensmitteln. Während 2023 bei Lebensmitteln insgesamt 30 % der Ausgaben für frische Lebensmittel auf Fleisch, Fleischwaren und Geflügel entfielen, sind es bei Bio nur knapp 17 %. Allerdings ist dieser Anteil in den vergangenen 6 Jahren im Bio-Warenkorb deutlich gestiegen, 2017 waren es erst knapp 14 %. Dafür sind frisches Obst, Gemüse und Kartoffeln bei Bio-Ausgaben mit gut 33 % (2023) überdurchschnittlich vertreten, bei frischen Lebensmitteln insgesamt ergibt sich nur ein Ausgabenanteil von knapp 24 %. Abgesehen von kleinen Schwankungen ist der Ausgabenanteil bei Bio konstant geblieben. Die größte Abweichung zum konventionellen Sortiment dürfte bei pflanzlichen Alternativen zu Milch und Fleisch zu finden sein. Insgesamt kommen diese Artikel nicht auf 1 % der Ausgaben für frische Lebensmittel, bei Bio sind es 6 %. Brot und Backwaren verlieren bei Bio- und konventionellen Lebensmitteln leicht an Bedeutung, sie sind bei Bio-Ausgaben leicht unterdurchschnittlich vertreten. Dasselbe trifft für Käse und die weiße Linie bei Molkerei-Produkten zu.

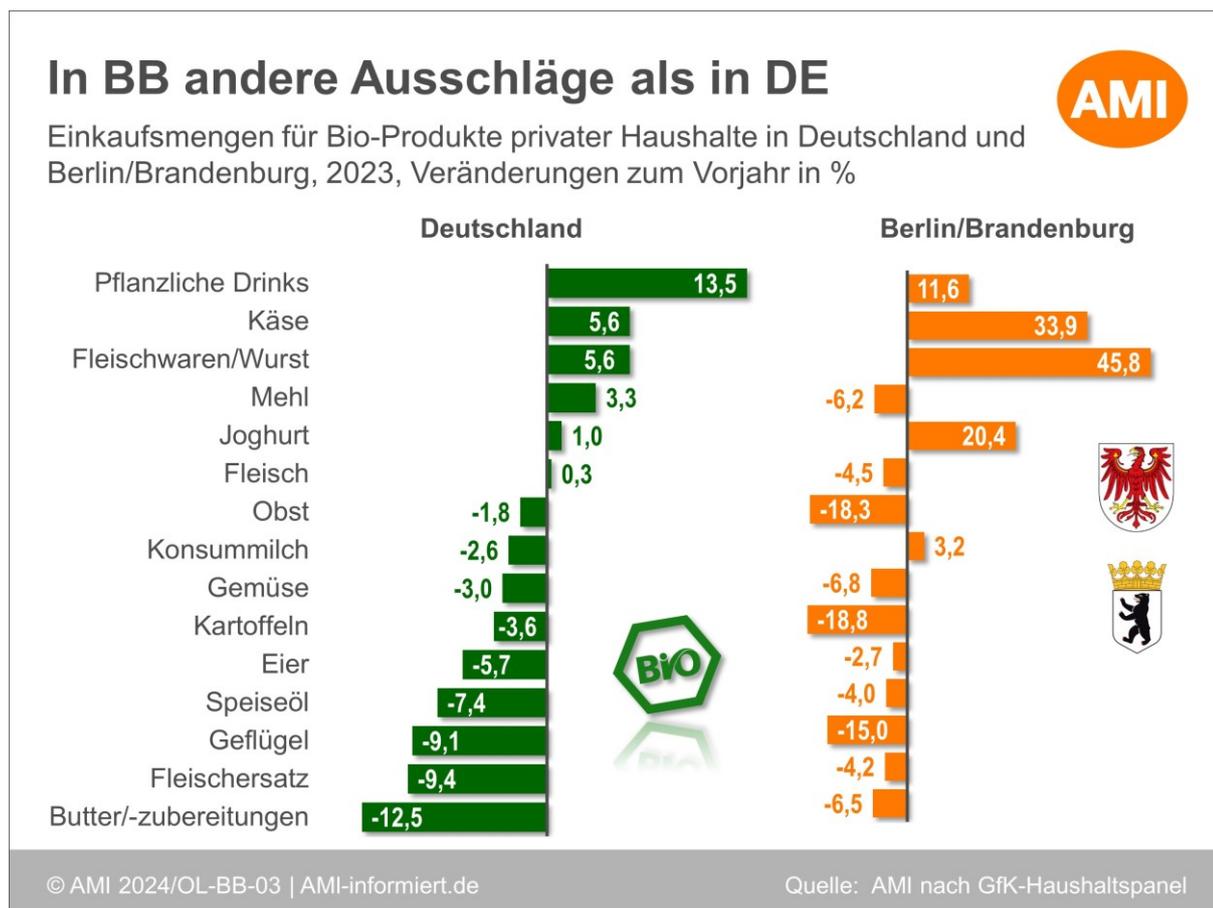
Im Großen und Ganzen ist das gekaufte Bio-Sortiment in Berlin-Brandenburg ähnlich wie im Bundesdurchschnitt. Es gibt aber ein paar bemerkenswerte Abweichungen. So ist der Ausgabenanteil an frischen Bio-Lebensmitteln bei Fleisch inkl. Geflügel geringer als im Bundesdurchschnitt, der Anteil an Eiern und Käse leicht höher. Auch bei den pflanzlichen Alternativen geben die Berliner und Brandenburger im Vergleich mehr Geld aus. Geringer sind auch die Ausgaben für Brot und Backwaren. Dabei ist an Getreide im Umland sicher kein Mangel.

Abbildung 44: Verteilung der Ausgaben für frische Bio-Lebensmittel auf die wichtigsten Warengruppen, 2023



Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Abbildung 45: Einkaufsmengen für Bio-Produkte privater Haushalte in Deutschland und Berlin-Brandenburg, 2023, Veränderungen zum Vorjahr in %



Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

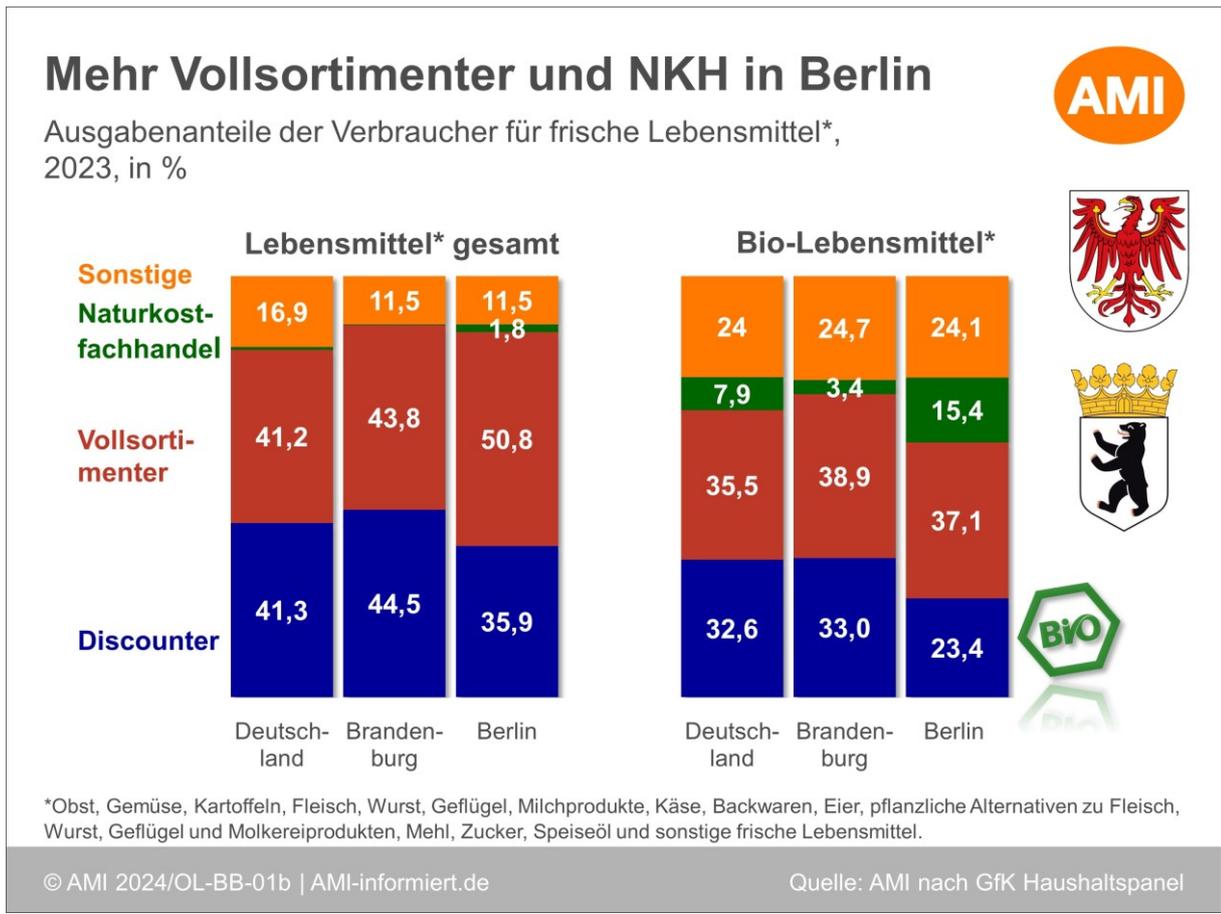
Der Ausgabenanteil von gut einem Drittel, der bundesweit auf Bio-Obst, Gemüse und Kartoffeln entfällt, ist in Berlin-Brandenburg dagegen ähnlich hoch. Das regionale Angebot trägt hierzu nur sehr wenig bei, denn es beschränkt sich im Wesentlichen auf den Direktabsatz, den Naturkostfachhandel und den evtl. den Außer-Haus-Verzehr. Der organisierte LEH ist weitgehend frei von regionalen Angeboten.

4.3 Einkaufsstätten

68 % der Ausgaben für frische Bio-Lebensmittel entfielen in Deutschland im Jahr 2023 auf den organisierten LEH. In Berlin-Brandenburg waren es nur 63 %. Allerdings war für diesen Unterschied ausschließlich Berlin verantwortlich, das mit einem Anteil von knapp drei Vierteln dominiert. In Brandenburg entspricht die Einkaufsstätten-Verteilung eher dem Bundesdurchschnitt: Der Naturkostfachhandel ist aufgrund der weitgehend ländlichen Prägung unbedeutender und der Anteil der Vollsortimenter etwas höher.

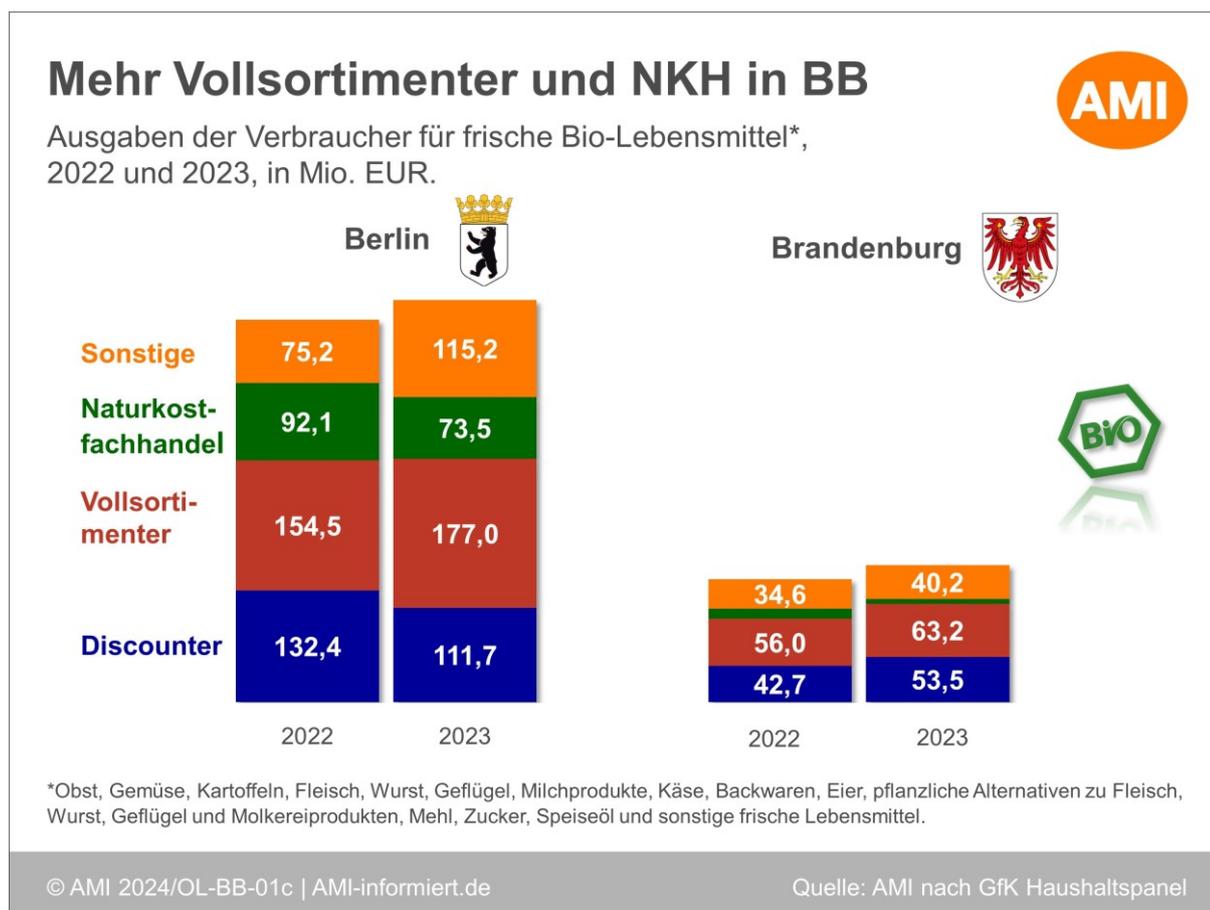
In Berlin ist der Anteil des Naturkostfachhandels dagegen mit 15,4 % an den Gesamtausgaben für frische Bio-Lebensmittel sehr hoch und belegt damit den Spitzenplatz in Deutschland. Allerdings gab es hier im Vergleich zum Vorjahr (2022: 20,3 %) den größten Rückgang. Der Naturkostfachhandel verlor in Berlin-Brandenburg ein Viertel seines Umsatzanteils im Vergleich zum Vorjahr. Deutschlandweit hat der Naturkostfachhandel einen Rückgang von 1,0 % zu verzeichnen. Der Umsatzanteil betrug 2022 8,9 %, während es 2023 7,9 % waren. Die „Sonstigen Einkaufsstätten“, zu denen der Direktabsatz, das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger) und der Online-Bezug gehören, machte im Jahr 2023 immerhin noch 24 % der Umsätze aus. Allerdings entwickelt auch dieser Bereich leicht rückläufig. Eine deutliche Steigerung der Einkaufsmengen und Verbraucherausgaben für Bio-Lebensmittel scheint unter den augenblicklichen Umständen nur möglich, wenn der LEH eingeschaltet wird.

Abbildung 46: Ausgabenanteile der Verbraucher für frische Lebensmittel, 2023, in %



Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Abbildung 47: Ausgaben der Verbraucher für frische Bio-Lebensmittel, 2022 und 2023, in Mio. EUR



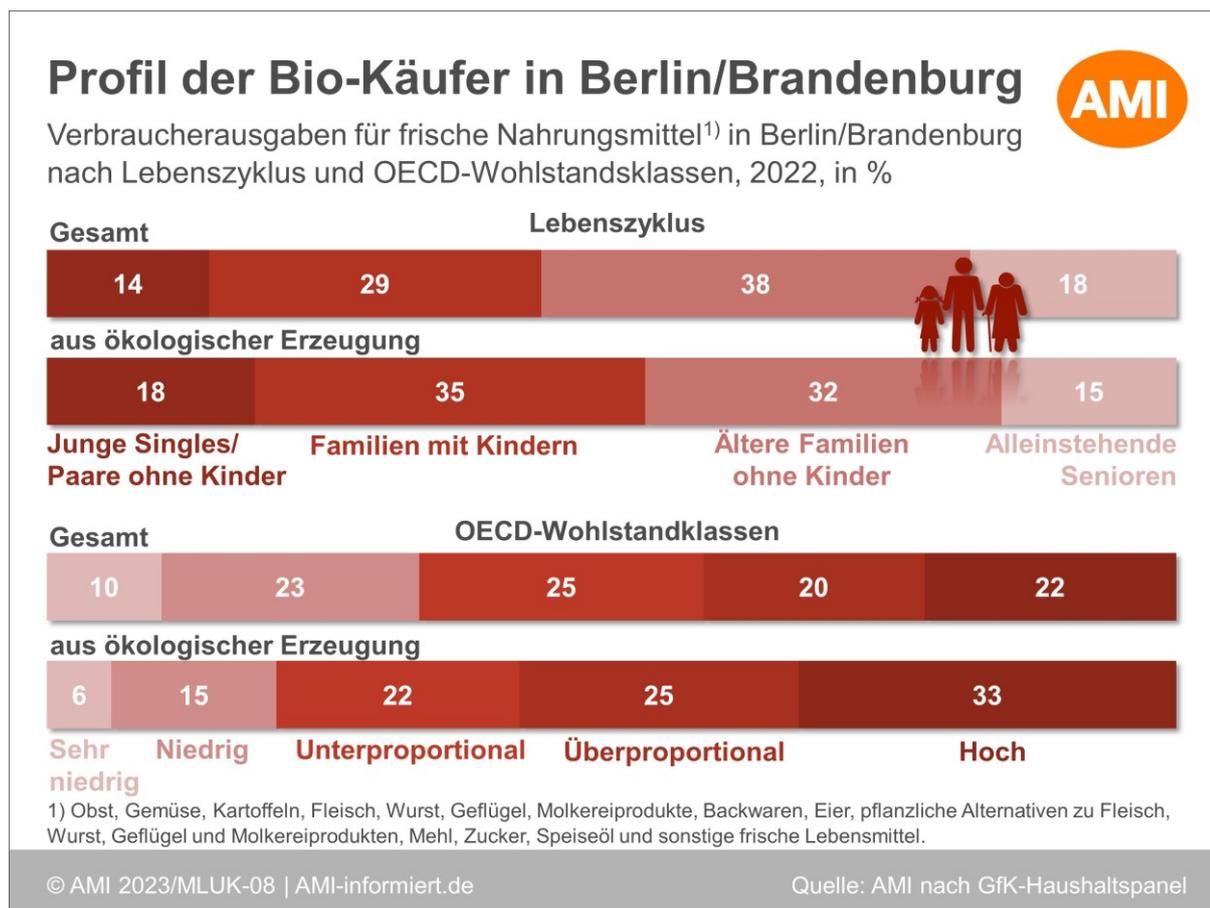
Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

4.4 Soziodemografische Merkmale der Bio-Haushaltsnachfrage

FrISCHE Bio-Lebensmittel wurden in Berlin-Brandenburg vor allem von besserverdienenden Haushalten gekauft. Rund 51 % dieser Ausgaben entfielen auf Haushalte mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 3.500 EUR und mehr. Der Einfluss des Haushaltsbudgets auf die Intensität der Bio-Nachfrage wird im Folgenden anhand der OECD-Wohlstandsklassen untersucht. Dazu wird ein bedarfsgewichtetes Pro-Kopf-Einkommen je Haushaltsmitglied errechnet, indem das Haushaltsnettoeinkommen durch die Summe der im Haushalt lebenden Personen geteilt wird. Diese Summe wird nach einem fiktiven Bedarf der unterschiedlichen Haushaltsmitglieder gewichtet. Dem Haushaltsvorstand wird das Bedarfsgewicht 1 zugeordnet, für weitere Haushaltsmitglieder werden kleinere Gewichte eingesetzt (Personen über 14 Jahre 0,7, Personen bis 14 Jahre 0,5). Diesem Vorgehen liegt die Annahme zugrunde, dass gemeinsames Wirtschaften Einsparungen ermöglicht. Das auf diesem Wege berechnete durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen dient als Grundlage für die Einteilung in verschiedene Einkommensklassen.

Demnach trugen Haushalte mit einem hohen Einkommen rund ein Drittel zu den Ausgaben für Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung bei. Insgesamt lag ihr Anteil lediglich bei 22 %. Auch Haushalte mit einer zumindest überproportionalen finanziellen Ausstattung taten sich als intensive Bio-Käufer hervor. Mit schwindendem Wohlstand nahm die Bedeutung der Haushaltstypen als Nachfrager auf dem Bio-Markt ab.

Abbildung 48: Verbraucherausgaben für frische Nahrungsmittel in Berlin-Brandenburg nach Lebenszyklus und OECD-Wohlstandsklassen, 2022, in %



Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Eine Betrachtung der Käufergruppen nach verschiedenen Lebenszyklen zeigt, dass vor allen Dingen Familien mit Kindern und junge Singles bzw. Paare ohne Kinder auf ökologisch produzierte Lebensmittel zurückgreifen, so die Ergebnisse der AMI-Analyse des GfK-Haushaltspanels nach soziodemografischen Merkmalen. Familien mit Kindern stellen einen Ausgabenanteil von 29 % in der Normalverteilung. Sie tätigen mit 35 % somit einen überdurchschnittlich hohen Ausgabenanteil für Bio-Lebensmittel. Junge Paare bzw. Paare ohne Kinder sind für 14 % der Gesamtausgaben in der Normalverteilung verantwortlich, geben aber einen Anteil von 18 % aller Ausgaben für Bio-Lebensmittel aus. Bio-Potenzial dürfte noch bei den älteren Familien ohne Kinder bestehen: Sie standen 2022 immerhin für rund 38 % der Gesamtausgaben bei frischen Lebensmitteln in Berlin-Brandenburg, blieben aber bei ihrem Ausgabenanteil für Bio-Lebensmitteln von 32 % und für unterdurchschnittlich. Ähnlich sieht es in der Gruppe der alleinstehenden Senioren aus. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Bio-Käufer in Berlin-Brandenburg eher jünger sind als im Bundesdurchschnitt. Sie verdienen besser und leben in Familien.

4.5 Außer-Haus-Nachfrage

Über die Bedeutung des Außer-Haus-Verzehrs bei der Bio-Nachfrage gibt es nach wie vor keine zuverlässige Datengrundlage, schon gar nicht, wenn eine regionale Betrachtung erforderlich ist. In einem parallel von der AMI bearbeiteten Projekt (AMI, 2024) zu Bio-Warenstromanalysen wurden aber zumindest für die nationale Betrachtung einige Anhaltspunkte gesammelt. So wurde im Geo-Marketing Großverbraucherpanel im August 2023 für das Jahr 2022 ein wertmäßiger Bio-Anteil über alle Produktlinien hinweg von 3,1 % genannt. In diesem Panel werden die Umsätze von C+C-Märkten und Zustelldiensten ausgewertet. Allerdings sind dort nur Vollsortimenter Datenlieferanten, Spezialisten – wie sie bei Obst und Gemüse häufig vorkommen – fehlen in diesem Panel. Auch reine Bio-Großhändler

fehlen. Für frisches Obst und Gemüse (inkl. Kartoffeln) gibt Geo-Marketing einen höheren Bio-Anteil an (4,2 %).

Dies wird auch durch eine Auskunft des speziell auf Obst und Gemüse ausgerichteten Unternehmens CF Gastro gestützt. Der Geschäftsführer bezifferte den Bio-Anteil seines Unternehmens für 2022 mit 6,5 %, davon waren 8 % Fresh Cut Produkte, also vorbereitetes Gemüse. Im Foodservice Bereich sind solche vorbereiteten Produkte wesentlich stärker verbreitet als bei der privaten Nachfrage. Kartoffeln werden z.B. fast ausschließlich geschält an Restauration und Gemeinschaftsverpflegung geliefert. Auch Gemüse ist häufig schon vorgeschnitten.

Durch das EIP Projekt Kartoffeln und Gemüse wurde in Brandenburg schon eine besser auf die Bedürfnisse im Food Service Sektor ausgerichtete Belieferung erreicht. Sowohl der Kartoffelschälbetrieb in Templin als auch der Convenience Hersteller Havita in Berlin sorgen dafür, dass Bio-Ware auch als Fresh Cut Produkt für Gemeinschaftsverpflegung und Restauration verfügbar ist. Aus dem Handel gab es eine Stimme, die eine verstärkte Nachfrage des Foodservice Sektors nach Bio-Obst und Gemüse infolge der Auflagen der Stadt Berlin für die Gemeinschaftsverpflegung feststellte. Diese werde jedoch häufig nicht mit Ware aus der Region bedient.

Auch wenn es durchaus positive Signale aus dem Außer-Haus-Verzehr gibt, ist dieser Bereich aus reiner Mengenbetrachtung kein ausreichend großer Hebel zur wirksamen Absatzsteigerung. Nach dem erwähnten AMI-Projekt wurde für Gemüse (frisch und verarbeitet) für den Außer-Haus-Verzehr in keinem der untersuchten Jahre ein Anteil von mehr als 10 % des Marktvolumens errechnet. Nach einer aktuellen Einschätzung von Rainer Roehl, einem der wenigen Personen, die sich intensiv mit dem Außer-Haus-Markt von Bio-Produkten befasst, beträgt der Anteil des Außer-Haus Verzehr bislang maximal 5 % des Bio-Marktes. In die Zukunft geblickt ist der AHV dennoch ein guter Ansatz für die Bio-Marktentwicklung. Durch höhere Bio-Anteile in der Gemeinschaftsverpflegung strahlt die AHV in andere Bereiche ab. Zum einen erfahren und erschmecken Kinder und Jugendliche oder Kranke in Krankenhäusern den Unterschied zu dort bislang herkömmlichen Convenience-Kochmethoden – und kaufen so möglicherweise auch für zu Hause mehr Bio. Zum anderen hat die öffentliche Verwaltung in der Gemeinschaftsverpflegung die Möglichkeit in Ausschreibungen den Bio-Anteil vorzuschreiben. Außerdem können so Verarbeitungskapazitäten in der Region aufgebaut werden, die auch andere Vertriebskanäle regional beliefern können.

5 Abgleich von regionalem Angebot und regionaler Nachfrage

Das in den vorherigen Kapiteln ermittelte regionale Angebot und die in Kapitel 4 beschriebene Nachfrage sollen nun ins Verhältnis gesetzt werden. Bei der Nachfrage rechnen wir aber nicht mit den Original-Haushaltspaneldaten, sondern erhöhen diese um einen gewissen Prozentsatz (Coverage). Die Erklärung dafür ist die Tatsache, dass intensive Bio-Käufer im Haushaltspanel wahrscheinlich immer noch unterrepräsentiert sind. Die notwendigen Korrekturen sind aber in den vergangenen Jahren deutlich geringer geworden. Sie liegen zurzeit meist bei 15 %, bei Eiern braucht man gar keine Korrekturen mehr.

Für alle Produkte berechnen wir die mögliche Mehrproduktion für den Absatz in Berlin-Brandenburg. Das bedeutet aber auch, dass das zusätzliche Angebot zunächst zu einem Preisdruck führen wird, da sich das überregionale deutsche Angebot oder Importe nicht einfach „höflich zurückziehen“ werden. So haben sich in den vergangenen Jahren Warenströme etabliert, die durch Umstrukturierungen und Ausrichtung auf regionale Kreisläufe dann infrage gestellt würden.

5.1 Getreide

Die Nachfrage nach Bio-Brot- und Backwaren ist in Deutschland 2023 leicht gesunken. In Brandenburg hingegen ist sie gestiegen. Die Haushalte kauften 13.300 t Brot- und Backwaren. Darüber hinaus wurden 5.600 t Getreide zu Mehl verarbeitet und 19.200 t Getreide zu anderen Produkten des Trockensortiments. Insgesamt 38.000 t Bio-Getreide wurden nach Berechnung der AMI als Speisegetreide verbraucht. Hinzu kamen noch 35.100 t Futtergetreide für die Fütterung der Bio-Tiere. Hinzu kommen minimale Exporte sowie Verluste auf diversen Verarbeitungsstufen.

Zwischen Produktion (122.300 t) und Verbrauch (85.700 t) besteht somit ein Überschuss von 36.600 t Bio-Getreide, der in andere Bundesländer oder Nachbarländer exportiert werden kann.

Die Berechnung der Inputs und des Verbrauchs sowie die Schätzung des Anteils der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) lehnen sich methodisch an eine andere Studie der AMI an. Zur Ermittlung des AHV-Anteils wurden Erkenntnisse genutzt, die die AMI im Rahmen des Projekts BEATLE ("Bewertung agrar- und ernährungspolitischer Transformationspfade hin zu einem biodiversitätsfreundlichen Landnutzungs- und Ernährungssystem") bundesweit ermittelt hat. (AMI, 2024)

Die starke Fokussierung auf Roggen in Brandenburg führt zu einer Roggenüberproduktion von rund 29.000 t 2023 und 22.000 t 2022. Bundesweit halten sich Roggenverbrauch und -produktion aber gut die Waage, sodass die Brandenburger Mengen gut in bestehende Wertschöpfungsketten deutschlandweit abfließen. Die Vermarktung ließe sich dennoch wertmäßig ausbauen, wenn es gelingt, Brandenburger Roggen als besonders hochwertig und qualitativ hochwertig zu vermarkten.

Der Weizenanbau wurde 2023, wo immer möglich ausgedehnt. Beim Umstieg von Dinkel auf Weizen handelt es sich um eine deutschlandweite Entwicklung. Die Erntemenge stieg in Brandenburg von 19.400 t auf 23.400 t. Rund 12.000 t (2022) bzw. 13.100 t (2023) landeten im Speisebereich, 3.900 t bzw. 3.500 t im Futterbereich. Rein rechnerisch ergibt sich für Brandenburg ein Weizenüberschuss von 1.700 t bzw. 4.500 t. Natürlich werden alle Produkte über die Landesgrenzen hinaus gehandelt, insbesondere auch die Futtermittel.

Abbildung 49 Nachfrage nach Brot- und Backwaren in Deutschland und Brandenburg

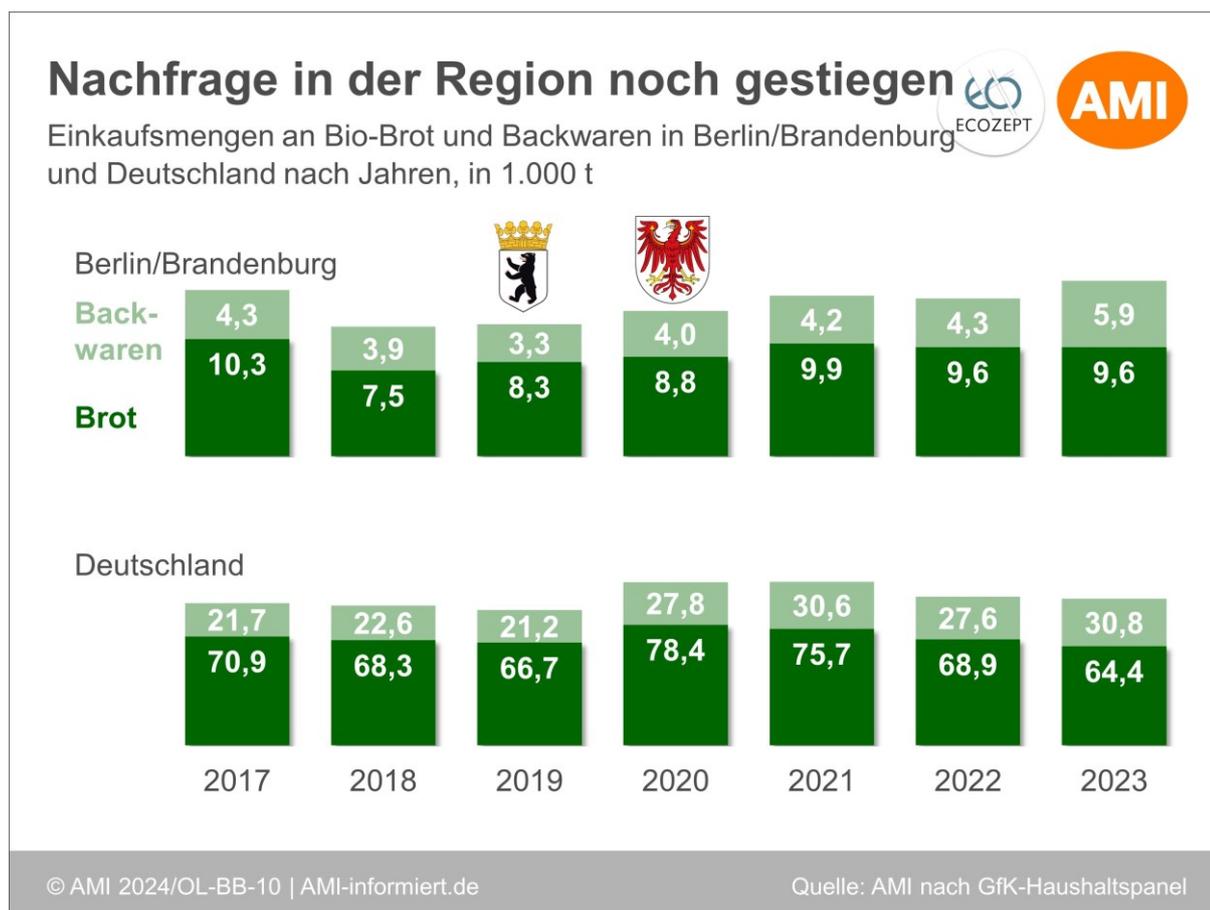


Abbildung 50 Warenstromanalyse Bio-Getreide in Brandenburg

Viel Getreide in Brandenburg

Angaben jeweils in t

	2022	2023
Erntemenge (laut LBV-Ernteerhebung, Invekos)	111.327	122.273
Saatgut	3.350	3.816
Haushaltskäufe, (AMI-Hochrechnungen nach GfK)	34.364	38.127
AHV (AMI-Schätzung)	2.455	2.660
Verluste (bei Ernte, Lagerung, Vermarktung)	5.393	5.985
Futter (AMI-Schätzung)	35.131	35.131
Input Gesamt	111.327	122.273
Verbrauch Gesamt	80.694	85.720
Überschuss	30.634	36.554

21.03.2024 | 38 Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept

Abbildung 51 Warenströme von Bio-Roggen in Brandenburg

Viel Roggen in Brandenburg

Angaben jeweils in t




	2022	2023
Erntemenge (laut LBV-Ernteerhebung, Invekos)	42.962	50.199
Saatgut	894	1.044
Haushaltskäufe, (AMI-Hochrechnungen nach GfK)	4.113	4.291
AHV (AMI-Schätzung)	225	233
Verluste (bei Ernte, Lagerung, Vermarktung)	1.796	2.062
Futter (AMI-Schätzung)	14.404	13.350
Input Gesamt	42.962	50.199
Verbrauch Gesamt	21.431	20.980
Überschuss	21.531	29.219

21.03.2024 | 39
Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept

Abbildung 52 Warenströme von Weizen, Dinkel und Hafer in Brandenburg

Weizen, Dinkel und Hafer in BB

Angaben für 2023, jeweils in t




	Weizen	Dinkel	Hafer
Erntemenge (laut LBV-Ernteerhebung, Invekos)	23.364	6.312 (Kerngewicht)	8.378 (Kerngewicht)
Saatgut	668	582	536
Haushaltskäufe, (AMI-Hochrechnungen nach GfK)	12.395	8.191	8.779
AHV (AMI-Schätzung)	689	478	717
Verluste (bei Ernte, Lagerung, Vermarktung)	1.556	608	513
Futter (AMI-Schätzung)	3.513	0	0
Input Gesamt	23.364	6.312	8.378
Verbrauch Gesamt	18.830	9.859	10.546
Überschuss/Lücke	4.534	-3.547	-2.168

21.03.2024 | 44
Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept

Die Erntemenge bei Hafer ist entsprechend des Flächenrückganges 2023 auf rund 12.500 t Rohware im Spelz (8.400 t Kerne) zurückgegangen. 2022 waren es noch 20.000 t Rohware bzw. 13.400 t Kerne. Entsprechend hat sich auch bei Berechnung der Warenströme der Überschuss von 2022 in eine Unterversorgung 2023 gewandelt. Der Verbrauch hat sich mit 10.000 t auf 10.500 t leicht erhöht. Allein die Nachfrage nach Haferdrinks hat den Haferverbrauch in Berlin-Brandenburg von 3.700 auf 4.300 t erhöht. Insgesamt ergab sich 2022 ein Hafer-Überschuss von 3.400 t, 2023 tat sich eine Lücke von 2.200 t auf.

Im Jahr 2023 wurden nur noch 3.000 ha Dinkel (2022: 5.900 ha) angebaut. Entsprechend sank die Erntemenge von 16.000 auf 9.400 t Rohware bzw. von 10.700 t auf 6.300 t Dinkelkerne. Der Dinkelverbrauch hat sich 2023 von 8.700 auf 9.900 t erhöht. Entsprechend ist 2023 rein rechnerisch eine deutliche Lücke bei der Dinkelversorgung von 3.500 t entstanden, 2022 stand dort noch ein Überschuss 2.000 t.

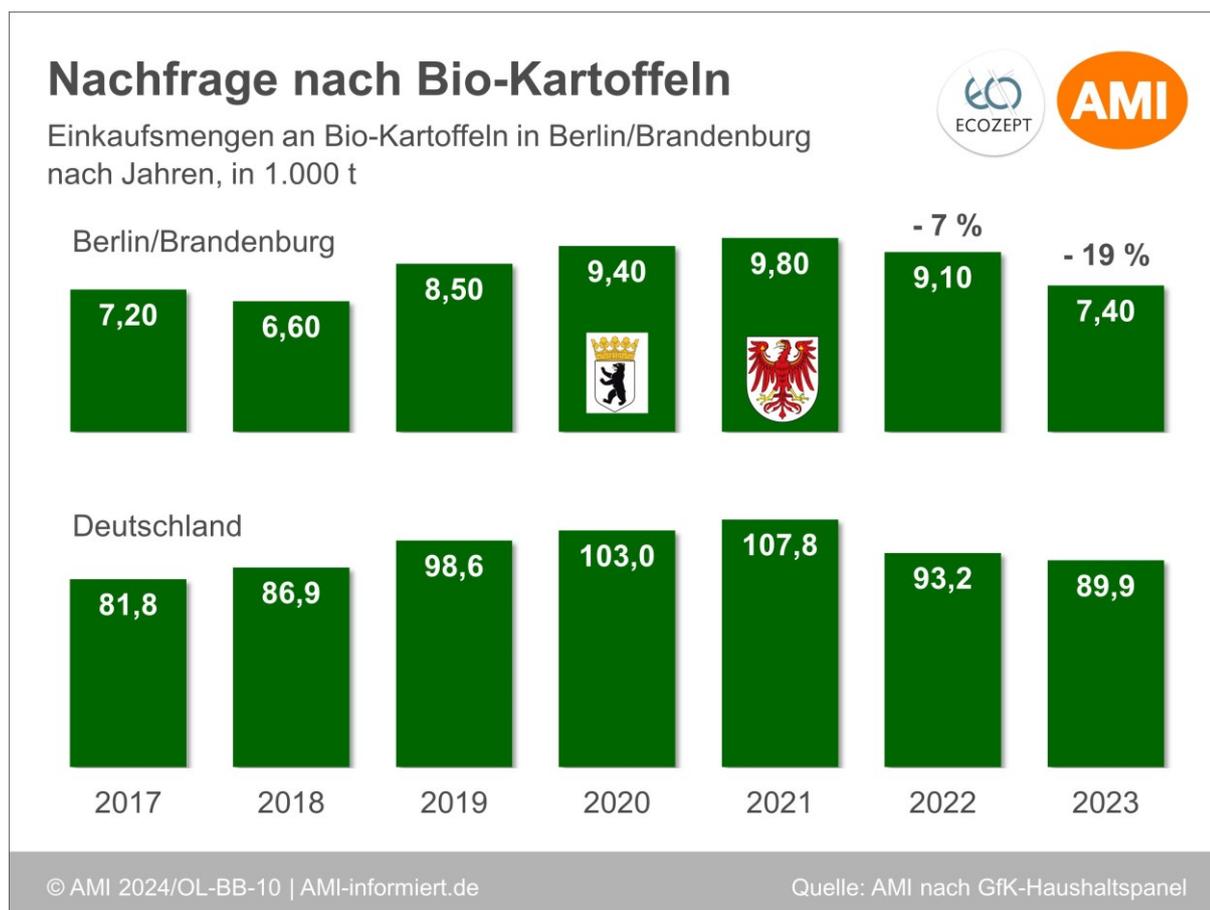
Bei Gerste ergab sich mit der Flächenausweitung 2023 ein rechnerischer Überschuss im Land von rund 8.000 t.

5.2 Kartoffeln

Die Nachfrage nach Bio-Kartoffeln hat sich im Jahr 2022 negativ entwickelt, was auch zu den Anbaueinschränkungen im Folgejahr geführt hat. So haben die privaten Haushalte in Berlin und Brandenburg 2023 nach AMI-Analyse des GfK-Haushaltspanels insgesamt 7.400 t Bio-Speisekartoffeln gekauft. Dies waren 19 % weniger als im vergleichbaren Zeitraum 2022. Der Nachfragerückgang seit dem Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine und die inflationsbedingte Kaufzurückhaltung der Verbraucher zeigt sich bei Bio-Speisekartoffeln Berlin-Brandenburg genauso wie in Gesamtdeutschland. Allerdings haben die Kunden in Berlin und Brandenburg mit größerer Kaufzurückhaltung reagiert. Im selben Zeitraum 2023 wurden in Berlin und Brandenburg insgesamt 107.000 t konventionelle Speisekartoffeln gekauft. Damit liegt der Bio-Anteil an den gesamten Kartoffeleinkäufen bei 6,4 %, während er 2022 noch bei 7,7 % lag. Generell ist der Selbstversorgungsgrad bei Bio-Kartoffeln in Brandenburg gering. Selbst bei einer Anbaufläche von 335 ha Bio-Kartoffeln, wie dies noch im Jahr 2022 der Fall war, würde die in Brandenburg erzeugte Menge an Bio-Speisekartoffeln nicht für die Versorgung Berlins und Brandenburgs ausreichen. Es gab zwar im Erntejahr 2022 eine überdurchschnittliche Ernte an Bio-Kartoffeln, die aber auf die Anbauflächen mit Bewässerungsmöglichkeiten zurückzuführen ist. Gerade in Brandenburg dürfte die Dürre in dem betreffenden Jahr jedoch zu erheblichen Ertragseinbußen geführt haben.

2023 belief sich der Anbau von Bio-Kartoffeln in Berlin-Brandenburg auf 271 ha. Abzüglich der Flächen, die für die Vermehrung benötigt wurden, bleiben noch gut 250 ha Bio-Speisekartoffeln. Im Jahr 2023 dürfte der Durchschnittsertrag bei Bio-Kartoffeln in Brandenburg größer ausgefallen sein als in dem trockenen Jahr 2022. Die vergleichsweise günstigen Wachstumsbedingungen mit mehr Niederschlägen haben im Jahr 2023 höchstwahrscheinlich die verkleinerte Anbaufläche zum Vorjahr ausgeglichen. Schwierige Erntebedingungen beeinflussten jedoch die Qualitäten und dürften zu relativ hohen Absortierungen für die Vermarktung an den LEH geführt haben.

Abbildung 53: Einkaufsmengen an Bio-Kartoffeln in Berlin-Brandenburg nach Jahren, in 1.000 t



Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Bei einer Brutto-Produktion von durchschnittlich 26 t/ha würde sich der Rohertrag 2023 auf 6.600 t belaufen haben. Nach Abzug von Ernteverlust, Absortierungen für den Handel und Lagerverlusten bliebe rechnerisch eine Nettomenge von knapp 5.000 t. Die für den Berliner/Brandenburger Markt benötigte Menge an Bio-Kartoffeln - sowohl als frische Speiseware als auch in Form von Rohstoff für die Verarbeitung zu Kartoffelprodukten inklusive der Kartoffeln für den Außer-Haus-Verzehr - belief sich 2023 auf rund 15.900 t. Davon kamen fast 5.000 t bzw. 31 % aus dem Bundesland. Viele kleinstrukturierte Betriebe vermarkteten ihre Ware fast ausschließlich frisch innerhalb der Region über den Naturkostfachhandel oder über Formen der Direktvermarktung Gerade bei der Versorgung des konventionellen LEHs wird auf ein überregionales Angebot zurückgegriffen. Die meisten Bio-Kartoffeln werden in Niedersachsen erzeugt und kommen dann sortiert, gewaschen und gepackt nach Brandenburg und Berlin.

Tatsächlich haben die Interviews die bestehenden Lücken in der Wertschöpfungskette bestätigt: In Brandenburg fehlt es an Sortier- und Abpackanlagen auf neuesten technischen Stand, um den konventionellen LEH zu bedienen. Es gibt zwar eine Initiative zur regionalen Belieferung von REWE-Filialen mit Bio-Kartoffeln, aber das Gros der für die Region benötigten Kartoffelmengen stammt aus anderen Bundesländern. Die Vermarktung an REWE besteht bis heute, aber die Absatzmengen sind noch steigerungsfähig. Durch Optimierung der Logistik – die beiden Packbetriebe beliefern das Zentrallager versetzt jeweils einmal pro Woche - wurden außerdem die Kosten gesenkt und den Mengen entsprechend angepasst.

Tabelle 1 Anbau, Erzeugung und Absatz von Bio-Kartoffeln in Berlin und Brandenburg (2023)

	Bio-Kartoffeln in Berlin/Brandenburg
Anbaufläche in ha	271
Abzüglich Fläche für Vermehrung in ha	255
Brutto-Produktion in t	6.623
Netto-Produktion nach Abzug Ernteverlust, Absortierungen für Handel, Lagerverlust	4.967
AHV	1.800
Haushaltsnachfrage Speisekartoffeln nach GfK mit Coverage 1,5	11.081
Haushaltsnachfrage Kartoffelprodukte nach GfK, mit Coverage 1,7 in FAE	2.964
Gesamtinput	4.967
Gesamtverbrauch	15.845
Differenz	-10.878
in Prozent an Gesamtverbrauch	31%

Quelle: eigene Darstellung, FAE = Frischäquivalent

5.3 Gemüse

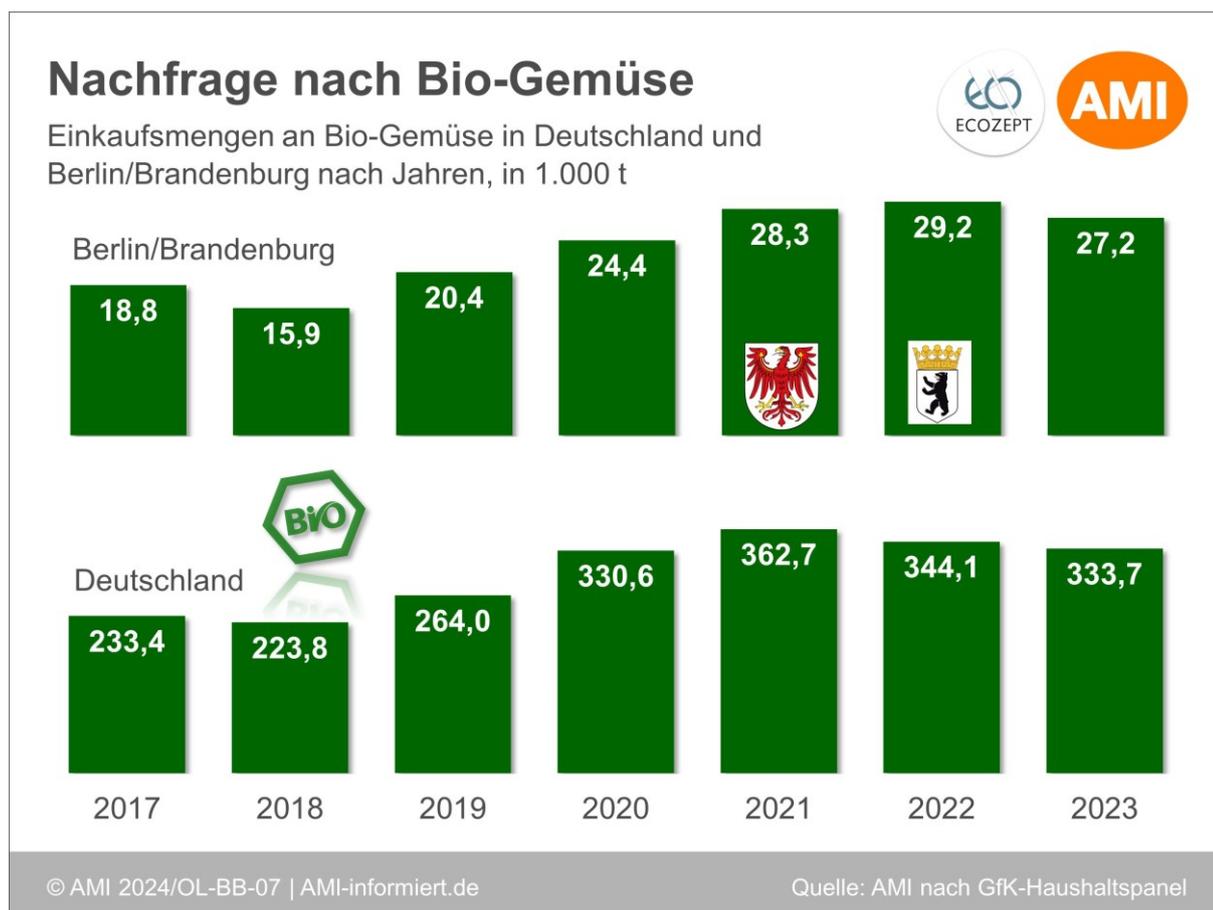
Nach der Gemüseanbauerhebung 2022 stehen aus Brandenburg 8.150 t Bio-Gemüse aus dem Freilandanbau zur Verfügung. Hinzu kommen noch rund 500 t aus dem geschützten Anbau. Um das Angebot der privaten Nachfrage nach Frischgemüse gegenüberzustellen, müssen wir die Rohware für die Verarbeitung abziehen, ferner sind kalkulatorische Marktverluste zu berücksichtigen. Die Rohware für die Verarbeitung sind vor allem die rund 3.000 t Einlegegurken. Weitere kleine Mengen fallen bei Kohlgemüse und Rote Bete an, sodass man insgesamt 3.500 t unterstellen kann. Vermindert man die verbleibende Menge um 10 % Marktverluste, so landet man 4.635 t Bio-Frischgemüse aus Brandenburg.

Die Anbaufläche für Bio-Gemüse (inkl. Rohware für die Verarbeitung) beträgt je nach Quelle knappe oder gute 600 ha. Grundsätzlich sind auch ärmere Böden für den Anbau vieler Gemüsekulturen geeignet, außerdem wäre Gemüse auf guten Böden aufgrund der geringen Ausdehnung auch bei einer Anbausteigerungen keine große Konkurrenz zu den dort bislang vorherrschenden Kulturen.

Den rund 4.600 t Frischgemüse Produktionsmenge steht eine Einkaufsmenge von Bio-Frischgemüse in Berlin-Brandenburg in Höhe von 33.600 t oder Verbraucherausgaben in Höhe von 139 Mio. EUR gegenüber.

Allerdings ist von dieser Menge nur ein Teil durch eine Produktion in Brandenburg ersetzbar. Insbesondere bei dem großen Segment Fruchtgemüse aus dem Gewächshausanbau (Tomaten, Gurken, Paprika) ist ein Ersatz schwierig. Das betrifft immerhin 9.900 t und Verbraucherausgaben in Höhe von 45 Mio. EUR. Denn im Fruchtgemüseanbau im gewachsenen Boden – wie er in der Bio-Produktion vorgeschrieben ist - werden erheblich geringere Erträge erwirtschaftet als im konventionellen Anbau, sodass ein deutlicher Mehrpreis gegenüber der konventionellen Produktion notwendig ist. Dieser lässt sich in der notwendigen Höhe im LEH zurzeit nicht erzielen. So bleibt der Absatz auf den Fachhandel beschränkt, der im Moment aber in der Defensive ist.

Abbildung 54: Einkaufsmengen an Bio-Gemüse in Berlin-Brandenburg nach Jahren, in Mio. kg

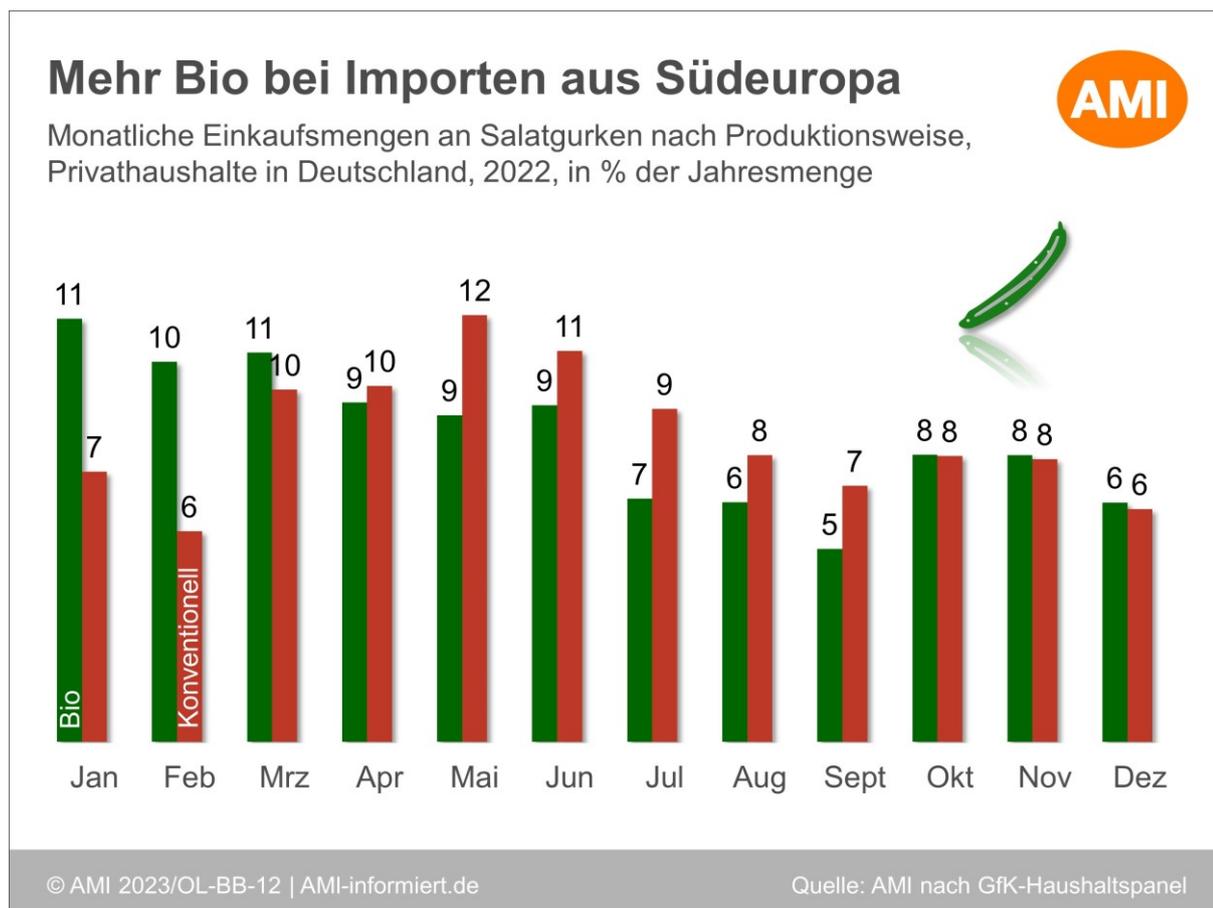


Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Dies ist allerdings kein auf Brandenburg beschränktes Problem. Deshalb finden sich im LEH zunehmend auch im Sommer Bio-Fruchtgemüseimporte aus Südeuropa. Dort ist der Ertragsunterschied zwischen Bio-Gewächshausanbau und konventioneller Gewächshausproduktion nicht so hoch. Die Einkaufsmengen an Bio-Fruchtgemüse haben deshalb dann ihren Höhepunkt, wenn die Importsaison aus Südeuropa ihren Höhepunkt hat. Zur Illustration dient die Grafik der Bio-Salatgurkennachfrage in Deutschland.

Ohne größere Schwierigkeiten dürfte aber ein großer Teil der Einkaufsmengen von Freiland- und Lagerkulturen wie Zwiebeln, Porree, Möhren und andere Wurzelgemüse, Kopfkohl sowie satzweise angebautes Frischgemüse (feine Kohlarten, Blattgemüse) durch eine regionale Produktion ersetzbar sein. Bei Zwiebeln und Möhren wären es zusammen 170 ha mit 7.000 t und einem Wert zu Verbraucherpreisen von 13 Mio. EUR. Auch Fruchtgemüse aus dem Freilandanbau (ohne Einlegegurken) könnte zumindest in der deutschen Saison aus Brandenburg stammen. Das sind vor allem Hokkaido Kürbisse und Zucchini und wären zusätzlich 1.000 t oder rund 3 Mio. EUR (1.000 t stammen schon aus Brandenburg). Bei Salaten, Kohlarten, anderen Wurzelgemüsearten als Möhren und einigen weiteren Arten käme man zusammen noch einmal auf zusätzlich knapp 4.500 t oder rund 20 Mio. EUR. Dabei wurde unterstellt, dass die Ernte nur während des Sommerhalbjahres möglich ist, im Winter also weiterhin importiert oder übergebietlich bezogen wird.

Abbildung 55: Monatliche Einkaufsmengen an Salatgurken nach Produktionsweise, Privathaushalte in Deutschland, 2022, in % der Jahresmenge



Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Zum Flächenziel hätte ein vermehrter Gemüseanbau nur wenig beizutragen (rund 500 ha). Das wäre aber eine Erhöhung der bestehenden Bio-Gemüsefläche von 80 % und ein erheblicher Zuwachs an Wertschöpfung. Dabei darf man zwar nicht die Verbraucherpreise auf Einzelhandelsebene zugrunde legen, aber gut 11 Mio. EUR könnten damit auch zusätzlich auf Erzeugerebene erwirtschaftet werden. Dieser Wert bezieht sich nur auf die Frischware, hinzu käme noch der Wert der evtl. zusätzlich zu verarbeitenden Rohware. Da wir aber keinen Zugang zu regional differenzierten Angaben von Einkaufsmengen verarbeiteter Gemüseerzeugnisse besitzen, können wir diesen Wert nicht quantifizieren. Die vergleichsweise bedeutende Produktion von Einlegegurken für die Verarbeitung wird aber schon jetzt zum großen Teil übergebietlich abgesetzt, das gilt für sowohl für Rohware als auch für Fertigware.

5.4 Obst

Auch für frisches Bio-Obst gilt, das hier durch eine Anbauausweitung kaum mehr Bio-Fläche, aber deutlich mehr Bio-Wertschöpfung erreicht werden könnte. Bislang gibt es Schwerpunkte bei Kernobst - vor allem Äpfel - und Strauchbeeren. Bei Strauchbeeren dominieren aber Kulturen für die Verarbeitung (Aronia, Sanddorn), für den Frischmarkt werden nur größere Mengen an Bio-Heidelbeeren produziert. Auch bei den Äpfeln gelangt der überwiegende Teil der Bio-Produktion Brandenburgs in die Verarbeitung. Eine genaue Aufstellung der für den Frischmarkt verfügbaren Menge an Bio-Obst aus Brandenburger Produktion können wir hier nicht liefern, nach Expertenurteilen dürften es aber nicht mehr als 2.000 t sein. Demnach besteht auch hier noch reichlich Potenzial für Anbauausweitungen. Ein kommerzieller Bio-Anbau von Erdbeeren oder Steinobst existiert z.B. fast gar nicht.

Von den insgesamt von Haushalten in Berlin-Brandenburg gekauften Mengen in Höhe von knapp 29.000 t Bio-Frischobst entfallen nur rund 6.000 t auf Arten, die auch in Brandenburg produziert werden

könnten. Damit wäre in der Theorie trotzdem noch reichlich Platz für eine Anbauausweitung, auch wenn bei Strauchbeeren und Steinobst nicht alle Saisonabschnitte der Nachfrage bedient werden können. Wir gehen von rund der Hälfte der Differenz aus, das wären 2.000 t. Allerdings heißt das auch, dass das zusätzliche Angebot zunächst für Preisdruck sorgen wird, weil übergebietliches deutsches Angebot oder Importe sich nicht einfach „höflich zurückziehen“ werden. Für eine Ausweitung benötigte zusätzliche Fläche dürfte unter 400 ha bleiben. Die bedeutende Produktion von Apfelsaft und Produkten aus Sanddorn und Aronia werden zum großen Teil übergebietlich abgesetzt.

Abbildung 56: Erzeugung und Absatz von Frischgemüse und Frischobst in Berlin-Brandenburg in t (2022)

Erzeugung und Absatz				
Erzeugung und Absatz von Frischgemüse und Frischobst in Berlin-Brandenburg in t (2022)				
Produktart	Bio-Erzeugung für Frischmarkt	Einkaufsmenge der Privathaushalte	Differenz	Davon zusätzlich in Brandenburg erzeugbar
Frishgemüse	4.635	33.600	28.965	12.500
Frishobst	2.000	29.000	27.000	2.000

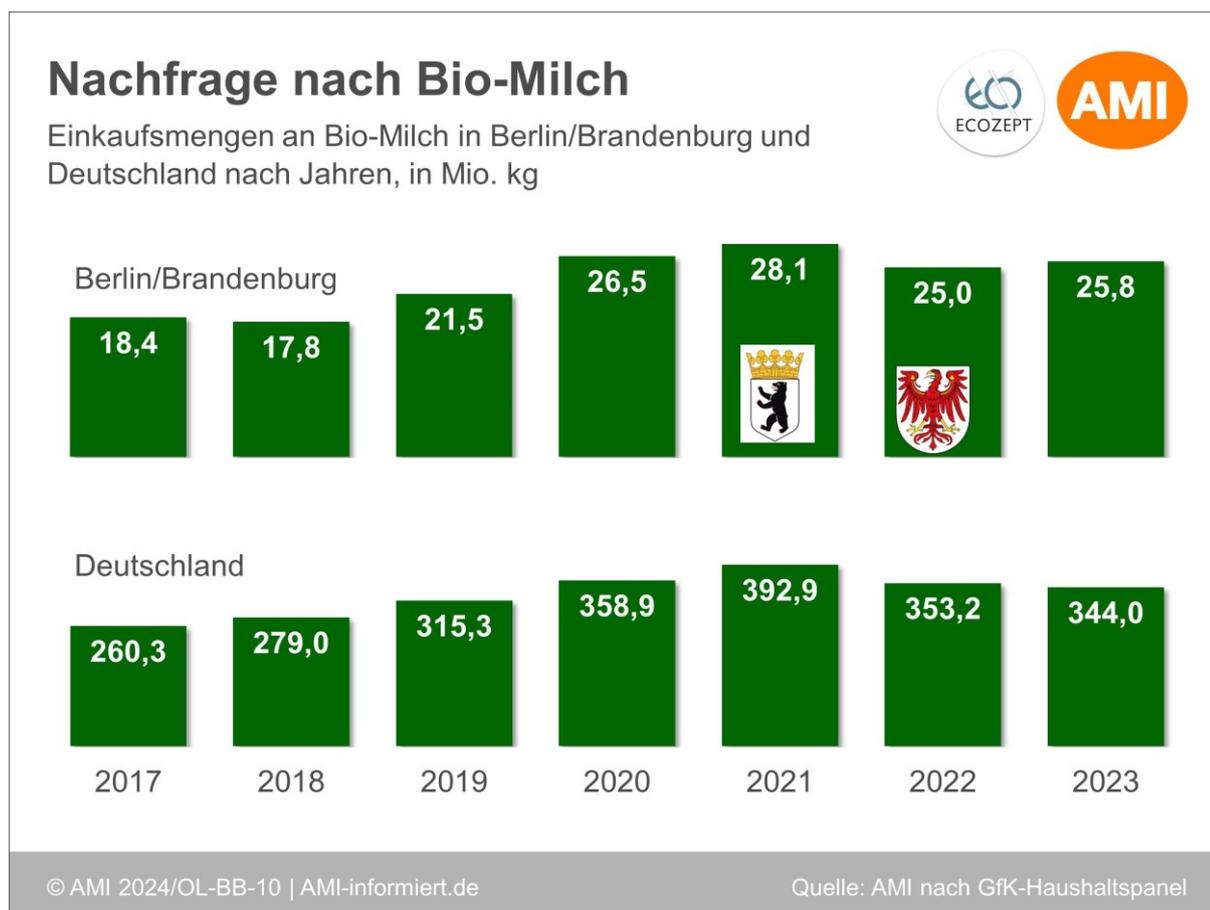
© AMI 2024/OL-BB-13 | AMI-informiert.de Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel; destatis

Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel; destatis

5.5 Milch

Der Markt für Bio-Milch und Bio-Milchprodukte wuchs in Berlin und Brandenburg in den vergangenen Jahren sehr stark. Von 2017 bis 2021 kauften die Verbraucher rund 53 % mehr Bio-Trinkmilch ein. Im Jahr 2022 gab es jedoch einen Knick in der Nachfrage, als die Berliner und Brandenburger 12 % weniger Bio-Milch kauften als im Jahr zuvor. 2023 betrug die Einkaufsmenge an Bio-Milch rund 25,8 Mio. Liter. Dabei ist der Anteil an haltbarer Bio-Milch in den beiden Bundesländern sehr hoch. Mit 44 % an den gesamten Bio-Trinkmilcheinkäufen kommen auf die ultrahoherhitzte Variante im Deutschlandvergleich deutlich überdurchschnittliche Anteile. Die verbleibende Trinkmilchmenge ergibt sich aus traditionell hergestellter und durch ein spezielles Verfahren länger haltbar gemachter ESL-Milch (Extended Shelf Life). Der Markt für Bio-H-Milch ist von 2021 auf 2022 sogar gewachsen, während die Bio-Frischmilchmenge um 25 % zurückging. Hier dürfte die Verlagerung der Einkäufe in die Discounter mit ein Grund gewesen sein, da in der Regel mindestens eine fettarme Vollfett H-Milch zum Sortiment gehört.

Abbildung 57: Einkaufsmenge an Bio-Milch in Berlin-Brandenburg nach Jahren, in Mio. kg



Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Nach der Delle 2022 haben die Berliner und Brandenburger 2023 wieder 3 % mehr Bio-Milch gekauft, insgesamt 25,8 Mio. Noch deutlicher stieg die Nachfrage nach Bio-Käse.

Tabelle 2 Umrechnungsfaktoren für Bio-Milch und Bio-Milchprodukte in Rohmilchäquivalente (RMÄ)

	Umrechnungsfaktor in Rohmilchäquivalente (RMÄ)
Milch	1
Joghurt	1
Butter	20
Quark (insgesamt)	6
Milchrahmerzeugnisse	7
Käse gesamt	10

Quelle: Eigene Berechnungen

Ein Rohmilchäquivalent dient als Maßstab zur Berechnung der in einem Milchprodukt verarbeiteten Milchmenge. Beispielsweise erfordert die Herstellung von 1 kg Butter ca. 20 kg Milch als Rohstoff. Für die Herstellung der in Brandenburg und Berlin anfallenden Einkaufsmengen an Bio-Milch, -Joghurt, -Butter, -Käse, -Quark und -Milchrahmerzeugnisse wurden 2023 über 130 Mio. kg Bio-Milch (umgerechnet in Rohmilchäquivalenten) benötigt. Also erheblich mehr als momentan an ökologischem Rohstoff im Bundesland zur Verfügung steht. Hierbei sind neben der privaten Nachfrage auch die Bio-Rohmilchmengen berücksichtigt, die Außer-Haus konsumiert werden.

Zur Ermittlung des AHV-Anteils wurden Erkenntnisse genutzt, die die AMI im Rahmen des Projekts BEATLE ("Bewertung agrar- und ernährungspolitischer Transformationspfade hin zu einem biodiversitätsfreundlichen Landnutzungs- und Ernährungssystem") bundesweit ermittelt hat. (AMI,

2024) Mit der Bio-Milchanlieferung von Berlin und Brandenburg – 2023 rund 40 Mio. kg – würden demnach etwas weniger als ein Drittel der benötigten Rohstoffmenge im Bundesland erzeugt.

Aber nicht nur der Rohstoff fehlt: Auch haben die Molkereien nicht immer die Voraussetzungen für einen Ausbau der Produktion oder unzureichende Kapazitäten. Derzeit wird ein großer Teil der für den Berliner und Brandenburger Markt benötigten Rohstoffmengen überregional zugekauft. Auch bleiben nicht alle in Brandenburg erzeugten Bio-Milchmengen im Bundesland, sondern werden auch wie am Beispiel des Produktionsstandorts der Bayerischen Milchindustrie eG (BMI) in Jessen, Sachsen-Anhalt, zu Bio-Frischkäse und -Pulverprodukten verarbeitet und dann überregional vermarktet werden. Hinzu kommt, dass vor allem für eine überregional einkaufende und vermarktende Molkerei wie die Gläserne Molkerei die finanziellen Anreize fehlen, um Bio-Milch regional auszuloben. Letztendlich müssten zur Gewährleistung der Brandenburger Herkunft getrennte Produktionskreisläufe garantiert sein.

Tabelle 3 Erzeugung und Absatz von Bio-Milch in Berlin-Brandenburg (2023)

Bio-Milch in Berlin/Brandenburg (2023)	
Erzeugung in Mio. kg	40
AHV-Bedarf in Mio. kg	10
Haushaltsnachfrage Trinkmilch nach GfK mit Coverage 1,15	30
Haushaltsnachfrage Milchprodukte nach GfK, mit Coverage 1,15 in (Rohmilchäquivalenten (RMÄ))	90
Gesamtinput in Mio. kg	40
Gesamtverbrauch in Mio. kg (RMÄ)	130
Differenz in Mio. kg (RMÄ)	-90
in Prozent an Gesamtverbrauch	31%

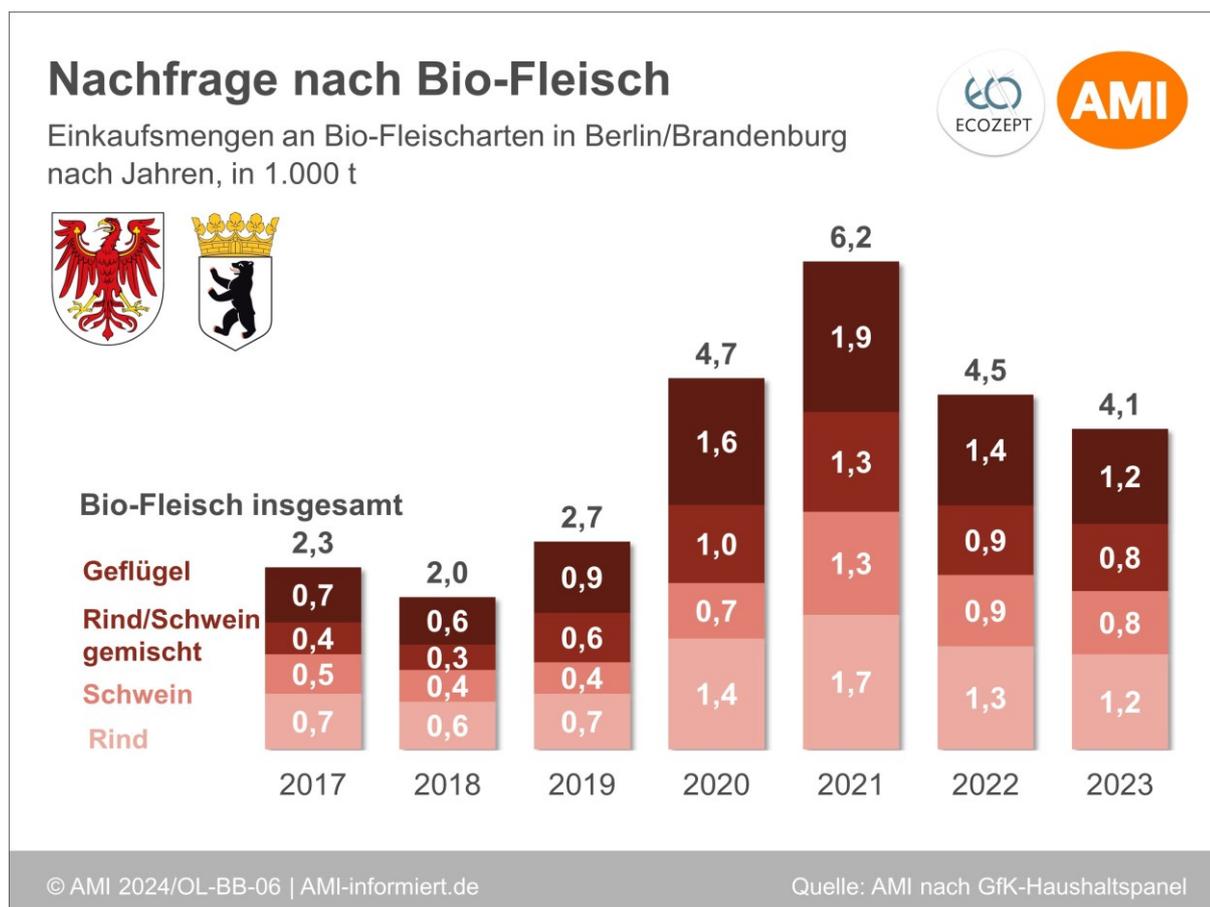
Quelle: Eigene Berechnungen

5.6 Fleisch

Die Nachfrage nach Bio-Fleisch erreichte in Berlin-Brandenburg wie im übrigen Deutschland im Jahr 2021 ihren Höhepunkt und ging im Jahr 2022 deutlich und im Jahr 2023 nochmals leicht zurück. Seitdem haben sich die in der Pandemie sehr knapp versorgten Märkte wieder beruhigt. Die Schwankungen betreffen alle Fleischarten gleichermaßen, wobei der Einbruch vor allem an den eingeschränkten finanziellen Mitteln der Verbraucher liegt. Im Fall von Schweinefleisch ist das Angebot 2023 jedoch so stark zurückgegangen, dass nicht mehr alle Nachfrage bedient werden kann.

Bio-Wurst ist der günstige Artikel unter den Fleischwaren - so greifen Verbraucherinnen und Verbraucher auch in finanziell schwierigen Zeiten zur Wurst. Hinzu kommen zahlreiche Aktivitäten der Handelsketten, mehr Wurstartikel in die Regale zu bringen. Bundesweit haben insbesondere die Discounter ihr Wurstsortiment erweitert, sodass der Absatz von Wurst gestiegen ist. Die in Berlin-Brandenburg besonders stark vertretenen Handelsketten wie Aldi Nord und Kaufland waren 2023 besonders aktiv, sodass die Absatzmengen deutlich stärker stiegen als in anderen Bundesländern.

Insgesamt wurden in Brandenburg rund 4.100 t Bio-Rindfleisch (in Produktgewicht) erzeugt. Dabei stammt nur 6 % aus Altkühen. Damit hat Brandenburg eine komplett andere Verteilung als der Bundesdurchschnitt, wo fast die Hälfte des Bio-Rindfleisches aus Altkühen stammt. Es gibt hier also deutlich mehr Fleisch von Masttieren der Fleischrassen, das auch zu höheren Preisen als Altkuhfleisch gehandelt wird. Das gibt auch Chancen für Vermarktung höherwertiger Fleischteile, zumindest aus den Hintervierteln. Die Vorderviertel dürften auch in Brandenburg oft im Hackfleisch landen.



Abgesehen von kleinteiliger Verarbeitung auf Handwerksbetrieben, die auch insbesondere den Berliner Naturkostmarkt und Fleischereien bedienen, gibt es keine größeren Strukturen, die Brandenburger Ware getrennt erfassen und zerlegen, obwohl Ware vorhanden wäre. Die Haushaltsnachfrage nach Bio-Rindfleisch und Rindfleisch in der Wurst beträgt zusammen rund 2.300 t. Zusammen mit der Außer-Haus-Verpflegung und Verlusten auf verschiedenen Ebenen werden rund 2.700 t Bio-Rindfleisch verbraucht. Daraus ergibt sich ein Überschuss oder je nach Betrachtungsweise Exportmöglichkeiten von rund 1.300 t Bio-Rindfleisch. Tatsächlich dürften die Verkaufsmengen in anderen Regionen noch größer sein, weil wiederum für die Hackfleischnachfrage viel größere Mengen als die 6 % Altkuhfleisch benötigt werden. Daher ist anzunehmen, dass von den 2.700 t Bio-Rindfleisch rund die Hälfte, also 1.350 t aus anderen Regionen als Kuhfleisch nach Brandenburg geliefert werden und wiederum diese Menge zusätzlich als hochwertiges Fleisch aus Brandenburg in anderen Regionen verkauft wird.

Ganz anders die Situation bei Schweinefleisch: Nur 420 t (Produktgewicht) wurden 2023 in Brandenburg produziert. Allein die Nachfrage der privaten Haushalte nach Fleisch und Wurst (umgerechnet in Rohware) lag jedoch bei knapp 4.000 t. Rechnet man AHV und Verluste hinzu, schätzt die AMI den Verbrauch auf 4.100 t. Das bedeutet, dass die Schweinefleischproduktion verzehnfacht werden könnte, um Berlin und Brandenburg mit heimischem Schweinefleisch zu versorgen. Ein wesentliches Hemmnis ist dabei die unzureichende Schlachtung und Zerlegung im Land. Auf der Produktionsseite erschwert die Gefahr der Afrikanischen Schweinepest (ASP), die vor allem in Ostbrandenburg grassiert, eine Ausweitung.

Auch beim Geflügelfleisch zeigen sich Versorgungslücken, wenn auch nicht ganz so groß wie bei den Schweinen. Die Produktion von knapp 700 t (Produktgewicht) reicht für die Nachfrage von rund insgesamt 1.900 t nicht aus. Hier müsste sich die Produktion ungefähr verdreifachen.

Abbildung 59 Nachfrage nach Bio-Wurst in Berlin-Brandenburg

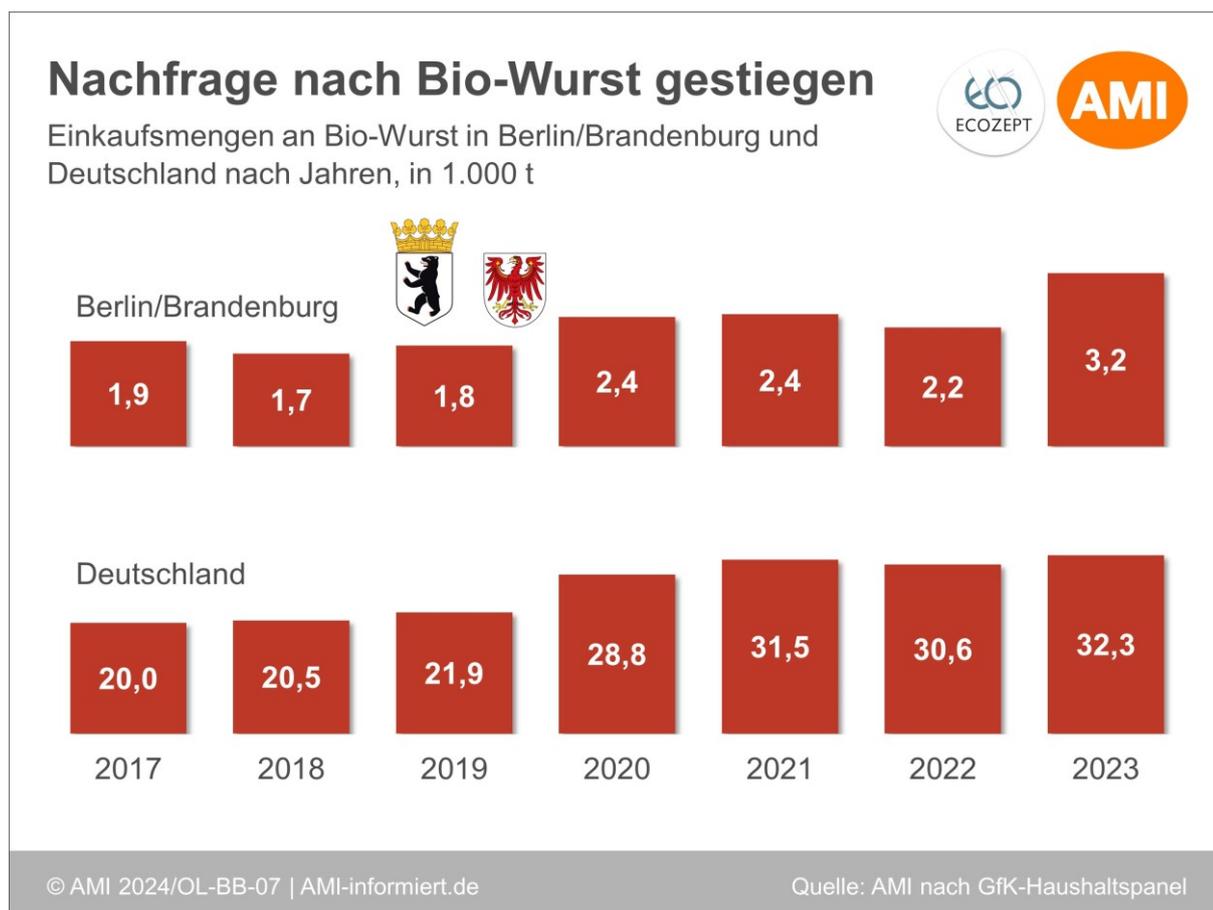


Abbildung 60 Erzeugung und Absatz von Bio-Fleisch in Berlin-Brandenburg

Erzeugung und Absatz von Bio-Fleisch

Erzeugung und Absatz von Bio-Fleisch in Berlin-Brandenburg in t (2023)

	Rindfleisch	Schweinefleisch	Geflügelfleisch
Produktion in Produktgewicht	4.058	423	685
Haushaltsnachfrage Fleisch	1.809	1.330	1.339
Haushaltsnachfrage Wurst	526	2.628	263
AHV	250	100	250
Verluste	138	88	123
Gesamtverbrauch	2.722	4.146	1.899
Lücke/Überschuss	1.345	-3.723	-1.214

- ✓ Bio-Schweineproduktion **verzehnfachen**
- ✓ Bio-Geflügelfleischproduktion **verdreifachen**

21.03.2024 | 54 Bio-Marktbericht Berlin-Brandenburg | © AMI GmbH; Ecozept

Bei all diesen Erweiterungen ist jedoch zu beachten, dass bestehende überregionale Wertschöpfungsketten verdrängt werden und es zunächst zu Preisrückgängen kommen dürfte. Dennoch wird hier mit aktuellen Verbrauchsdaten gerechnet. Geht man davon aus, dass der Bio-Markt mit weiter sinkender Inflation wieder deutlicher an Fahrt gewinnt, dann ist gerade beim Schwein sicherlich noch Platz für viele Akteure.

6 Fachleutefragung

In den folgenden Kapiteln werden die Ergebnisse aus den Fachleutefragungen mit Fokus auf verschiedene Aspekte des Bio-Marktes vorgestellt. Nach jedem Absatz werden die wichtigsten Erkenntnisse in wenigen Sätzen zusammengefasst. Diese Zusammenfassungen sind in Grün hervorgehoben.

Zwischen 09.10.2023 und 15.11.2023 wurden insgesamt 17 Unternehmen und Institutionen in Brandenburg telefonisch anhand eines Leitfadens befragt. Von ca. 80 kontaktierten Unternehmen haben sich 21 zu einer Teilnahme bereit erklärt (aus Termingründen konnten vier nicht befragt werden). Die Unternehmen stammen aus allen Teilen der Wertschöpfungskette: Erzeugung, Verarbeitung (vier aus Fleischverarbeitung, vier aus Getreideverarbeitung, fünf aus Gemüseverarbeitung), drei Großhandelsbetriebe sowie ein Cateringunternehmen. Hiermit werden die Produktbereiche und übergeordneten Themen wie Logistik und Marktstrukturen ausreichend abgedeckt.

Anhand der Ergebnisse der ersten Befragungsrunde wurde ein Leitfaden für die Delphi-Befragung erstellt und eine Online-Befragung durchgeführt. Da der Interviewleitfaden sechs Themengebiete fokussiert, werden die Ergebnisse in sechs Abschnitten präsentiert: aktuelle Marktentwicklung in Brandenburg, Best-Practice-Beispiele im Bio-Sektor, regionale Vermarktungsstrukturen, Verarbeitung von Bio-Lebensmitteln, Maßnahmenbewertung und zukünftige Entwicklungen des Marktes und der Wertschöpfungskette. Innerhalb der Abschnitte haben wir die Einschätzung der Interessenvertretenden, mögliche Einschränkungen oder Hindernisse sowie die Marktpotenziale der verschiedenen Produktgruppen herausgearbeitet. Alle Ergebnisse spiegeln die Meinung von Fachleuten wider und erheben daher nicht den Anspruch, eine ganzheitliche Betrachtung des Themas zu sein.

6.1 Allgemeine Methodik: die Delphi-Methode

Zur Ergründung des Bio-Marktes von Berlin-Brandenburg wurde die "Delphi"-Methode angewandt. Dieser Ansatz ist ein systematischer, mehrstufiger und iterativer Prozess mehrerer "Runden" (oder "Wellen") von Interviews, der vor allem dazu dient, das "intuitive" (=nicht dokumentierte, ungeschriebene) Expertenwissen zu erkunden, und zwar in innovativen und vertraulichen Bereichen, die komplex zu untersuchen sind. (Haber & Schärli, 2021) (Bui, Tsai, Tseng, & Ali, 2020) (Chonchin & Carey, 2018)

In einer ersten Befragungsrunde ("Delphi I"), die durch überwiegend offene Fragen und einen halbstrukturierten Leitfaden gekennzeichnet war, wurde das Forschungsfeld erkundet. Die Ergebnisse dieser ersten Runde sollten Hypothesen hervorbringen, die in der nächsten Runde der Expertenbefragung weiter verfeinert und validiert werden sollten.

Das Hauptprinzip unseres Delphi-Ansatzes ist eine "2 Schritte vorwärts, einen Schritt zurück"-Bewegung, wobei sich die Interview- (=Datenerhebungs-) Runden mit Rückmeldungen an die Experten zu individuellen Meinungen, Erfahrungen, Informationen und Kenntnissen sowie der Bewertung von Gruppenurteilen abwechseln. Die Ziele des Delphi-Verfahrens sind demnach,

- (1) einen indirekten Gruppen-Kommunikationsprozess zu lenken
- (2) jeden Experten in die Lage zu versetzen, seine eigene Position in Bezug auf die Meinung der Gruppe zu verstehen und seine Position in der nächsten Befragungsrunde zu revidieren oder zu bestätigen

(3) um nach einer bestimmten Anzahl von Runden einen zuverlässigen Konsens einer Expertengruppe zu erhalten.

Die Delphi-Technik hat einen doppelten Kernnutzen: Sie (1) verifiziert Hypothesen und eröffnet gleichzeitig (2) eine neue Kommunikation innerhalb der Expertengruppe. (Padel & Midmore, 2005) (Okoli & Pawlowski, 2004)

Der Delphi-Ansatz, den wir für die Expertenforschung in Brandenburg angewendet haben, besteht aus insgesamt 2 Runden. Dies ist in Tabelle 4 dargestellt.

Tabelle 4: Überblick über den Rahmen für die Delphi-Fachleutebefragung

Runde	Typ der Analyse	Ziele/Inhalte	Datenerhebungsmethode
Delphi I	Qualitativ	Gewinnung erster Erkenntnisse zur Identifizierung des Marktes in Berlin-Brandenburg	Telefoninterview/ Befragung
Delphi II	Qualitativ	Validierung, Konsolidierung und Ergänzung der Ergebnisse	Befragung

Quelle: Eigene Darstellung

6.2 Ergebnisse der ersten Fachleutebefragung (Stufe 1)

In den folgenden Kapiteln stellen wir die Ergebnisse aus den Interviews mit Fachleuten der ersten Befragungsrunde vor, mit Fokus auf verschiedene Aspekte des Bio-Marktes in Brandenburg.

Die wichtigsten Ergebnisse der Interviews mit Fachleuten werden, wie auch der Interviewleitfaden in sechs Themengebiete gegliedert und dargestellt:

- (1) Aktuelle Marktentwicklung in Brandenburg
- (2) Best-Practice-Beispiele im Bio-Sektor
- (3) Regionale Vermarktungsstrukturen
- (4) Verarbeitung von Bio-Lebensmitteln
- (5) Maßnahmenbewertung
- (6) Zukünftige Entwicklungen des Marktes und der Wertschöpfungsketten

6.2.1 Aktuelle Marktentwicklung

Eines der Ziele der Befragung ist es, die derzeitige Marktentwicklung zu untersuchen. Daher werden im Folgenden die Ursachen für das Marktwachstum als auch für den Marktrückgang, der Bezug von Lebensmitteln von Extern sowie der Vertrieb von Lebensmitteln nach Extern betrachtet.

6.2.1.1 Wachstumsdynamik des Bio-Sektors in Berlin-Brandenburg

Allgemeine Entwicklung:

Bei der Einschätzung der Bio-Marktentwicklung in Brandenburg stimmten die befragten Fachleute überein und prognostizieren ein Wachstum des Bio-Sektors in Berlin-Brandenburg. Ein Experte führte detailliert aus, dass die Einführung des Deutschen Bio-Siegels im Jahr 2002 einen Aufschwung für Bio auf politischer Ebene mit sich brachte. Weiterhin stagnierte seiner Ansicht nach das Bio-Wachstum zwischen 2015 und 2017, da die Produkte hauptsächlich im Naturkostfachhandel verkauft wurden. Ab

2017 wandten sich die Bio-Verbände den einzelnen LEH zu, was dazu führte, dass auch Discounter Bio-Produkte anbieten.

Als Ursache für das Wachstum des Bio-Marktes ab 2019 identifizierten die Fachleute einstimmig die Veränderung des Konsumentenverhaltens. Das gesteigerte Interesse der Verbrauchenden aufgrund von Klima- und Nachhaltigkeitsthemen, die gestiegene Akzeptanz der Verbrauchenden, der gesellschaftliche Wichtigkeitszuwachs für qualitativ hochwertige Lebensmittel sowie die Vernetzung von Bio mit anderen Trends wie Regionalität und der Reduzierung des Fleischkonsums wurden von allen befragten Fachleuten genannt.

Zwei Experten gingen spezifischer auf den Berlin-Brandenburger Raum ein. Hierbei führte ein Experte aus, dass weniger „Bio“, sondern eher authentische regionale, lokale und hochqualitative Produkte hier mehr geschätzt werden als früher. Ein weiterer Experte ergänzte, dass die in Berlin im urbanen Milieu lebenden 5 Millionen Menschen zu einer Ballung von Bio-Lebensmitteln führen. Weiterhin identifizierte er mit BioCompany und der LPG-Verbrauchergenossenschaft zwei Unternehmen, welche aufgrund ihrer Allgegenwärtigkeit in Berlin für eine besondere Entwicklung gesorgt haben. Abschließend bezeichnete er Berlin als Motor für die Entwicklung, welche durch den Öko-Aktionsplan Brandenburg als jüngsten Öko-Aktionsplan in Deutschland unterstrichen wird.

Ergänzend bezog sich ein Experte spezifisch auf die Konsumsituation der Außer-Haus-Verpflegung (AHV). Hierbei stellte er fest, dass auch in Betriebsrestaurants die Anforderungen der Gesellschaft mit einer Erwartungshaltung zu mehr Bio zu einem Anstieg des Bio-Anteils führte. Er ergänzte, dass Regionalität ohnehin ein Ziel ist, wobei dieses aufgrund einer unklaren Definition schwierig zu erreichen ist.

Bio-Milch, -Eier und -Kartoffeln

In Übereinstimmung zu der Einordnung der allgemeinen Marktentwicklung beschrieben die befragten Fachleute eine ähnliche Entwicklung bei Bio-Milch-, -Eiern und -Kartoffeln.

Hinsichtlich **Bio-Milch** führten die Fachleute ebenfalls das steigende Bewusstsein der Gesellschaft für nachhaltige Lebensmittel sowie aufgeklärtere Verbrauchende, welche sich bewusster und gesünder ernähren möchten, als Hauptgrund für die gestiegene Nachfrage an. Eine Expertin ergänzte, dass die Nachfrage besonders dort hoch sei, wo ein Bezug zwischen Produkten und der Vorstellung glücklicher Tiere und Landwirt:innen direkt herstellbar ist. Eine weitere Stimme eröffnete, dass der Zuwachs ebenfalls durch zwei Molkereien und deren Ausweitung auf Bio-Produkte bedingt sei (z.B. Luisenhof). Eine kritische Stimme brachte an, dass Milchprodukte parallel zu ihrem Bio-Marktanstieg vermehrt durch Alternativprodukte ersetzt werden.

Ein übereinstimmendes Bild lieferte die Betrachtung von **Bio-Eiern**. Hier nannten die Fachleute ebenfalls das gesteigerte Bewusstsein der Verbrauchenden für Regionalität, gesunde Ernährung und Tierwohl am häufigsten als Grund für deren Umsatzanstieg. Weiterhin betonte eine Stimme den Vorteil des Direktbezugs von Produkten und der Vorstellung von gesteigertem Tierwohl. Dieser positive Aspekt in der Vermarktung kann bei verarbeiteter Ware nur begrenzt aufgenommen werden. Eine dritte Stimme bemerkte, dass sich Hühnerhaltung und Eiproduktion aufgrund der Diskussion um Massentierhaltung verändert haben. Mobilstallungen erhielten eine erhöhte Anerkennung, was zu einer Vielzahl kleiner Einheiten führte. Eine kritische Stimme merkte jedoch an, dass eine EU-Verordnung die Aufzucht von Bruderhähnen vorschreibt, was die Kosten erhöht und die Eiproduktion weniger lukrativ macht.

Anders fiel die Bewertung der Ursachen für den Anstieg bei **Bio-Kartoffeln** aus. Hier erörterten die Fachleute, dass Kartoffeln aufgrund der geringen Preisdifferenz zwischen konventionell und ökologisch erzeugten Kartoffeln ein gutes Einstiegsprodukt für Bio-Produktion darstellen. Ein Experte führte genauer aus, dass Bio-Kartoffeln eine gute Alternative für Landwirt:innen sind, die unter Druck stehen, da sie weiterhin rentabel arbeiten können. Viele Landwirt:innene bauten Kartoffeln neu an, was aufgrund der trockenen letzten Jahre und damit verbundenen geringen Pilzbefällen erfolgreich war. Allerdings fügte die Stimme an, dass es nun einen Druck aufgrund von unzureichenden Lagerkapazitäten gibt, die in Zukunft ausgebaut werden müssen. Abschließend führte eine Expertin die Corona-Pandemie als Treiber für das Wachstum bei Bio-Kartoffeln an. Im Zuge der Corona-Pandemie

wollten sich die Konsumierenden besonders gesund ernähren und hierbei wirken Bio-Produkte gesünder als konventionelle Produkte.

6.2.1.2 Wachsende Bio-Produktgruppen

Weiterhin gaben die Fachleute ihre Einschätzung zu in Berlin-Brandenburg besonders gut wachsenden Bio-Produktgruppen und den Gründen für das Wachstum. In Tabelle 5 sind die Produktgruppen sowie die Häufigkeit deren Nennung aufgeführt.

Tabelle 5: Darstellung der besonders gut wachsenden Bio-Produktgruppen und deren Nennungshäufigkeit

Produktgruppe	Nennung
Gemüse und Obst	7
Getreide und Ölsaaten	6
Milch und Molkereiprodukte	2
Fleisch und Wurstwaren	2
Eier	0
Sonstige	7
Fleischalternativen	1
Honig	1

Quelle: Eigene Darstellung

Am häufigsten nannten die Fachleute **Gemüse und Obst** als stark wachsende Produktgruppe. Hierbei nannte ein Experte den erhöhten gesellschaftlichen Wunsch nach Bio-Gemüse und -Obst als Grund für den zu erwartenden Anstieg. Eine weitere Stimme ergänzte, dass der Gemüseanbau die einzige Produktgruppe war, welche sich in den vergangenen Jahren dauerhaft positiv entwickelt hat. Abschließend identifizierte ein Experte TerraNaturkost als einen Treiber für das Wachstum im Markt von Gemüse und Obst.

Am zweithäufigsten wurden **Getreide und Ölsaaten** als wachsende Produktgruppe genannt. Hierbei stimmten die Fachleute in ihrer Meinung überein, dass der Markt vor allem im Bereich Bio-Brot weiterwachsen wird. Die Fachleute bemerkten, dass Bio-Bäckereien einen deutlichen Zuwachs verzeichnen. Eine weitere Stimme führte ausführlich aus, dass bereits größere Bio-Bäckereien vorhanden sind, welche selbst mahlen und teilweise von regionalen Mühlen beziehen. Weiterhin arbeiten im Spreewald vor allem konventionelle Mühlen, die daher nur einem geringen Bio-Anteil verarbeiten. Der Experte ergänzte, dass der Getreideabsatz von großen Bäckereien dominiert wird, die selbst vermahlen und Rohware im Direktbezug von Brandenburger Betrieben kaufen. Abschließend erörterte die Stimme, dass es einen Bedarf seitens der Bäckereien gibt, der jedoch mengenmäßig eingeordnet werden muss, um eine Mühle kalibrieren zu können. Insgesamt fanden bereits mehrere fehlgeschlagene Versuche statt, um Verarbeitungseinrichtungen aufzubauen. Darüber hinaus merkt der Experte an, dass es trotz regionaler Tierhaltung keine Futtermühlen in Brandenburg gibt.

Fleisch und Wurstwaren wurden von den Fachleuten nur zwei Mal genannt. Ein Experte merkte an, dass einige Betriebe ihrer (Mast-) Tiere aus anderen Bundesländern im Nordosten Deutschlands sowie Mecklenburg-Vorpommern beziehen. Weiterhin ist auch Verarbeitung dort angesiedelt. Eine andere Stimme eröffnete, dass im Zusammenhang mit Protesten gegen Massentierhaltung vermehrt tierische Produkte durch deren Alternativen ausgetauscht werden.

Bei der Betrachtung von sonstigen relevanten Produktgruppen mit besonderem Wachstum benannte eine Expertin den gesamten Frischesektor als wachsend. Eine weitere Stimme identifizierte Trockensortimente als Produktgruppe mit Wachstumspotenzial.

Zwei Experten wiesen auf allgemeine Aspekte hin, welche für das Wachstum von Produktgruppen entscheidend sind. Ein Experte führte aus, dass eine Differenzierung zwischen Berlin und Brandenburg

notwendig ist. Der Absatz nach Berlin verfügt über ungefähr 20 % Bio-Anteil, in Brandenburg gibt es Märkte mit 5 % Bio-Anteil. Eine weitere Stimme führte aus, dass sich kleine Betriebe mit kurzen Wertschöpfungsketten gut entwickelten und oft preislich attraktiver als Supermärkte sind. Jedoch besteht auf Seite der Konsumierenden häufig die Angst, dass diese teurer sind, was sich jedoch bei genauerer Betrachtung nicht bestätigt.

6.2.1.3 Ursachen für den Marktrückgang

Einleitend merkten mehrere Fachleute an, dass der vorgeschlagene Zeitraum (2020 bis heute) nicht optimal geeignet ist, da der Fachhandel in Berlin noch bis Ende 2020 wuchs, 2021 stagniert ist und anschließend ein Rückgang verzeichnet wurde. Eine weitere Stimme ergänzte, dass sie 2020 und 2021 ein Umsatzwachstum von 30 % und 19 % für den Bio-Sektor verzeichneten. Weiterhin schilderte ein Experte, dass der Marktrückgang im deutschen Bio-Markt als relativ gering angesehen wird, da 2021 als Rekordjahr angesehen wird und Überhänge geschaffen wurden. Schlussendlich führte ein Experte an, dass der vorgeschlagene Zeitraum für eine Trendbeobachtung ungeeignet ist, da zu viele verschiedene Faktoren wie die Corona-Pandemie oder die Krisensituation in der Ukraine Einfluss auf den Markt genommen haben.

Bei der Einschätzung der Ursachen für den Marktrückgang seit 2022 konnte hingegen ein Konsens gebildet werden. Die Mehrheit der Fachleute benannte die Inflation und die damit verbundene Senkung der Kaufkraft als Hauptursache für den Marktrückgang. Ein Experte führte aus, dass nicht die generelle Akzeptanz der Konsumierenden rückläufig ist, sondern die Angst vor Geldknappheit und der Inflation ursächlich war. Hier ist genau der gegenteilige Effekt zur Corona-Pandemie eingetreten. Eine weitere Stimme sprach von einem neuen Preisbewusstsein bei Verbrauchenden, wobei diese mehr auf einzelne Preise achten. In Übereinstimmung hierzu beschrieben zwei Experten die Abnahme der Kaufkraft und die damit einhergehende Abnahme der Wahl von Bio-Produkten sowie die sparsame Haltung der in Deutschland lebenden Personen bei Lebensmitteln als einen Treiber für den Marktrückgang.

Als weitere Ursache für den Marktrückgang identifizierten die Fachleute die Kosten- und Preissteigerung. Eine Expertin merkte an, dass ein leichter Rückgang der Preise bei einer gleichzeitigen Kostensteigerung zu beobachten war. Im Einklang dazu beschrieb eine weitere Stimme die generelle Kostensteigerung bei Bio-Produkten bei gleichzeitig weniger stark gestiegenen Preisen im Vergleich zu konventionellen Waren. Darüber hinaus benannte ein Experte die Preissteigerung als einen der Hauptgründe für den Marktrückgang. Aufgrund der höheren Preise fällt die Wahl der Konsumierenden häufiger zu günstigerer, konventioneller Ware.

Weiterhin benannten drei Experten die Corona-Pandemie als Ursache für den Marktrückgang. Eine Expertin beschrieb, dass der Bio-Markt während der Corona-Pandemie stark gewachsen sei, da die Bevölkerung mehr Zeit hatte, sich mit ihrer Ernährung zu beschäftigen und zu kochen. Nach der Corona-Zeit stellt sich dieser Trend wieder vermehrt ein. Eine weitere Stimme erörterte, dass der Lieferkettenverfall im Zuge der Corona-Pandemie für Verfügbarkeitsprobleme sorgte und damit zum Marktrückgang beitrug.

6.2.1.4 Bezug von außerhalb Berlin-Brandenburgs

Die Fachleute wurden weiterhin hinsichtlich der Produktgruppen befragt, welche außerhalb von Berlin-Brandenburg bezogen werden. In Tabelle 6 finden sich die Produktgruppen sowie die Nennungshäufigkeit.

Tabelle 6: Darstellung von extern bezogenen Produktgruppen sowie deren Nennungshäufigkeit

Produktgruppe	Nennung
Gemüse und Obst	7
Fleisch und Wurstwaren	3

Milch und Molkereiprodukte	2
Getreide und Ölsaaten	1
Eier	0
Sonstige	4
Pilze	1
Honig	1

Quelle: Eigene Darstellung

Die häufigste von den Fachleuten genannte Produktgruppe war **Gemüse und Obst**. Als Grund für den externen Bezug von Gemüse und Obst wurde einstimmig das fehlende Vorhandensein von Bio-Großbetrieben im untersuchten Gebiet angeführt. Zwei Stimmen erörterten, dass die Anzahl der Bio-Betriebe die große Nachfrage von Berlin nicht decken kann. Eine Expertin ergänzte, dass gewisse Obstsorten aufgrund von schlechten Wetterlagen nicht aus Brandenburg bezogen werden können. Als Beispiele für Extern bezogenes Bio-Gemüse und -Obst wurden Tomaten, Gurken, Bananen und Äpfel genannt. Eine Expertin erwähnt zudem, dass **Pilze** häufig außerhalb von Brandenburg bezogen werden müssen. Die Expertin selbst produziert als einziges Unternehmen in Berlin (Bio-) Pilze. Als Grund hierfür sind die hohen Mietkosten bei der Produktion anzusehen. Um dieses Problem zu minimieren, produzieren die Befragten ihre Pilze indoor, um die Mietkosten auszugleichen.

Weiterhin wurden Fleisch und Wurstwaren von drei Fachleuten genannt. Als Grund für den externen Bezug gab ein Experte das Fehlen von Schlachthöfen in Brandenburg an. Ein weiterer Experte verfügt über ein gutes eigenes Fleischwerk in Sachsen-Anhalt, versucht jedoch auch lokal zu agieren. Der Faktor aus der Region für die Region wird immer berücksichtigt.

Übereinstimmende Aussagen wurden zu Milch und Molkereiprodukten getroffen, welche von zwei Fachleuten genannt wurden. Hier gibt es keine Bio-Molkerei, welche die vom LEH benötigten Mengen liefern kann. Eine weitere Stimme äußerte sich positiv hinsichtlich der vorhandenen Molkereien, die Gläserne Molkerei und Lobetal Molkerei.

6.2.1.5 Vertrieb nach Extern

Hinsichtlich des Vertriebs von Produkten nach Extern wurden lediglich **Gemüse und Obst** genannt. Hierbei erwähnten mehrere Fachleute, dass vor allem regionales Gemüse vertrieben wird. Ein Experte sprach vom Vertrieb von Kartoffeln und Zwiebeln in den deutschen Markt. Ebenso wurden Spreewaldgurken von zwei Fachleuten genannt. Eine Stimme ergänzte, dass in diesem Jahr eine Besonderheit im Vertrieb von Bohnen und Erbsen liegt, da ein abnehmender Betrieb kurzfristig die Verträge gekürzt hat und somit Landwirt:innen das produzierte Volumen selbst vermarkten mussten.

6.2.2 Bewertung bisheriger Maßnahmen und Aktivitäten in der Privatwirtschaft

Die befragten Fachleute nannten umfassende Best-Practice-Beispiele für Kooperationen in Bio-Wertschöpfungsketten aus Berlin-Brandenburg und anderen Regionen, die sich sowohl auf Beispiele aus der Erzeugung und Verarbeitung als auch aus dem Handel bezogen. Basierend auf diesen Nennungen wurden teilweise die erwähnten Unternehmen kontaktiert und in die Fachleutbefragung miteinbezogen. Als Hemmfaktoren für größere Vermarktungsprojekte in der Privatwirtschaft nannten die Fachleute vorrangig externe Gründe, unter anderem die erhöhten Kosten, die fehlende Finanzierung, Förderung und Bürokratie sowie das fehlende Bewusstsein der Kundschaft.

6.2.2.1 Kooperationsprojekte und „Vorreiter“-Vermarktung

Aus Sicht der Fachleute hat eine mehrjährige vertragliche Zusammenarbeit verschiedener Ebenen der Wertschöpfungskette eine zentrale Bedeutung für die Ausweitung des Bio-Sektors. Am häufigsten beziehen sich die Fachleute auf Kooperationsprojekte zwischen dem Lebensmitteleinzelhandel/Discount und erzeugenden Betrieben bzw. Anbauverbänden. Zusätzlich nennen die Fachleute die Bio-Supermärkte Denn's und Biocompany. Abschließend identifizierten die Fachleute die Initiative "Wo kommt dein Essen her?" als Best-Practice-Beispiel. Die Rolle des Lebensmitteleinzelhandels wird insgesamt gelobt, dennoch auch widersprüchlich bewertet: Der Handel unternimmt aus Sicht der Befragten viel für den Bio-Sektor und ist ein wichtiger Treiber bzw. ist oft der zentrale Initiator der Kooperationen. Die zu große Marktmacht des konventionellen Handels wird jedoch auch kritisiert. Weiterhin wird die Abhängigkeit des Bio-Sektors von konventionellen Strukturen betont. Der Bio-Sektor ist laut Fachleuten in der Regel darauf angewiesen, dass konventionelle Unternehmen Bio-Linien aufbauen, da diese langfristig entwickelt und optimiert wurden. Ein Aufbau gänzlich neuer Strukturen wird als Verschwendung angesehen, da auf den konventionellen Strukturen aufgebaut werden kann.

Die Fachleute wurden zudem zu den ihrer Meinung nach essenziellen Strukturen für die Förderung der regionalen Vermarktung befragt. Hierbei sind die Meinungen der Fachleute übereinstimmend. Die Befragten erachten die öffentlichen Strukturen als hilfreich. So empfindet ein Experte die Umsetzung von „Runden Tischen“ zwischen Erzeugungsbetrieb und Cateringunternehmen zur Abgleichung von Angeboten und Nachfrage von Bio- und regionalen Produkten als essentielles Instrument zur Förderung der Vermarktung. Ebenso ist ein Verbandslogo ein Vermarktungsvorteil. Lediglich eine Stimme äußert, dass die Vermarktung hauptsächlich durch Direktkontakte zwischen Erzeugungs- und Verarbeitungsbetrieb erfolgt und der Verband weniger aktiv ist. Darüber hinaus identifizierten die Fachleute fördernde Strukturen.

Zu den weiteren fördernden Strukturen gehören (Auflistung nach Nennungshäufigkeit):

- Die **FÖL (Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg e.V.)**: Als federführend in diesem Bereich benannt wurde.
- **Bioland**: Sehr aktiv & informiert zum Thema Regionalvermarktung und zu möglichen regionalen Handelsstrukturen
- „**Übrige Ökoverbände**“: Haben eigene Wertschöpfungskettenentwicklung, die Brücken zwischen erzeugenden, verarbeitenden und vermarktenden Betrieben ausbauen
- **Pro agro**: Kombination aus Vernetzung und Kommunikation
- Die **WFBB – Wirtschaftsförderung Brandenburg**: Veranstaltet sehr viele Seminare, um das Netzwerk nach vorne zu bringen. Dort treffen sich viele Gewerbetreibende aus Brandenburg für Brandenburg
- **Ernährungsrat** sensibilisiert die Gesellschaft für das Thema

Genauer bewerteten die Fachleute die Zusammenarbeit mit der FÖL. Hierbei bildeten die Fachleute einen gemeinsamen Konsens, indem die Zusammenarbeit mit der FÖL als positiv betrachtet wird. Die Fachleute sprechen der FÖL eine zentrale, federführende Rolle zu, da sie Projekte initiiert und sehr aktiv öffentliche Wahrnehmungsarbeit betreibt. Weiterhin empfinden die Befragten den Austausch und die Kooperation sowie die regelmäßigen Bio-Informationsveranstaltungen als sehr hilfreich.

Zu den Unternehmen, die namentlich genannt wurden, gehören:

- **TerraNaturkost**, was von zahlreichen Fachleuten als sehr aktiv und wachsend beschrieben wurde. Zudem wurde laut Fachleuten Energie zur Umsetzung verwendet.
- Die **Biocompany**, welche laut drei Fachleuten sehr dynamisch ist und gute Werbung im Bio-Bereich betreibt.
- **Alnatura**, da diese über einen guten Einkauf und ein gutes Gefühl für die Kundschaft verfügen.
- Der **Geko Schälbetrieb**, welcher regionale Ware beschafft und in Bio-Qualität verarbeiten kann.
- **Abo-Kisten** wie Apfeltraum und Märkische Kiste.
- **Solidarische Landwirtschaften** nehmen Produkte von anderen auf und sind engagiert.
- **Transgourmet**, die eine Bio-Linie aufbauen.
- Das Ökodorf **Brodowin**, was zuletzt vor allem mit eigenen Kartoffeln wuchs.

- **Molkereien**
 - Die Gläserne Molkerei, weil sie im Ausbau von Netzwerken sehr stark ist und Kontakte knüpft. → gute Beziehungen und Handelsverhältnisse.
 - Lobetaler Molkerei
- **Bio-Bäckereien** organisch mit dem Markt gewachsen.
 - Bio-Backhaus: mehr als 20 Mio. EUR Umsatz
 - Märkisches Landbrot
- Spreewaldgurken-Unternehmen
- Beelitz Spargel
- sämtliche Brauereien

6.2.2.2 Hemmfaktoren für dynamische Entwicklungen

Die Fachleute benannten zudem mögliche Hemmfaktoren für eine dynamische Entwicklung. Dabei wurde eine Vielzahl unterschiedlicher Faktoren genannt. Am häufigsten wurden die Faktoren Kosten/Preis, Finanzen/Förderung/Bürokratie und Bewusstsein der Kundschaft identifiziert.

Die Fachleute beschreiben bei den Konsumierenden ein verändertes Preisbewusstsein, verbunden mit einem generellen Kaufkraftrückgang. Aufgrund der Preisdifferenz zwischen konventionellen und Bio-Produkten (vor allem bei Fleisch) tendieren mehr der Konsumierenden zu der konventionellen Variante. Zudem entsteht eine zusätzliche Konkurrenz durch Regionalmarken, die nicht ökologisch produziert sind und den Bio-Produkten bei der Kaufentscheidung den Rang ablaufen. Die Fachleute beschrieben zudem ein mangelndes Bewusstsein der Kundschaft. Hierbei ist Bio teilweise mit falschen Erwartungen wie einem besseren Geschmack verknüpft oder wird als weniger wichtig im Vergleich zu Faktoren wie Transparenz und Glaubwürdigkeit gewichtet.

Bei der Betrachtung auf Seite der Erzeugungsbetriebe wurden vielfältige Hemmfaktoren genannt. Am häufigsten wurde die generelle Kostensteigerung als essenzieller Hemmfaktor identifiziert, wobei besonders energieintensive Produkte betroffen sind. Nachfolgend nannten die Fachleute die Finanzen/Förderung/Bürokratie als zweithäufigsten Hemmfaktor. Dabei wurden Bürokratisierung, Überbürokratisierung und damit verbundene bürokratische Probleme hervorgehoben. Zudem wurde betont, dass Landwirt:innen schwer an Geld und Förderung gelangen. Abschließend nannten die Fachleute die Bereiche Verarbeitung, Logistik und Vermarktung als Hemmfaktoren. Die rückständigen Verarbeitungskapazitäten müssen laut den Fachleuten ausgebaut werden. Zudem muss die Logistik (teilweise 50 km zwischen Kund:innen), Verfügbarkeit und Vermarktung optimiert werden. Demgegenüber steht laut den Fachleuten der Personalmangel, insbesondere bei ausgebildetem Personal für den Bio-Sektor.

Tabelle 7: Darstellung der am häufigsten genannten Hemmfaktoren sowie deren Nennungshäufigkeit

Faktor	Nennung
Kosten/Preis	10
Finanzen/Förderung/Bürokratie	5
Bewusstsein des Kundenkreises	4
Herstellung/Verarbeitung	2
Logistik	2
Verfügbarkeit	2
Bio vs. Regio/konventionell	2
Politische Stimmung	1
Vermarktung	1
Personal	1

Quelle: Eigene Darstellung

6.2.3 Vermarktung von Bio-Lebensmitteln

6.2.3.1 Produktgruppen mit hohem Vermarktungspotenzial

Weiterhin wurden die Fachleute nach ihrer Meinung bezüglich Produktgruppen mit hohem Vermarktungspotenzial gefragt. Die häufigsten Nennungen sind in Tabelle 8 aufgeführt.

Tabelle 8: Aufstellung von Produktgruppen mit hohem Vermarktungspotenzial sowie deren Nennungshäufigkeit

Produktgruppe	Nennung
Gemüse und Obst	5
Getreide und Ölsaaten	1
Milch und Molkereiprodukte	4
Fleisch und Wurstwaren	1
Eier	1
Sonstige	6
Brot	1
Honig	1

Quelle: Eigene Darstellung

Übereinstimmend zu der Bewertung der wachsenden Produktgruppen benennen die befragten Fachleute am häufigsten Obst und Gemüse als Produktgruppe mit hohem Vermarktungspotenzial. Dabei heben die Fachleute saisonales sowie frisches Obst und Gemüse hervor. Gründe hierfür sind das Vorhandensein von kurzen Wegen und die Möglichkeit der direkten Vermarktung auf dem Wochenmarkt. Kritisch sehen die Fachleute die abnehmende Unterscheidung zwischen Regionalität und Bio, da Bio in der Wahrnehmung der Kundschaft etwas hinter den Aspekt der Regionalität gerät.

Am zweithäufigsten benennen die Fachleute Milch und Molkereiprodukte. Hier besteht ein guter regionaler Markt mit ausreichender Nachfrage. Im Gegensatz dazu sind die Fachleute bei Fleisch und Wurstwaren kritisch. Ein Experte identifiziert die schwache Infrastruktur als Problem für die Vermarktung von Fleisch. So müssen Landwirte in Brandenburg „erstmal jemanden finden, der dazu in der Lage ist, das Tier bio-zertifiziert zu zerlegen“.

Insgesamt schätzen die Fachleute das Vermarktungspotenzial von frischen Lebensmitteln als hoch ein. Hierbei besteht laut Fachleuten das Problem, dass diese Lebensmittel nicht vom konventionellen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) erfasst werden und somit erst zu einer Zentrale geliefert werden müssen, bevor eine Verteilung an einzelne Filialen erfolgt.

Abschließend merkt eine Expertin an, dass viele Betriebe direkt nach Berlin verkaufen und dadurch die direkte Nachbarschaft vernachlässigen. Zudem fehlen Strukturen und Vernetzung wie Abo-Systeme und Erzeuger-Verbraucher-Genossenschaften.

6.2.3.2 Rolle des Lebensmitteleinzelhandels bei der regionalen Vermarktung

Die Fachleute sprechen dem LEH eine wichtige Rolle bei der Vermarktung von Bio-Lebensmitteln zu und betrachten ihn gleichzeitig kritisch. So ist laut den Fachleuten mehr Angebot und Präsenz von Bio-Produkten zu erkennen als in vergangenen Jahren. Lediglich die Arbeit mit Nischenprodukten gestaltet sich in der Zusammenarbeit mit dem LEH als schwierig. Eine Expertin aus dem LEH betonte, dass die Beurteilung der bio-regionalen Vermarktung im LEH bei EDEKA stark von der inhabenden Person des Ladens abhängt. Insgesamt gibt es jedoch ein gutes Konzept der Zentrale als Vorlage für Bio-Lebensmittel.

Kritisch betont ein Experte die gesamtgesellschaftliche Relevanz von Bio-Lebensmitteln im LEH. Beispielsweise werden unter Bio-Handelsunternehmen und -Herstellungsunternehmen Preise fairer verhandelt als im konventionellen Bereich. Jedoch fehlt diese faire Wertschätzung der gesamten Wertschöpfungskette teilweise aufseiten des Lebensmittelhandels und der kaufenden Personen. Eine weitere kritische Stimme betont, dass der konventionelle LEH ökologisch erzeugte Lebensmittel anbietet, weil es zwingend erwünscht ist. Es gibt jedoch keine weitgreifenden Aktivitäten, um Bio-Produkte zu fördern.

Im Gegensatz dazu unternimmt der Fachhandel laut den Fachleuten gutes Marketing. Zudem berichten die Fachleute von strukturellen Problemen bei der Vermarktung. Es gibt wenig mittelständische Handelsunternehmen und gleichzeitig viele kleine, eher idealistische Handelsunternehmen. Diese werden von einer geringen Anzahl an sehr großen Handelsunternehmen ergänzt, welche sich auf den LEH spezialisiert haben. Vor allem die kleinen Handelsunternehmen haben aufgrund der Gegebenheiten und Preise Probleme bei der Vermarktung im LEH.

Eine übereinstimmende Meinung besteht bei dem Thema Regionalität. Die Fachleute erkennen einen Trend zu regionalen Produkten. Mehrere Fachleute empfinden, dass „Regionalität“ inflationär als Verkaufsargument genutzt und besonders stark beworben wird. Jedoch gibt es keine einheitliche Definition von Regionalität. Insgesamt stimmen die Fachleute überein, dass auch der Bio-spezialisierte LEH den Aspekt der Regionalität stärker fokussiert und der Ökomarkt sich bei diesem Trend positionieren muss.

6.2.3.3 Beurteilung Absatzweig AHV

Bei der Beurteilung der AHV als Absatzweig bildeten die befragten Fachleute keinen eindeutigen Konsens. Zwar sehen die Fachleute ein großes Potenzial in der AHV, identifizieren aber gleichzeitig Einschränkungen. Hierbei ist wie in Kapitel 4.5 beschrieben zu beachten, dass die AHV mengenmäßig keinen großen Hebel darstellt. Gleichzeitig bringt sie als einziger Bereich mit Möglichkeit zur direkten Einflussnahme durch Politik und Verwaltung über die Verankerung von Bio-Kriterien in Ausschreibungen ein Änderungspotential mit sich und wird daher von einigen Fachleuten wie folgt bewertet:

Zahlreiche Fachleute erachten die AHV als extrem relevant und dynamisch, insbesondere in Berlin. Laut Fachleuten werden dabei vor allem die Großküchen immer wichtiger. Es gibt bereits Projekte, die versuchen, die Qualität und Versorgung der Großküchen zu verändern, wobei vorrangig Kantine

Zukunft genannt wurde. Weiterhin sind Aktionen wie Bio-Tage in Universitäten zu erwähnen. Ein befragter Experte vertreibt bereits Bio-Fleisch in Schulen.

Im Gegensatz dazu sehen andere Fachleute den Absatzzweig AHV kritisch. Die Fachleute machen verschiedene Hemmnisse deutlich. Einerseits stehen die höheren Preise für Bio und eine komplizierte Belieferung und Beschaffung einer Ausweitung gegenüber. Andererseits sorgen die finanziellen Herausforderungen in der AHV sowie die oft fehlende Verankerung von Bio oder Regio in Ausschreibungen dafür, dass Küchen aufgrund des Mehraufwands dem Thema ausweichen. Bei freier Wahl von Kantinen und Küchen über den Bio-Anteil würde daher oft kein Bio gewählt. Abschließend empfindet eine Stimme die AHV aufgrund der zentralen Erfassung als nicht optimal geeignet für den regionalen Markt.

Neben der sowohl positiven als auch negativen Beurteilung des Absatzzweigs AHV nannten die Fachleute zudem Umsetzungsvorschläge zur Erhöhung des Bio-Anteils. Um die Anteile von Bio-Lebensmitteln zu erhöhen, wäre es aus Fachleutesicht zunächst wichtig, eine gute Bestell-Struktur zu etablieren. Weiterhin ist ein Ausbau der Verarbeitungs- und Produktionskapazitäten erforderlich, um die Nachfrage zu decken.

Abschließend erachtet eine Expertin die Schulung der Einrichtungen als wichtige Maßnahme zur Ausweitung von Bio in der AHV. In vielen Einrichtungen bestehe nicht das Wissen, dass Bio finanziell gesehen bis zu einem gewissen Grad kostenneutral und aufwandstechnisch umsetzbar ist. Besonders positiv aufgefallen ist hier die Unterstützungsmaßnahme der Kantine Zukunft, da hier eine kostenlose Beratung für den Bio-Umstieg angeboten wird. Eine Stimme hebt hervor, dass Kantine Zukunft eine nachhaltige Begleitung bietet, welche gleichzeitig noch genügend Freiraum für die Eigenständigkeit von Küchen lässt. Eine weitere Maßnahme wird in Berlin bereits umgesetzt, indem es das kostenbeteiligende Mittagessen an Grundschulen gibt. Ähnliche Programme könnten den Bio-Anteil in Schulen erhöhen.

6.2.4 Verarbeitung von Bio-Lebensmitteln

6.2.4.1 Verarbeitungskapazitäten Brandenburg

Aus Sicht der Fachleute reichen die derzeitigen Bio-Verarbeitungskapazitäten in Berlin-Brandenburg nicht aus und stellen einen Hemmfaktor für die Bio-Entwicklung dar. Die überwiegende Mehrheit der Fachleute bezeichnet die vorhandenen Verarbeitungskapazitäten als zu gering und ausbaufähig. Gründe für die geringen Verarbeitungskapazitäten sind die weiterhin sehr hohen Kosten zum Aufbau dieser sowie die vorhandenen Kontrollen und Normen. Eine Stimme auf Seite der Verarbeitung gibt beispielsweise an, dass selbst Bio-Produkte immer nur vor der Verarbeitung von konventionellen Produkten verarbeitet werden können, da Maschinen ansonsten noch einmal komplett gereinigt werden müssen. Weiterhin betonen die Fachleute, dass die vorhandenen regionalen verarbeitenden Betriebe gut arbeiten, die Kapazitäten jedoch nicht für den großen Markt wie Berlin ausreichen.

Ein ähnliches Bild skizzieren die Fachleute bei der Betrachtung einzelner Produktgruppen. Für Fleisch sind die Kapazitäten an Schlachthöfen laut einer Stimme „ausbaufähig“. Bei Rindfleisch stellt ein Experte eine etwas bessere Entwicklung fest, da sich mit der „Bio-Manufaktur“ ein neuer Akteur auf dem Markt etabliert. Insgesamt erhoffen sich die Fachleute hier ein Wachstum der Struktur zusammen mit einer wachsenden Nachfrage.

Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei Gemüse, Getreide und Kartoffeln ab. Auch hier beschreiben die Fachleute sehr geringe Verarbeitungskapazitäten. Ein Experte findet, dass die vorliegenden Trocknungsbetriebe, Aufbereitungsbetriebe und Mühlen an der Kapazitätsgrenze arbeiten und eine Weiterentwicklung bei einem wachsenden Markt notwendig ist. Ebenso sind die Kapazitäten bei Bio-Ölmühlen, welche auch alternative Öle verarbeiten können, eingeschränkt. Im Einklang dazu empfinden die Fachleute die Kartoffelverarbeitungskapazitäten als zu gering. Als eine Ursache hierfür benennt ein Experte die Personalknappheit. Somit verfügt Brandenburg aktuell über zu wenig leistungsfähige Verarbeitungsbetriebe für die Verarbeitung für Großkund:innen. Somit erfolgt die

Verarbeitung häufig nicht über regionale Betriebe, sondern außerhalb Brandenburgs oder die Großkund:innen lassen sich bereits verarbeitete Ware liefern. Die einzige Ausnahme stellen Eier und Eierverpackungen dar. Hier sind laut den Fachleuten genügend Verarbeitungsbetriebe vorhanden. Größere Betriebe verfügen über eigene Packstellen und liefern an diese.

6.2.4.2 Schaffung von Verarbeitungskapazitäten

Aufgrund des Bedarfs an weiteren Verarbeitungskapazitäten wird wiederholt betont, dass verschiedene Hilfsinstrumente zur Schaffung von Verarbeitungskapazitäten notwendig sind. Dafür wären Investitionsförderungen erforderlich. So berichten mehrere Befragte, dass gezielte Förderprojekte für die Lagerung und Verarbeitung von Gemüse und Kartoffeln ebenso wie die Förderung für die Energie zur Betreuung ihrer Kühlaggregate notwendig sind. Weiterhin appellieren die Fachleute an den Ausbau von bestehenden Kapazitäten. So erwähnt eine Stimme, dass beispielsweise Bio-Gemüsebetriebe ihre Kapazitäten zur Verarbeitung ausbauen sollten. So können Gemüse und Obst direkt nach der Ernte verarbeitet werden. Jedoch gibt ein Experte zu verstehen, dass es sich generell bei dem Ausbau der Kapazitäten immer um eine Frage zum „Return of Investment“, sprich dem Nutzen des Investments, handelt. Daher müssen kostendeckende Marktpreise angestrebt werden.

Zudem wird ein besserer und stärkerer Austausch innerhalb der Wertschöpfungskette als förderlich empfunden. So kann ein gezielter Austausch zwischen Erzeugung, Verarbeitung und Handel dabei helfen, die Kapazitäten und die tatsächliche Nachfrage nach verarbeiteten Lebensmitteln genauer anzupassen. Weiterhin kann ein verstärkter Austausch zu besseren Partnerschaften und langfristiger Produktions- und Absatzplanung beitragen. Abschließend eröffnen mehrere Fachleute, dass Fachpersonal, welches für Bio-Lebensmittel ausgebildet ist, fehlt. Hierzu zählen nicht nur Landwirt:innen sondern auch Müller:innen, Bäcker:innen, Fleischer:innen, Verkäufer:innen und Köch:innen. Um dies zu erreichen, müsse die Aus- und Weiterbildung verbessert werden. Insgesamt ist es laut den Fachleuten an der Zeit, den Schulterschluss zwischen Bio-Landwirtschaft und regionaler Verarbeitung neu zu suchen. Beispielhaft wurden die Gemüse- und Fleischverarbeitung, die Mühlen, die Mälzerei-Industrie und das Lebensmittelhandwerk genannt. So könne man eine wirtschaftliche Rentabilität und die Bereitschaft für Investments absichern.

6.2.4.3 Steigerung der Bedeutung des Lebensmittelhandwerks

Laut Aussage der befragten Fachleute hat das Lebensmittelhandwerk an Bedeutung verloren, da immer weniger Menschen diese Berufe ausüben wollen. Gleichzeitig gibt es im Lebensmittelhandwerk in Brandenburg einen großen Bedarf an Fachkräften (Schlachtereien, Bäckereien etc.).

Daher ergründeten die Fachleute Lösungsansätze zur Steigerung der Bedeutung des Lebensmittelhandwerks. Als zentralen Lösungsansatz sehen die befragten Fachleute eine **verbesserte Information und Kommunikation** auf allen Ebenen.

Auf *Betriebsebene* empfindet eine Expertin als essenziellen Vorteil, dass durch das Handwerk eine zielführende und erstrebenswerte Ausbildung stattfinden kann. Hierfür müsse man sein Wissen, wie man etwas herstellt oder generelle Prozesse durchführt, gezielt und gern teilen. In diesem Sinne sei eine bessere Qualität der Ausbildungen unerlässlich.

Auf *Ebene der Konsumierenden* befinden die Fachleute eine gezielte Information und Kommunikation als unerlässlich. Ein Experte formuliert, dass es in der Gesellschaft an Ernährungsbildung und Wertschätzung für Lebensmittel mangelt. Daher finden alle Befragten, dass in der Bevölkerung ein Bewusstsein für handwerklich gefertigte Produkte und deren Qualität geschaffen werden müsse. Hierfür muss klar erkenntlich sein, dass handwerklich geschaffene Produkte Vorteile gegenüber industriellen Produkten haben. Weiterhin verbessern gezielte Informationen den Umgang mit Produkten. So kann beispielsweise vermittelt werden, dass Bio-Produkte auf Konservierungsstoffe verzichten und daher einen natürlichen Geschmack oder natürliche Farbe ausprägen, was normal und

gesundheitlich unbedenklich ist. Ein Experte geht noch weiter ins Detail und empfiehlt eine Imagekampagne für die Landwirtschaft und das Lebensmittelhandwerk, die den direkten Bezug zur Region herstellt. Außerdem solle eine Imagekampagne für berufliche Ausbildungen gestartet werden, um jungen Menschen die praktische Arbeit attraktiv zu gestalten.

Über das Instrument der Kommunikation hinaus beschreiben die Befragten weitere Lösungsansätze. Ein mehrfach erwähnter Ansatz ist eine **faire Entlohnung** der Agierenden im Lebensmittelhandwerk, sodass die geleistete Arbeit wertgeschätzt wird. Ein Experte befindet Steuerentlastungen als sinnvolles Instrument, da viele Betriebe aufgrund der Kostensteigerung bei stabilen Preisen unter Druck geraten. Abschließend gibt ein Experte zu bedenken, dass auch Subventionen wie in anderen Wirtschaftsbereichen hilfreich sein könnten.

6.2.5 Bewertung politischer Maßnahmen zur Entwicklung des Bio-Sektors

6.2.5.1 Bewertung politischer Maßnahmen

Die Fachleute in Berlin-Brandenburg hatten ein überwiegend positives Bild von der Landespolitik in Bezug auf Maßnahmen für den Bio-Sektor. Die Förderung der Schafhaltung habe in den letzten Jahren positive Auswirkungen gezeigt. Auch die Förderung von Beratung wird hoch angesehen. Hier beschreibt ein Experte, dass dennoch mehr Bedarf vorhanden sei, insbesondere für konventionelle Betriebe, die Schwierigkeiten bei der Umstellung auf Bio haben. Einige wenige kritische Stimmen hinterfragen, ob die Maßnahmen in Bezug auf das Agrarmarketing in ihrer Arbeit noch stärker auf kleiner und mittelständige Betriebskategorien eingehen kann.

Bundesweit unterstützen die Befragten die Ernährungsstrategie mit der entsprechenden Kommunikation sowie die Aktionspläne der Bundesregierung, in denen sie sich zu Bio und Regionalität bekannt hat. Zudem ist die Unterstützungsmaßnahme Kantine Zukunft sehr positiv aufgefallen, da eine kostenlose Beratung für den Bio-Umstieg angeboten wird.

Mit Blick auf die AHV wird die neue Bio-Außer-Haus-Verpflegungsverordnung zudem als förderlich angesehen. Auf europäischer Ebene heben die Befragten die „Farm to Fork“-Strategie hervor. Weiterhin erörtert eine Stimme, dass die Umsetzung der EU-Umweltverordnung aufgrund der erhöhten Nachweispflichten kompliziert ist. Mit Blick auf zukünftige politische Maßnahmen empfiehlt ein Experte, dass der Fokus auf kurz- und mittelfristige Vorgaben liegen sollte, welche den Agierenden in der Wertschöpfungskette Sicherheit gibt und Investitionen fördert.

6.2.5.2 Umsetzung der Maßnahmen am Markt

Aufgegriffen wurden die politischen Maßnahmen laut Fachleuten vor allem von den Bio-Verbänden, welche dadurch enorm gewachsen sind und Verantwortung für die Bio-Branche übernommen haben. Zudem wird der Bauernverband genannt, wobei dieser laut der Fachleute nicht in der Konsequenz und fachlichen Kompetenz wie die Bio-Verbände agiert. Schließlich heben die Fachleute die FÖL hervor, die in Berlin viel Lobbyarbeit geleistet hat und weiterhin sehr aktiv ist. Ergänzend merkt ein Experte an, dass privatwirtschaftliche Bio-Verbände bei der Umsetzung geholfen haben, insbesondere im Marketing, aber vor allem von den Agierenden selbst.

Der Großteil der Fachleute in Berlin-Brandenburg bewertet den Einfluss der Maßnahmen als sehr positiv und nachfragesteigernd. Eine Stimme fügt an, dass die Maßnahmen Unternehmen dazu bewegen, einen Schritt in Richtung Bio zu machen. Wenige Fachleute erkennen einen bisher geringen Einfluss, betonen aber das vorhandene Potenzial.

6.2.5.3 Bewertung des Bio-Labels

Das Bio-Label Brandenburg wird von den befragten Fachleuten sehr unterschiedlich bewertet. Die Hälfte der Befragten erachtet das Label grundsätzlich als positiv. Eine Stimme findet, dass das Label zu einer positiven Entwicklung beitragen kann, indem regionales Bio gefördert wird. Eine andere Stimme eröffnet, dass das Label den Ehrgeiz von gastronomischen Betrieben wecken kann, da durch die Plakette der Einsatz für Bio gezeigt werden kann. Das Label sei durch die Kombination aus Bio und Regionalität anziehend.

Im Gegensatz dazu sieht die andere Hälfte der Fachleute das Label kritisch. Ein Experte ist skeptisch gegenüber Bio-Siegeln und regionalen Produkten, da diese oft lange gelagert werden müssen und somit nicht unbedingt umweltfreundlicher sind als importierte Produkte. Trotzdem befürwortet der Experte grundsätzlich regionale Lieferketten. Weitere Fachleute beschreiben das Label als unnötig, da es bereits ausreichend Zertifikate durch Bio-Verbände gibt. In der aktuellen Flut an Siegeln sei ein weiteres Siegel schwer zu etablieren. Einzig die Schaffung von Anreizen über beispielsweise die Förderung von Zertifizierungskosten könnte bei der Annahme des Siegels helfen. Aktuell empfindet eine Expertin das Siegel als Zusatz zu bereits bestehenden verpflichtenden Siegeln und erachtet das Siegel daher als Dopplung.

6.2.6 Erwartete Wachstumsdynamik des Bio-Sektors in Berlin-Brandenburg in den nächsten fünf Jahren

Die Fachleute erwarten nahezu einstimmig ein Wachstum des Bio-Sektors in Berlin-Brandenburg in den nächsten fünf Jahren. Hinsichtlich des Umfangs spezifizierten einzelne Fachleute das Wachstum auf 10-15% für den Bio-Sektor in Berlin, wobei das Wachstum im restlichen Brandenburg etwas geringer ausfallen wird. Zwei Fachleute sehen die Entwicklung etwas gedämpfter. Eine Stimme hofft dabei auf eine starke Einwicklung, erwartet jedoch eine Stagnation und weniger Neugründungen. Eine andere Stimme findet, dass es keinen Rückgang geben wird, da sich der Bio-Markt weiterentwickelt. Jedoch sei eine Entwicklung im einstelligen Bereich realistisch.

Gleichzeitig benannten die Fachleute Faktoren, welche das zukünftige Wachstum beeinflussen. Allen voran sind die Konsumierenden und der zukünftige Konsum der Produkte laut der befragten Fachleute entscheidend für die Entwicklung und Förderung von Bio-Produkten. Übereinstimmend finden mehrere Fachleute, dass diese Entwicklung mit dem Budget der privaten Haushalte zusammenhängt. Bei einer geringeren Preissteigerung und Inflation wird auch der Kaufwille der Verbrauchenden für Bio steigen. Eine Expertin sieht hier die Notwendigkeit für mehr politische Maßnahmen zur Aufklärung über Bio-Lebensmittel sowie deren gesundheitlicher und ökologischer Vorteile, sodass sich Bio zu einem breiten gesellschaftlichen Grundbedürfnis entwickeln kann. Ein weiterer Faktor sei die Förderung von kleinen Betrieben, die Steigerung der Effizienz in der Produktion für wettbewerbsfähige Preise und die politische Ausrichtung. Schlussendlich erkennt ein Experte die AHV als einen weiteren entscheidenden Faktor an. Hier komme es auf die Ausschreibungen in den nächsten Jahren an, welche entscheiden, wie die AHV bei dem Thema Bio eingebunden wird.

Bezogen auf die Produktgruppe Gemüse und Obst gehen die Fachleute von einem starken Wachstum aus, da die Nachfrage vor allem bei Gemüse noch nicht gedeckt ist. Hierfür sind vor allem Lagerkapazitäten und Gewächshäuser nötig. Weiterhin erwarten mehrere Fachleute ein Wachstum bei Fleisch und Wurstwaren, da das Thema Tierwohl bei der Tierhaltung (vor allem bei jüngeren Generationen) immer mehr an Bedeutung gewinnt. Das Qualitätsmerkmal „Bio“ assoziiert eine bessere Tierhaltung und wird somit wachsen. Zwei Stimmen finden, dass Getreide und Ölsaaten über ein herausragendes Wachstumspotenzial verfügen, da Bio-Brote und -Mehl in der Gesellschaft als Grundnahrungsmittel angekommen sind. Abschließend eröffnen zwei Fachleute, dass Hülsenfrüchte zukünftig an Bedeutung gewinnen werden. Dies ist zum einen auf die Förderung alternativer Eiweißquellen zurückzuführen als auch durch deren regionales Anbaupotenzial.

6.2.6.1 Markt in Deutschland und Europa sowie Treiber des Wachstums

Die Fachleute gaben weiterhin ihre Einschätzung zum deutschen Markt im internationalen Vergleich. Zudem benannten sie mögliche Treiber für ein Wachstum.

Grundsätzlich finden die befragten Fachleute, dass Deutschland im europäischen Vergleich eine Vorreiterrolle im Bereich Bio einnimmt. Zwei Stimmen heben hervor, dass Süddeutschland im deutschlandweiten Vergleich gut aufgestellt ist und die Transformation in öffentliche Kantinen voranschreitet. Zudem gäbe es eine Verknüpfung von Bio und Regionalität.

Im internationalen Vergleich heben die Fachleute Dänemark als Beispiel für eine Steigerung des Bio-Wachstums hervor, da die Agierenden pragmatisch und gemeinsam mit der Politik handeln. Weiterhin benennen zwei Fachleute Italien als Markt mit steigendem Bio-Interesse. Grund hierfür seien die wichtige Rolle der Ernährung und die durch die Regierung forcierte Entwicklung. Schlussendlich wird Österreich als Land mit zahlreichen Bio-Flächen benannt, jedoch sei der Markt nicht dynamisch.

Die befragten Fachleute skizzierten zudem die wichtigsten Treiber für das Bio-Wachstum. Auf staatlicher Ebene werden Anschub-Finanzierung bei der Gründung z. B. von Verbrauchergenossenschaften, Subventionen und steuerliche Entlastungen als hilfreich erachtet.

6.2.6.2 Zukünftige Entwicklung der Absatzkanäle

Die Fachleute wurden schlussendlich zur Entwicklung der Absatzkanäle befragt. Die Absatzkanäle sowie deren Nennung werden in Tabelle 9 dargestellt.

Tabelle 9: Auflistung der genannten Absatzkanäle sowie deren Nennungshäufigkeit

Absatzkanal	Nennungen
Gemeinschaftsverpflegung	5
Onlinehandel	5
Lebensmitteleinzelhandel	4
Direktvermarktung/ab Hof	2
Discounter	2
Naturkostfachhandel	1

Quelle: Eigene Darstellung

Der **Gemeinschaftsverpflegung** wird durch die Fachleute das größte Potenzial zur Entwicklung zugeschrieben. Beratungsangebote wie Kantine Zukunft können die Entwicklung erleichtern, müssen dafür jedoch mehr angenommen werden. Zudem gilt es, Bio konkret in den Ausschreibungen der AHV zu verankern.

Ebenso erachten die Fachleute den **Onlinehandel** als wachsend, vor allem in Berlin. Einige Fachleute vertreiben Produkte bereits über den Onlinehandel. Andere sehen aufgrund der Digitalisierung eine Notwendigkeit für einen Online-Lebensmittelhandel. Hilfreich könnte ein offizieller Marktplatz zur Vernetzung und Ansicht von Waren sein. Ein Experte sieht den Onlinehandel jedoch kritisch. Er wirft die Frage auf, wie die treue Kundschaft auf den eigenen Onlinehandel geleitet werden kann.

Darüber hinaus erwarten die Fachleute ein Wachstum im **Lebensmitteleinzelhandel**. Ein Experte befindet: „Wenn es ein Wachstum gibt, dann im Lebensmitteleinzelhandel“. Schlussendlich ist auch bei der **Direktvermarktung** eine ansteigende Tendenz zu erwarten.

Die befragten Fachleute wurden zudem konkret hinsichtlich der Förderung der Absatzkanäle. Ein essenzieller Aspekt ist die **staatliche Förderung**. So befinden die Fachleute, dass in der Landwirtschaft Tätige durch den Staat gezielt gefördert werden sollen. So kann eine politische Einflussnahme dabei helfen, faire Preise zwischen erzeugendem Betrieb und Lebensmitteleinzelhandel zu erzielen. Bei verschiedenen Produktgruppen wie bio-basierten Proteinquellen erachten die Fachleute eine Anschubfinanzierung als sinnvoll. Weiterhin können Informationskampagnen dabei helfen, Initiativen zu starten. Grundsätzlich befürworten die Fachleute einen Bürokratieabbau, da die Dokumentation immer „ausufernder“ werde. Neben der Betriebsförderung empfehlen die Fachleute weiterhin Aufklärungskampagnen für Verbrauchende. Die Verbrauchenden müssen die Ware kaufen wollen und benötigen hierfür das Wissen, um die Qualität und den Wert von Bio-Produkten wertzuschätzen. Nur über Informationskampagnen und Aufklärungsprogramme kann ein größeres Qualitätsbewusstsein erreicht werden. Auch Branchenveranstaltungen, Publikumsveranstaltungen und Imagekampagne für die regionale Landwirtschaft und Verarbeitung werden als wichtig erachtet.

Als zweiten unabdingbaren Fördermotor für die Absatzkanäle in Berlin-Brandenburg sehen die Fachleute die **Logistik** an. Eine Expertin sieht die derzeitige Logistik als den „großen Knackpunkt“, da die Kundschaft oft weit voneinander entfernt ist und feste Streckenpläne eingehalten werden müssen. Zudem steigen die Logistikkosten laut einer weiteren Stimme fortlaufend. Zentral für eine bessere Logistik seien die Themen Transport und Bündelungen. Die Fachleute sind sich einig, dass eine Lösung in Sachen Logistik vielversprechend ist, da es eine hohe Nachfrage nach Bio-Produkten gibt. Eine bessere Logistik würde den Transport zu Kund:innen wie Einzelhandel und Hofläden erleichtern, Zeit einsparen und Arbeitsplätze schaffen.

6.3 Ergebnisse der Online-Befragung (Stufe 2)

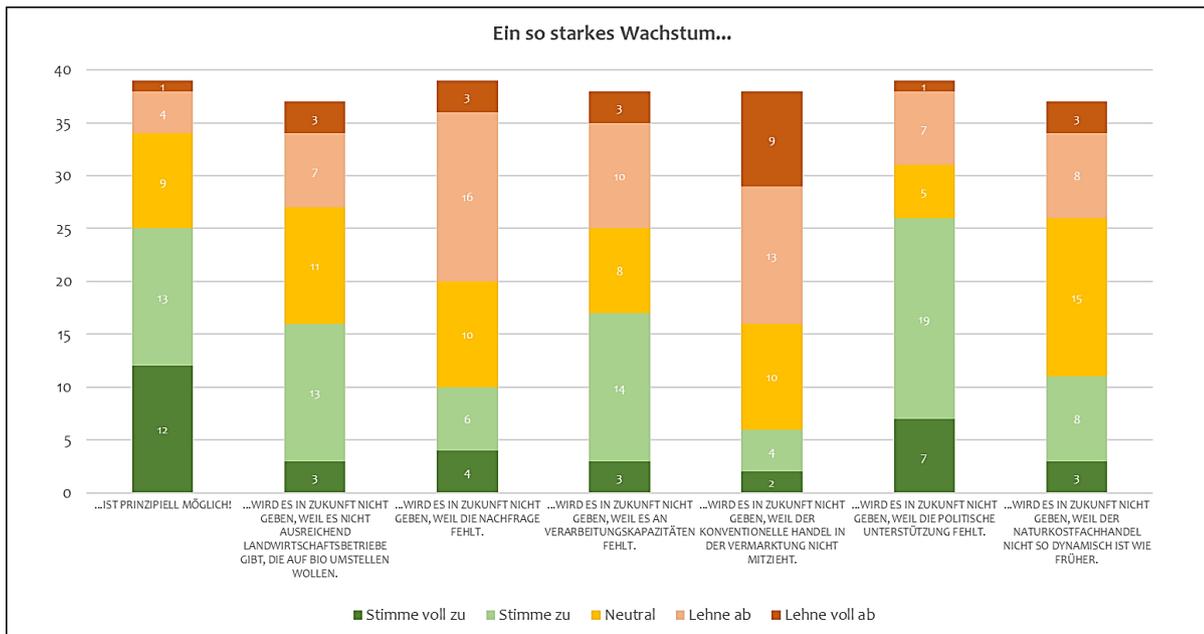
Die Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse der ersten Befragungsrunde wurde Fachleuten zur Beurteilung vorgelegt, indem ein Online-Fragebogen in der zweiten Runde verwendet wurde.

Über 50 Antworten wurden in dieser zweiten Phase gesammelt, für die Analyse wurden jedoch ausschließlich die Rückmeldungen von Fachleuten aus Landwirtschaft, Handwerk, Verarbeitung und Vertrieb berücksichtigt. Insgesamt nahmen 39 Personen an dieser Befragung teil, wobei einige Antworten möglicherweise durch Filterung oder das Verweigern von Antworten weniger gewichtet wurden.

6.3.1 Wachstumsprognosen und Leuchtturmprojekte: Aussichten der Bio-Landwirtschaft bis 2030

Der erste Abschnitt untersuchte die Prognosen für das Wachstum und die Rahmenbedingungen für Bio-Landwirtschaftsflächen in Brandenburg bis 2030. Dabei wurden Leuchtturmprojekte aus Bayern, Baden-Württemberg und Frankreich als Maßstab herangezogen, in denen es gelungen ist, die Flächen innerhalb eines kurzen Zeitraums zu verdoppeln. Basierend auf diesen Beispielen wurde die Wahrscheinlichkeit einer ähnlichen Dynamik in Brandenburg in den nächsten sieben Jahren durch mehrere Teilfragen getestet, siehe Abbildung 61: Herausforderungen für das Wachstum der Bio-Branche.

Abbildung 61: Herausforderungen für das Wachstum der Bio-Branche



Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Fachleutebefragung (n=37-39)

Insgesamt halten rund zwei Drittel der Fachleute ein starkes Wachstum bis 2030 für möglich (linke Säule). Laut der Umfrageergebnisse kann das Wachstum vor allem durch verstärkte politische Unterstützung gefördert werden (2. Säule von rechts). Zusätzliche Herausforderungen bestehen laut der Fachleute darin, dass es an Verarbeitungskapazitäten mangelt (mittlere Säule) und nicht genügend Betriebe bereit sind, auf Bio umzustellen (2. Säule von links).

Über die Hälfte der Fachleute glaubt nicht, dass in den nächsten Jahren eine fehlende Nachfrage dem Wachstum der Bio-Branche im Weg stehen wird (3. Säule von links) oder der konventionelle Handel für die Vermarktung von Bio-Produkten nicht bereit ist (3. Säule von rechts).

Abschließend sind sich zwei Drittel der Fachleute einig, dass die Personalknappheit im Handwerk und Handel ein großes Hindernis für die Entwicklung des Bio-Marktes in Brandenburg darstellt, siehe Abbildung 62: Personalknappheit stellt Hindernis für die Entwicklung des Bio-Marktes dar

Abbildung 62: Personalknappheit stellt Hindernis für die Entwicklung des Bio-Marktes dar



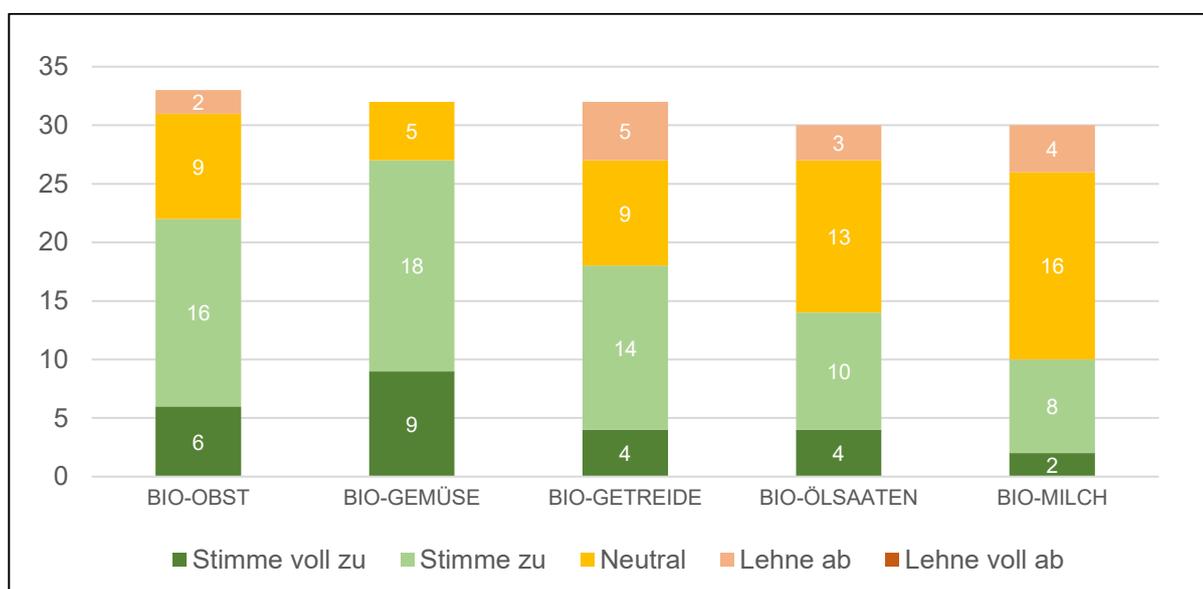
Quelle: Eigene Darstellung nach Ergebnissen der Fachleutebefragung (n=37)

6.3.2 Wachstumspotenzial im biologischen Ackerbau, begrenzte Aussichten in der Tierproduktion

Die Fachleute wurden dazu befragt, in welchen Produktkategorien sie das Wachstum als begrenzt betrachten. Hier wird vor allem Fleisch (Rind, Schwein, Geflügel) (n=22) genannt, gefolgt von Gemüse und Obst (n=15), sowie Getreide und Ölsaaten (n=11), bei denen das Wachstum als eingeschränkt angesehen wird. Ergänzend werden Convenience-Produkte genannt. Die befragten Fachleute ergibt sich Bürokratie als zentrales Hindernis für das Wachstum der Bio-Branche.

Im Kontrast dazu stehen die Ergebnisse der folgenden Teilfrage. Obwohl in der Teilfrage zuvor das Wachstum von Bio-Obst und -Gemüse als beschränkt wahrgenommen wird, stellen diese beiden Kategorien in der folgenden Teilfrage (Abbildung 63) jene Gruppen dar, in denen die meisten Fachleute Wachstumspotenzial vermuten. Das geringste Wachstum wird bei der Bio-Milch erwartet.

Abbildung 63: Ein starkes Wachstum ist weiterhin möglich (nach Produktkategorien)



Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Fachleutefragung (n=30-33)

Die Ergebnisse beider Teilfragen lassen die Schlussfolgerung zu, dass die Fachleute ein großes Wachstumspotenzial im ökologischen Ackerbau sehen, während das Potenzial in der ökologischen Tierproduktion als begrenzt bewertet wird.

Die Fachleute betonten in ihren Anmerkungen zu diesem Thema in verschiedenen Bereichen die Bedeutung von Bekanntmachungen vorhandener Kapazitäten für die Weiterentwicklung von Bio-Produkten. In Bezug auf Bio-Obst und -Gemüse wird die Herausforderung der rückläufigen Entscheidung der Kundschaft für regionale Erzeugung und Verarbeitung aufgezeigt, was auf mangelnde Anreize und nachteilige Preiskonstellationen zurückgeführt wird. Die Schaffung von Infrastrukturen wie Mostereien und Verarbeitungsbetrieben für Obst und Gemüse sowie die Förderung alternativer Vermarktungswege und Investitionen in Spezialmaschinen und Lagerkapazitäten im Gemüsebau werden als entscheidend erachtet. Für Bio-Getreide wird die Regenerierung von Anbauflächen und die Marktstärkung betont. Hinsichtlich Bio-Ölsaaten wird die Bedeutung der Förderung von heimischen Ölen herausgestellt.

Im Bereich der Bio-Milcherzeugung hoben die Fachleute die Notwendigkeit von langfristigen Perspektiven für in der Milchwirtschaft tätige Betriebe hervor. Die Förderung von kleinen Käsereien ist dabei als wichtige Maßnahme anzusehen.

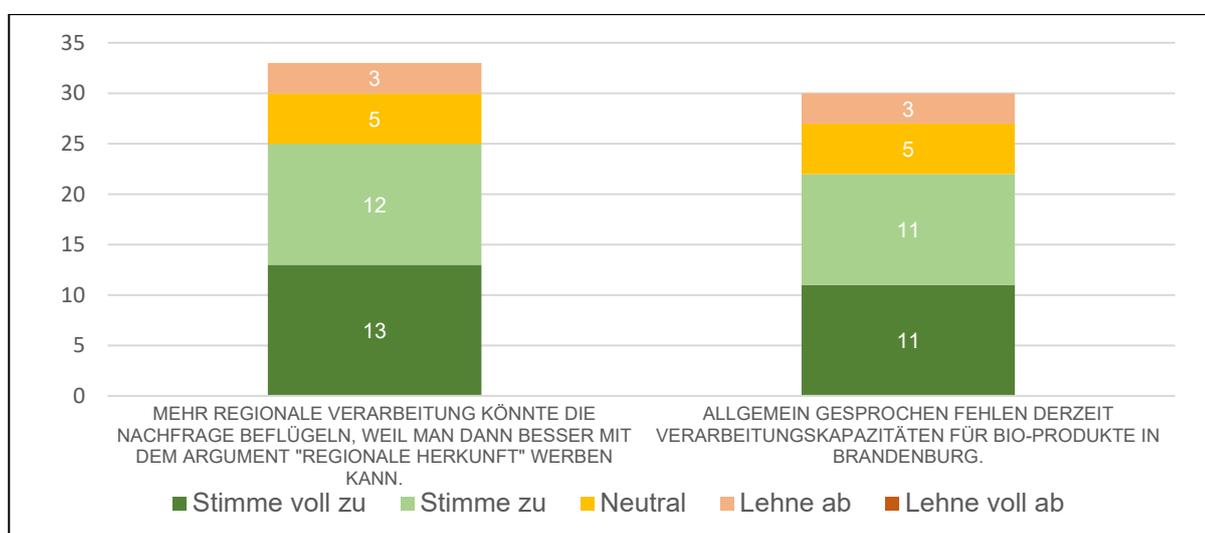
In allen Produktkategorien besteht die Forderung nach verstärktem Marketing, Bekanntmachung vorhandener Kapazitäten, Unterbindung von Importen und die Schaffung von regionalen

Verarbeitungsstrukturen sowie das Regenerieren von Anbauflächen. Unterschiede zeigen sich in den spezifischen Herausforderungen und Bedürfnissen jedes Bereichs, wie beispielsweise der Notwendigkeit von Spezialmaschinen im Gemüsebau.

6.3.3 Regionale Verarbeitungskapazitäten fehlen in Brandenburg

Wie sich bereits in der ersten Fragerunde zeigte, sind die befragten Fachleute der Meinung, dass zu wenig Bio-Erzeugnisse aus Brandenburg auch in Brandenburg verarbeitet und/oder vermarktet werden. In der Online-Fragerunde wurden die Fachleute gefragt, ob eine regionale Verarbeitung die Nachfrage beflügeln kann (linke Säule, Abbildung 64: Regionale Verarbeitungskapazitäten). Ein Großteil der Befragten stimmt überein, dass das Argument „Regionale Herkunft“ die Nachfrage erhöhen kann, jedoch stimmen ebenfalls über zwei Drittel der Befragten der Aussage zu, dass hierfür die Verarbeitungskapazitäten für Bio-Produkte in Brandenburg fehlen (rechte Säule).

Abbildung 64: Regionale Verarbeitungskapazitäten.



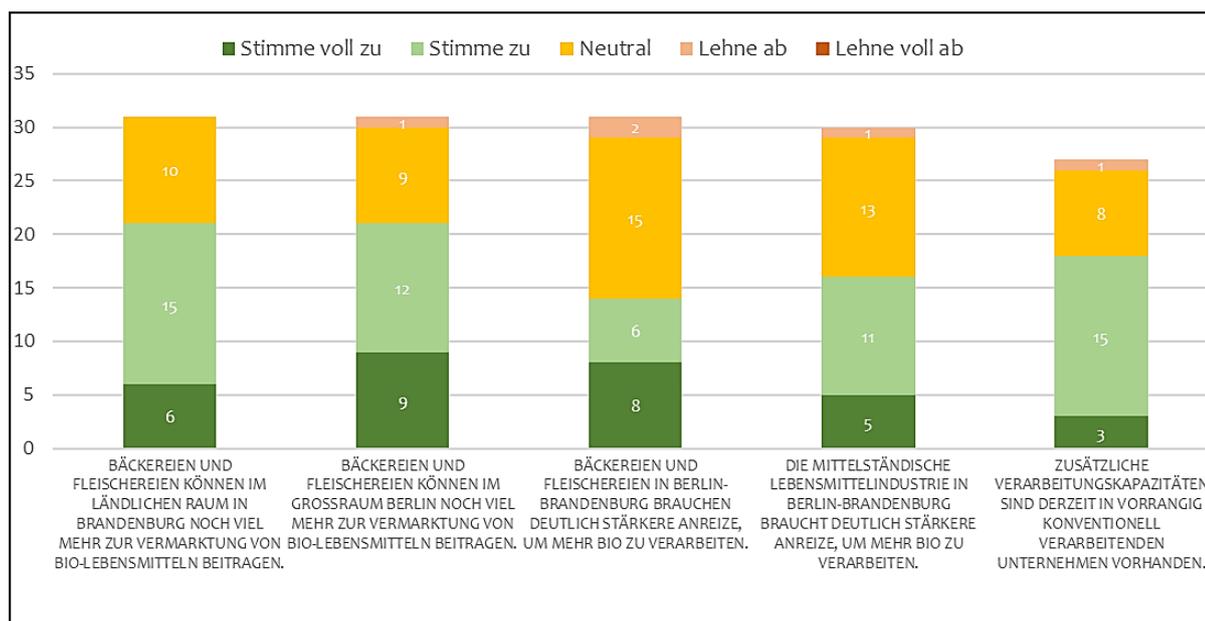
Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Fachleutbefragung (n=30-33)

6.3.4 Forderung für bessere Verarbeitungsstrukturen und Anreize für die handwerkliche Lebensmittelvermarktung

In dem darauffolgenden Fragenblock mit fünf Teilfragen wurde die Einschätzung der Vermarktung von Handwerksprodukten im ländlichen Raum und im Großraum Berlin erfragt. Zudem erfolgte eine Abfrage der notwendigen Anreize und Verfügbarkeit von Verarbeitungskapazitäten (siehe Abbildung 65).

Bäckereien und Fleischereien in Brandenburg - sowohl im Großraum Berlin (2. Säule von links) als auch im ländlichen Raum Brandenburgs (1. Säule von links) - haben laut den Fachleuten ein erhebliches Potenzial, zur Vermarktung von Bio-Lebensmitteln beizutragen. Allerdings benötigen sowohl die lokalen Handwerksbetriebe als auch die mittelständische Lebensmittelindustrie (2. Säule von rechts) in Berlin-Brandenburg stärkere Anreize, um vermehrt Bio-Lebensmittel zu verarbeiten (mittlere Säule). Zusätzliche Verarbeitungskapazitäten sind momentan vor allem in konventionell ausgerichteten Unternehmen vorhanden (1. Säule von rechts).

Abbildung 65: Verarbeitung und Vermarktung von Handwerksprodukten



Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Fachleutebefragung (n=27-31)

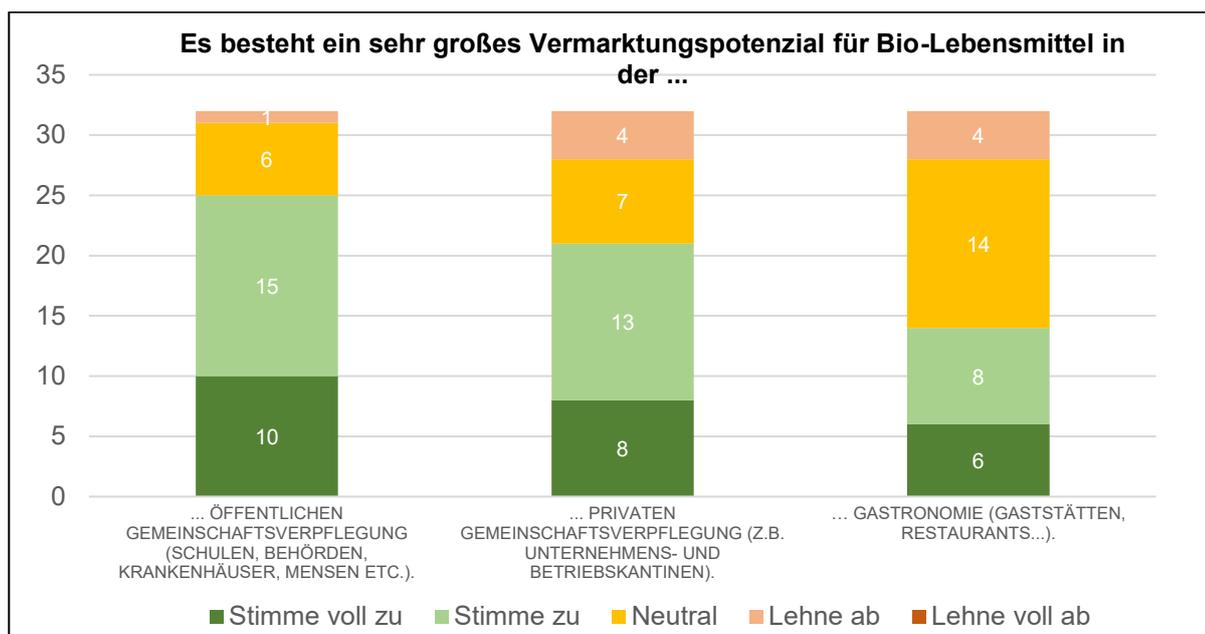
Um die regionalen Verarbeitungsstrukturen in Berlin-Brandenburg zu verbessern, werden konkrete Maßnahmen vorgeschlagen. Dazu gehört die Notwendigkeit, administrative Hürden abzubauen und Investitionen unbürokratischer zu fördern. Des Weiteren soll eine Optimierung der Zulieferungs- und Vermarktungsstrukturen erfolgen. Eine zentrale Herausforderung liegt in der Nachfragesteuerung durch den Preis regionaler Produkte. Aufgrund begrenzter Mengen resultieren höhere Preise für Endverbraucher, was wiederum eine Änderung im Verhalten dieser bewirkt. Dies setzt die Bereitschaft zum Erwerb höherpreisiger Lebensmittel voraus, die im Wettbewerb mit Discountern und dem Lebensmitteleinzelhandel stehen.

6.3.5 Vielversprechende Absatzperspektiven in der Außer-Haus-Verpflegung

Die AHV als Absatzweg für Bio-Lebensmittel ist ein viel diskutiertes Thema, das in der ersten Befragungsrunde uneinheitlich bewertet wurde. Wie bereits in Kapitel 4.5 und 6.2.3.3 festgehalten, verfügt die AHV über ein limitiertes Mengenpotential. Jedoch eröffnet die Möglichkeit der direkten politischen und verwaltungstechnischen Einflussnahme durch die Festlegung von Bio-Anteilen in Ausschreibungen vielversprechende Absatzperspektiven.

Die Fachleute der Online-Befragung sehen besonders im Bereich der öffentlichen und privaten Gemeinschaftsverpflegung Vermarktungspotenzial für Bio-Produkte. Im Gegensatz dazu wird der Absatz in der Gastronomie eher verhalten betrachtet (siehe Abbildung 66).

Abbildung 66: Vermarktungspotenzial in der Außer-Haus-Verpflegung



Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Fachleutebefragung (n=32)

Die Fachleute wurden zudem nach Erfolgsbedingungen für Bio in den verschiedenen Sektoren befragt. Einig sind sich die Fachleute bei der öffentlichen und privaten Gemeinschaftsverpflegung. Hier soll Bio und Regionalität ein fester Bestandteil der Ausschreibungen sein und das Essen in Kindertagesstätten etc. subventioniert werden, da sich die Preisanforderungen der Einrichtungen oftmals nicht mit denen der Erzeugenden deckt.

Für die Gastronomie wird die Einführung eines unkomplizierten Zertifizierungssystems vorgeschlagen. In der gehobenen Gastronomie sind Qualitätsansprüche hoch, es wird verstärkt auf alte Gemüsesorten und spezielle Tierrassen gesetzt, die oft ausschließlich von Bio-Lieferbetrieben bezogen werden können. Dabei ist Transparenz und Kommunikation entscheidend, ebenso wie die Bereitschaft, für Bio-Produkte einen höheren Preis zu akzeptieren.

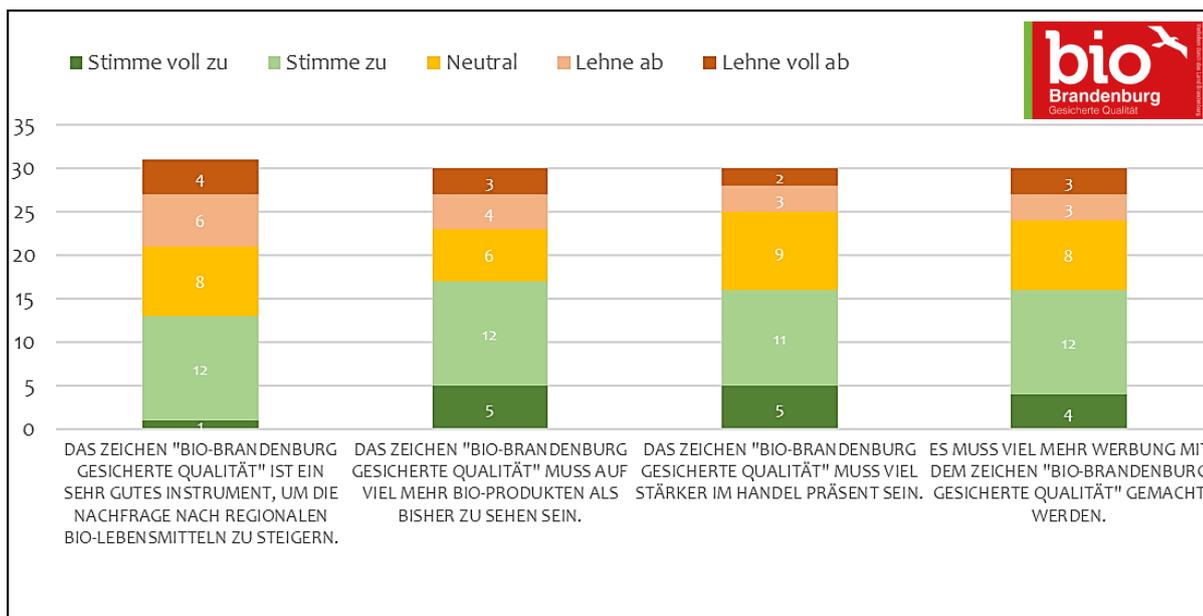
6.3.6 Meinungsbild zu „bio-Brandenburg Gesicherte Qualität“ und laute Stimmen für mehr Förderungen

Das Brandenburger Qualitätszeichen wurde erst in der aktuellen Legislaturperiode initialisiert und ist dementsprechend noch sehr jung. Wie am Beispiel anderer Qualitätszeichen (Bayern, Baden-Württemberg) zu erkennen, benötigt die Umsetzung und Marktdurchdringung eine angemessene Zeit. Die aufgeführten Fachleutemeinungen zeigen Umsetzungspotentiale sowie Kommunikationsbedarf auf:

Die Bio-Fachleute, welche in der ersten Fragerunde interviewt wurden, hatten ein überwiegend positives Bild vom agrarpolitischen Handeln in Bezug auf Bio, sahen aber auch Verbesserungspotenzial. In der zweiten Fragerunde bekamen die Befragten vier Teilfragen in Bezug auf das Qualitätszeichen (Abbildung 67) und drei Teilfragen in Bezug auf die Landespolitik (Abbildung 68) vorgelegt.

Uneinig sind sich die Fachleute der zweiten Fragerunde, ob das Zeichen „bio-Brandenburg Gesicherte Qualität“ ein gutes Instrument ist, um die Nachfrage nach regionalen Bio-Lebensmitteln zu steigern. 13 Fachleute sprechen sich dafür aus, während 10 Stimmen der Aussage nicht oder gar nicht zustimmen (Abbildung 67, 1. Säule links). Ein ähnliches Stimmungsbild ergibt sich bei den Fragen, ob das Qualitätszeichen auf mehr Produkten bzw. mehr im Handel zu sehen sein soll. Nur rund die Hälfte der Befragten spricht sich dafür aus, dass mehr Werbung mit dem Siegel gemacht werden soll.

Abbildung 67: Optimierung der Präsenz von "bio-Brandenburg Gesicherte Qualität"

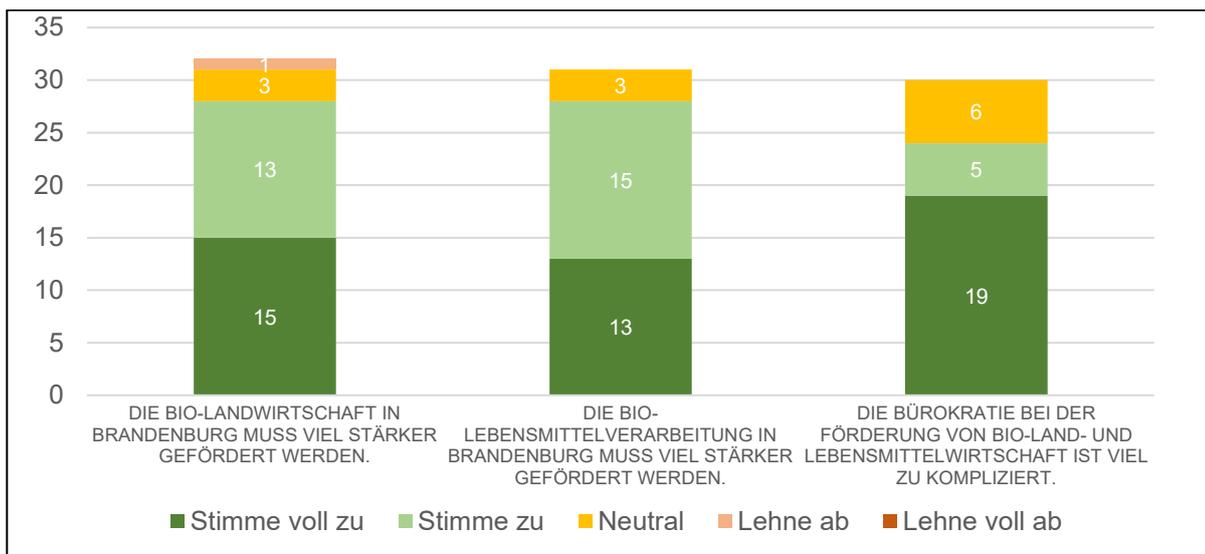


Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Fachleutefragung (n=30-31)

Das kontroverse Meinungsbild in Bezug auf das Qualitätszeichen spiegelt sich auch in den Freitextanmerkungen wider. Eine befragte Person aus dem Bäckereihandwerk schreibt: „Das Siegel ist mit der Anforderung 100% der Zutaten aus Brandenburg zu streng: da gibt es nicht viele Produkte außer unverarbeitet oder Monoprodukt. Unsinnigerweise wird [die] Verarbeitung von Zutaten aus Brandenburg in Brandenburg nicht berücksichtigt.“ Diese Meinung zeigt weiteren Kommunikationsbedarf auf, da nur 90 % der Zutaten aus Brandenburg stammen müssen und Zutatenkennzeichnung in dieses Jahr realisiert wird. Weiter heißt es aus der Branche der Milchschäuferei und Schafskäserei: „Es ist wichtig, dass auf dem Regionalsiegel auch drin ist, was draufsteht. Es sollte klare Kriterien geben, damit nicht nur die letzte Verarbeitungsstufe in Brandenburg stattfindet.“ Von einem Biohof-Besitzer wird geschildert: „Wir haben selbst als Betrieb dieses Bio Brandenburg-Siegel erworben, sehen es bisher aber so gut wie nicht in der Vermarktung honoriert.“ Des Weiteren heißt es, dass es schon genügend Siegel auf dem Markt gibt und nicht noch ein weiteres nötig ist.

Bei der Förderung (Abbildung 68) besteht eine größere Einigkeit der Fachleute. Die Mehrheit der Befragten ist der Auffassung, dass die Unterstützung für die Bio-Landwirtschaft- und Lebensmittelverarbeitung in Brandenburg erheblich intensiviert werden sollte. Zudem herrscht Einigkeit darüber, dass die bürokratischen Prozesse in der Bio-Land- und Lebensmittelwirtschaft zu komplex sind. Diese Ansicht wurde in vielen Bereichen der Umfrage als Hindernis für die Bio-Branche genannt.

Abbildung 68: Förderung der Bio-Landwirtschaft und Lebensmittelverarbeitung

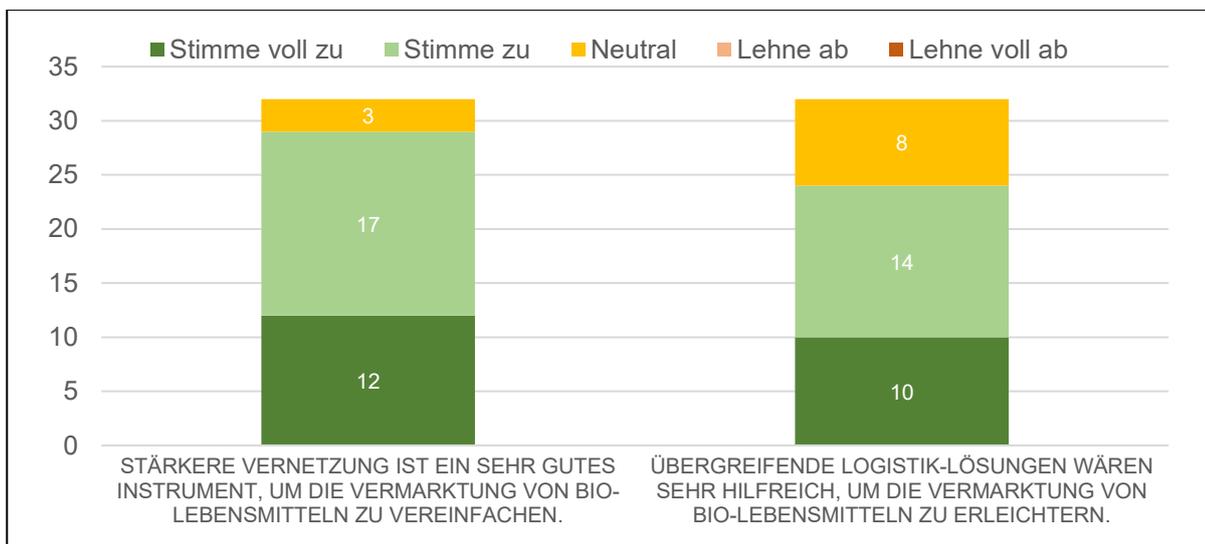


Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Fachleutefragung (n=30-32)

6.3.7 Stärkere Vernetzungen und übergreifende Logistik sind wichtige Stellschrauben

Die Vermarktung von Bio-Lebensmitteln steht vor zahlreichen Herausforderungen, die eine effektive und koordinierte Strategie erfordern. Ähnlich wie bei der Förderung der Bio-Branche stimmen die befragten Fachleute überein, dass eine verstärkte Vernetzung ein äußerst wirksamer Ansatz zur Erleichterung der Vermarktung von Bio-Lebensmitteln ist (linke Säule, Abbildung 69). Auch stimmen die Fachleute darin überein, dass übergreifende Logistik-Lösungen für die Vermarktung von Bio-Lebensmitteln sehr hilfreich ist (rechte Säule).

Abbildung 69: Vernetzung und Logistik



Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Fachleutefragung (n=32)

Folgende Agierende wurden genannt, welche die Vernetzung organisieren könnten:

- Unabhängige Beratende
- Ortsansässige Koordinierende
- Verteilerdienste
- Bio-Verbände
- Pro Agro
- FÖL

- Märkischer Wirtschaftsbund e.V.

In Bezug auf die Organisation der übergreifenden Logistik wurden die folgenden Agierende genannt:

- Frachtbörsen
- Terra Naturkost oder ähnliche
- Genossenschaften von Erzeugungsbetrieben
- Verbände

6.3.8 Anregungen für Entwicklungen im Bio-Sektor

Im letzten Frageblock wurde nach weiteren Anregungen für jetzige und zukünftige Entwicklungen im Bio-Sektor gefragt. Hier gab es für verschiedene Bereiche Anregungen.

Die Schlachthof-Strukturen in der Fleischindustrie werden als ernsthaftes Problem für Tierwohl und bäuerliche Landwirtschaft hervorgehoben. Es wird angeregt, kleine Verarbeitungsbetriebe zu fördern, insbesondere, wenn dies zur Wiederbelebung vergessener regionaler Wertschöpfungsketten beiträgt und somit ländliche Strukturen stärkt. Die Bedeutung aromatischer Qualitäten in Kombination mit Bio wird unterstrichen, etwa in Bezug auf Schinken, Käse, Wein oder Fisch im Bereich Feinkost.

Des Weiteren wird der dringende Abbau bürokratischer Hemmnisse im Anbau gefordert. Große Unternehmen haben Schwierigkeiten, auf Bio umzusteigen und können dann nicht mehr regional verarbeiten. Kleine und mittlere Unternehmen haben häufig Probleme mit der Landvergabe, da Großunternehmen Land aufkaufen. Zudem müssen sich kleine und mittlere Unternehmen den Zwischenhandel und die Logistik von der Umstellung auf Bio leisten können. Ebenfalls wird auf den Mangel an Arbeitskräften hingewiesen, da die ökologische Landwirtschaft mehr Arbeitskräfte erfordert. Als weiteren kritischen Bereich identifizieren die befragten Fachleute den Bereich Bildung, insbesondere die Vernachlässigung ökologischer Aspekte in der landwirtschaftlichen Ausbildung und der allgemeinen schulischen Bildung mit Bezug zur Landwirtschaft und Ernährung. Ein weiteres Anliegen ist die Verfügbarkeit von geeigneten Verpackungsgrößen für Großverbraucher, insbesondere bei Bio, da viele Produkte nur in Einzelhandelsverpackungen erhältlich sind.

Insgesamt betonen die Einschätzungen die Vielseitigkeit der Probleme. Gleichzeitig zeigen sie die Entwicklungschancen des Bio-Sektors in Brandenburg auf, sofern an den aufgezeigten Lücken angesetzt und nachgebessert wird.

Abbildung 70: Kurzzusammenfassung der Fachleutbefragungen

Die Bio-Landwirtschaft in Brandenburg könnte bis 2030 ein deutliches Wachstum verzeichnen, jedoch stehen diesem Potenzial Herausforderungen wie Fachkräftemangel und begrenzte Verarbeitungskapazitäten gegenüber. Die Nachfrage nach Bio-Produkten ist vorhanden, wird aber zunehmend vom Preis beeinflusst.

Das Wachstumspotenzial wird vor allem im biologischen Ackerbau gesehen, weniger in der Tierhaltung. Förderungen sollten sich verstärkt auf die Bio-Landwirtschaft und Lebensmittelverarbeitung in Brandenburg konzentrieren, wobei Spezialmaschinen und alternative Vermarktungswege Förderziele sein können. Handwerksbetriebe und mittelständische Lebensmittelindustrien benötigen mehr Anreize zur Verarbeitung von Bio-Produkten, da sie wichtige Akteure für die Steigerung der Wertschöpfung sind.

Das Siegel "*bio-Brandenburg Gesicherte Qualität*" erfährt unterschiedliche Bewertungen durch die befragten Fachleute. Potenzial wird erkannt, jedoch bedarf es einer verstärkten Präsenz auf Produkten, im Handel und einer intensiveren Kommunikation. Um die Nachfrage zu steigern, wird betont, dass die direkte Verarbeitung in Brandenburg und entsprechende Werbemaßnahmen förderlich sein könnten. Hierfür müssen jedoch zwingend bürokratische Hürden abgebaut und Zulieferungs- sowie Vermarktungsstrukturen optimiert werden.

Die Integration von Bio-Regio-Produkten in öffentlichen und privaten Gemeinschaftsverpflegungen wird als vielversprechend angesehen. Dafür sollten entsprechende Vorgaben in Ausschreibungen fest verankert sein. In der Gastronomie könnte ein unkompliziertes Zertifizierungssystem hilfreich sein, insbesondere da hier vermehrt auf alte Sorten oder spezielle Tierrassen in Bio-Qualität gesetzt wird.

Abschließend wird eine übergreifende Logistklösung als notwendig erachtet, um die höhere regionale Wertschöpfung und Vermarktung von Bio-Lebensmitteln zu erleichtern.

7 SWOT – Stärken, Schwächen, Möglichkeiten, Herausforderungen

Die SWOT-Analyse ist ein strategisches Planungsinstrument. Sie wird verwendet, um die Stärken, Schwächen, Chancen und Herausforderungen eines bestimmten Themas zu bewerten. Darüber hinaus identifiziert sie Faktoren, die entweder günstig oder ungünstig sind, um das festgelegte Ziel zu erreichen (Plieninger, Bens, & Hüttl, 2006). Die SWOT-Analyse umfasst eine sozioökonomische Bewertung, um die Stärken und Schwächen des Prozesses zu ermitteln und Lösungen zur Beseitigung bestehender Engpässe vorzuschlagen, die die Akzeptanz durch verschiedene Marktsegmente und das industrielle Ökosystem sicherstellen. Die Ergebnisse werden häufig in Form einer Matrix dargestellt.

Auf der Grundlage der Ergebnisse der qualitativen und quantitativen Fachleutbefragungen mit wichtigen Experten der Brandenburger Bio-Wertschöpfung wurde eine SWOT-Analyse durchgeführt, um Maßnahmen zu ermitteln, die eine Verbesserung der Bio-Wertschöpfung in Brandenburg ermöglichen. Erweitert wurden die Fachleutemeinungen am 21.03.24 im Workshop „Bio-Marktbericht Brandenburg“ in Seddin, wobei VertreterInnen aller Wertschöpfungskettenglieder die SWOT-Analyse bewerten und ergänzen konnten. Die SWOT-Analyse dient zur Bewertung der allgemeinen Marktchancen sowie Potenziale der Bio-Produktgruppen Gemüse, Kartoffeln, Fleisch, Milch, Eier und Getreide im Zuge des Bio-Marktberichts Brandenburg. Basierend auf der SWOT-Analyse werden die Handlungsempfehlungen in Kapitel 8 ausgesprochen.

Tabelle 10: SWOT-Analyse des Berlin-Brandenburger Bio-Markts und Bio-Sektors

Bio-Markt & Bio-Sektor allgemein		
	<i>Hilfreich bei der Zielerreichung</i>	<i>Hemmend für Zielerreichung</i>
Interner Ursprung (Eigenschaften des Systems)	<p style="text-align: center;">Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Großer Absatzmarkt mit hoher Kaufkraft • Große Dichte an Verarbeitung in manchen Produktbereichen (z.B. Brot- und Backwaren, Molkereien) und Handel in Berlin • Bereits existierende Kapazitäten und Firmen in Verarbeitung und Handel • Gute Strukturen und Netzwerke für Begleitung und Beratung • Tragfähiges, erfahrenes Netzwerk in Handel, Verarbeitung und Begleitung • Brandenburger Qualitätszeichen kann in öffentlichen Ausschreibungen integriert werden 	<p style="text-align: center;">Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Arbeitskräfte in allen Wirtschaftsbereichen • Konjunkturelle Nachfrage – Schwankungen • Pachtpreise deutlich gestiegen in BB • Unklare Definition regionaler Produkte, was es schwierig macht, das Ziel der regionalen Beschaffung zu erreichen. • Fehlende Verarbeitung auf der ersten Stufe (z.B. Schlachtung, Zerlegung, Getreidelagerung, Gemüseverarbeitung...)
Externer Ursprung (Eigenschaften der Umwelt)	<p style="text-align: center;">Möglichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bio hat sich als Langfrist-Trend erwiesen Regionalität ist eher Hype? • Brandenburg Siegel steht bereit, öffentliche Hand könnte offensiv damit werben • Siegel könnte auf Berlin ausgeweitet werden • Für AHV wäre das regionale Siegel Gamechanger • Haben keine überdimensionierte Verarbeitung wie in anderen Bundesländern: „glaubwürdiger“ Mittelstand • Wachsendes Marktpotenzial für Bio-Produkte, insbesondere in der Region Berlin-Brandenburg mit ihrer Stadtbevölkerung von 5 Millionen Menschen • Nutzer können Produkte durch Brandenburger Qualitätszeichen über öffentlichen Ausschreibungen absetzen 	<p style="text-align: center;">Herausforderungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wasserknappheit verschärft sich • Regional-Siegel kann durch Siegel-Übersättigung ausgebremst werden

Quelle: Eigene Abbildung

Tabelle 11: SWOT-Analyse für Bio-Gemüse aus Berlin-Brandenburg

Gemüse		
	Hilfreich bei der Zielerreichung	Hemmend für Zielerreichung
Interner Ursprung (Eigenschaften des Systems)	<p style="text-align: center;">Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regionalität ist besonders stark bei unverarbeitetem Gemüse • Stark in Spargel, Kürbissen und Gurken • Vorverarbeitung für AHV Fresh Cut gibt es seit kurzem • EIP-Projekt – hat gute Vorarbeit geleistet • Gemüse gilt aufgrund des geringen Preisunterschieds zwischen konventionellem und biologischem Gemüse als gutes Einstiegsprodukt für Privathaushalte und Gemeinschaftsverpflegung • Gurkenverarbeitung in einer Hand (Teil eines franz. Konzerns): Leuchtturm? 	<p style="text-align: center;">Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Klassische“ Bio-Gemüse fehlen weitgehend • Keine großen Betriebe vorhanden (nur bei Gurken und Spargel), Gemüseproduktion zu kleinteilig; • Wenig Frischgemüse-Produktion, und diese nur auf Naturkostfachhandel ausgerichtet → keine regionale Produktion für LEH • Zu wenig Frische-Logistik im ländlichen Raum • Zu wenig Verarbeitung • Verarbeitungskapazität für Raum Berlin zu klein; die Kosten für den Ausbau sind hoch • Arbeitskräfte für Verarbeitung und Ernte fehlen • Verbands-Unstimmigkeiten (Absatz-Engpässe je nach Verbandszeichen/Handelskooperation)
Externer Ursprung (Eigenschaften der Umwelt)	<p style="text-align: center;">Möglichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absatz im LEH ausbaufähig (v. a. Feldgemüse) • Absatz in der Gastronomie ausbaufähig • Absatz in der AHV ausbaufähig • Insgesamt wachsendes Marktpotenzial für Bio-Gemüse in Brandenburg, angetrieben von der Nachfrage der Verbraucher nach gesünderen und nachhaltigen Lebensmitteln • Bereitschaft für Beratung vorhanden 	<p style="text-align: center;">Herausforderungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Kannibalisierung“ von Regional und Bio • Personalmangel; • Standortgüte/Böden; Umgang mit Wasserknappheit/Wetterextreme (Beregnung v. Gemüse) • Begrenzte Lagerkapazität für Bio-Gemüse; • Wenig Erfahrung mit Vorverarbeitung von Gemüse • Die Notwendigkeit, Logistik, Verfügbarkeit und Vermarktung von Bio-Gemüse zu optimieren

Quelle: Eigene Abbildung

Tabelle 12: SWOT-Analyse für Bio-Kartoffeln aus Berlin-Brandenburg

Kartoffeln		
	<i>Hilfreich bei der Zielerreichung</i>	<i>Hemmend für Zielerreichung</i>
Interner Ursprung (Eigenschaften des Systems)	Stärken	Schwächen
	<ul style="list-style-type: none"> • Einige große Betriebe vorhanden, Initiative zur regionalen Belieferung von REWE-Filialen, Schälbetrieb Geko für Großverbraucher (EIP-Projekt) • Gutes Einstiegsprodukt in (regionale) Bio-Qualität, da Preisdifferenz zu konventionell oder überregionaler Ware gering • Erfolg im Kartoffelanbau aufgrund günstiger Wetterbedingungen und des geringeren Pilzbefalls in den letzten Jahren 	<ul style="list-style-type: none"> • Zu wenig Lagerkapazitäten, um Markt lang bis ins Folgejahr zu beliefern • zu wenige Schälbetriebe mit zu geringer Kapazität (auch zu wenig Arbeitskräfte); • Absatz zu schwach (Flaschenhalse: Schalen für AHV und Packen für den LEH) • Kartoffelflächen um 20 % zurückgegangen • Hohe Bodenpreise und Schwierigkeit, langfristige Pachtverträge zu bekommen • Hohe Investitionskosten für Neueinstieg
Externer Ursprung (Eigenschaften der Umwelt)	Möglichkeiten	Herausforderungen
	<ul style="list-style-type: none"> • AHV: Einstiegsprodukt in Bio-Qualität • Ibuss Kartoffelcenter in SA läuft gut, hat Schällinie ausgebaut, funktionierende Wertschöpfung mit niedersächsischen und sachsen-anhaltinischen Kartoffeln, nach Berlin gebracht 	<ul style="list-style-type: none"> • Trockenheit/ Wasserknappheit • Beratung notwendig • Trockenheitsresistente Kartoffelsorten müssten angebaut werden (FÖL-Sortenschau) Verbraucherakzeptanz?) • Packkapazitäten zu klein

Quelle: Eigene Abbildung

Tabelle 13: SWOT-Analyse für Bio-Fleisch aus Berlin-Brandenburg

Fleisch		
	<i>Hilfreich bei der Zielerreichung</i>	<i>Hemmend für Zielerreichung</i>
Interner Ursprung (Eigenschaften des Systems)	Stärken	Schwächen
	<ul style="list-style-type: none"> • Ausreichend Rinder und Mutterkuhhaltung, um Brandenburg und Umgebung zu versorgen • Viele Grünlandflächen für die Haltung von Mutterkühen und Nachzucht vorhanden • Einige kleine Fleischereien und teilmobile Schlachtungen vorhanden • Kleinteilige Vermarktung funktioniert • Gestiegenes Interesse der Verbraucher an hochwertigen und nachhaltigen Lebensmitteln hat zu einer wachsenden Nachfrage nach Bio-Fleischprodukten geführt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zu wenig Mastschweine, Ferkel, Geflügelfleisch; • Fehlende Schlachthöfe und Verarbeitungsstrukturen, nur 1 Schweineschlachthof (Perleberg) und kleinere Rinderschlachthöfe (Perleberg, Dahme) • Struktur und Vermarktung vielfach zu kleinteilig • keine eigene, vollständige Wertschöpfungskette im Land • Vorhandene Schlachthöfe zu klein; deswegen wird in anderen Bundesländern geschlachtet • Preis aus Teilmobilschlachtungen zu hoch, um LEH zu versorgen; • Regionales Eiweißfutter nicht ausreichend
Externer Ursprung (Eigenschaften der Umwelt)	Möglichkeiten	Herausforderungen
	<ul style="list-style-type: none"> • Die Nachfrage nach Bio-Fleisch kann im AVH ausgebaut werden: günstige Produkte wie Hackfleisch, Gulasch oder Wurst • Pooling-Modelle, um Fleischverarbeitung und -vermarktung zu bündeln 	<ul style="list-style-type: none"> • Wenig Enthusiasmus der Bio-Marktteilnehmer bei Fleisch; kein großes Wachstum erwartet • Tierwohlinitiative als Konkurrenz zu Bio • Weniger Fleischkonsum wird überall propagiert

Quelle: Eigene Abbildung

Tabelle 14: SWOT-Analyse für Bio-Milch aus Berlin-Brandenburg

Milch		
	<i>Hilfreich bei der Zielerreichung</i>	<i>Hemmend für Zielerreichung</i>
Interner Ursprung (Eigenschaften des Systems)	Stärken	Schwächen
	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Anteil an Grün- und Weideland • Viele Verarbeiter (5 Molkereien); • Produktpalette Frischmilch, Joghurt, Käse, Butter • Große konventionelle Betriebe haben teilweise schon umgestellt • Molkereien setzen verstärkt auf regionale Produkte und wollen sich vom Mainstream abheben 	<ul style="list-style-type: none"> • Im LEH keine regional gekennzeichnete Milch; da es sich bisher nicht lohnt (zu teuer; überregionale Konkurrenz zu groß und Verkauf unter der eigenen Marke ausreichend) • Verarbeitungskapazitäten begrenzt • Umstellungsinteresse niedrig (da Milchbauern wenig Perspektive sehen) • Grundfutterqualitäten oft nur für niedrige Milchleistung ausreichend • Molke wird mit geringer Wertschöpfung vermarktet • Demografischer Wandel (Familienbetriebe finden keine Hofnachfolger) & verschärfte Arbeitskräfteprobleme sowohl in der Milchproduktion als auch Verarbeitung (Konkurrenz durch Großindustrie wie bspw. Tesla)
Externer Ursprung (Eigenschaften der Umwelt)	Möglichkeiten	Herausforderungen
	<ul style="list-style-type: none"> • Anreize für regional gekennzeichnete Milch im LEH setzen (Regionalmarke für LEH nutzen; Brandenburg-Zeichen) • Bio-Milch wächst im Gegensatz zu konventioneller Milch • Die Schaffung regionaler Verarbeitungsstrukturen und die Wiederbelebung von Anbauflächen können zum Wachstum des Bio-Milchsektors beitragen • Politische Anreize können Umstellung fördern • Anreize für Aufrechterhaltung der Bio-Milchproduktion schaffen und bspw. Weideprämie in BB nicht wegfallen lassen, Fördermaßnahmen für Erhalt von vom Aussterben bedrohter (Milch-) Rassen setzen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rückumstellung mancher Bio-Betriebe zu konventionell • Weidehaltung und Futterbau schwierig, wegen leichter Böden • Futtermanagement an leichte Böden anpassen • Mangelnde Wertschöpfung aus regionalen Verarbeitungsstrukturen • „Regionale“ Bio-Milch vor allem in Berlin gewollt, allerdings werden in den Läden auch/überwiegend überregionale Milchprodukte/Marken ver-/gekauft • Verbraucher über „Regionalaspekt“ zu gewinnen, schwierig, Marke ist häufig entscheidend • Thema Tierhaltung und Milchproduktion wird von Konsumenten kritisch gesehen

Quelle: Eigene Abbildung

Tabelle 15: SWOT-Analyse für Bio-Getreide aus Berlin-Brandenburg

Getreide		
	Hilfreich bei der Zielerreichung	Hemmend für Zielerreichung
Interner Ursprung (Eigenschaften des Systems)	<p style="text-align: center;">Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gut angepasste Verarbeitungsstrukturen für Speisegetreide vorhanden * • Brot und Mehl positiv im Wachstum, weniger Stagnation als woanders • Starkes Wachstum möglich • Viel Getreide vor Ort • Roggen und Hafer als erfolgreiche Kulturen für überregionale Märkte • Gutes Image – Bio-Getreide ist Image-Träger • Weiter ausbaufähig • Durch Trockenheit geringe Mykotoxingehalte und durch Industrieferne geringe Schadstoffbelastung 	<p style="text-align: center;">Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leichte Böden • Die begrenzte Verfügbarkeit von Bio-Getreideprodukten (Brot- und Backwaren) • Erzeugnisse passen nicht zu den regionalen Marktbedürfnissen • Keine größeren Lager- und Verarbeitungsstrukturen vorhanden, Verarbeitung in Nachbarregionen → keine Regional-Kennzeichnung möglich • Wassermangel und relativ einseitiger Kulturanbau (v.a. Roggen) • Keine Futtermühle vorhanden
Externer Ursprung (Eigenschaften der Umwelt)	<p style="text-align: center;">Möglichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachfrage weiterhin steigend • Potenzial regional und überregional vorhanden • Gutes Image von Brandenburger Erzeugnissen noch nicht ausgeschöpft 	<p style="text-align: center;">Herausforderungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wassermangel • Regionale Verarbeitungsstrukturen im Wettbewerb mit den existierenden überregionalen Lösungen

Quelle: Eigene Abbildung

* bezieht sich auf bestehende, begrenzte Verarbeitungskapazitäten

8 Empfehlungen

Die nachfolgenden Handlungsempfehlungen werden auf Basis der Angebots- und Nachfragesituation und vor allem der SWOT-Analyse formuliert. Grundlage sind die Angebotsanalyse aus dem Arbeitspaket 1, die Nachfrageanalyse aus dem vorherigen Marktbericht und die dabei ermittelten regionalen Lücken bzw. Überhänge. Weiterhin resultiert die SWOT-Analyse aus der zweistufigen Befragung mit Fachleuten aus dem Brandenburger Bio-Sektor. Ebenfalls werden die Vorschläge zu notwendigen Unterstützungs- und Begleitmaßnahmen von vorher identifizierten Fachleuten in dieser Online-Befragung bewertet und die Einschätzung der Fachleute zur Umsetzbarkeit der Empfehlungen eingeholt. Die SWOT-Analyse sowie die direkt aus der Analyse resultierenden Handlungsempfehlungen wurden in einem gemeinsamen Workshop mit Fachleuten aus den jeweiligen Wertschöpfungsgliedern diskutiert und angepasst.

Basierend auf diesen Ergebnissen identifizieren wir konkrete Handlungsempfehlungen für die verschiedenen Akteurinnen und Akteure der Wertschöpfungsketten. Die Handlungsempfehlungen werden im Sinne einer besseren Übersichtlichkeit als Matrix dargestellt. Diese stellt die Handlungsempfehlungen in unterschiedlichen Fristigkeiten dar: kurz-, mittel- und langfristig. Kurzfristige Maßnahmen beziehen sich auf Maßnahmen bis Ende des Jahres 2024. Der mittelfristige Umsetzungshorizont bezieht sich auf Maßnahmen bis 2030 (Dringlichkeit). Als langfristig werden die Umsetzungen über 2030 hinaus bezeichnet. Weiterhin beschreiben die Matrizen, an welche Zielgruppen sich die konkrete Handlungsempfehlung zur Erreichung von 30 % Bio-Fläche bis 2030 richtet („Wer setzt um?“).

Im Folgenden finden sich fünf Matrizen. Die Matrix hinsichtlich der allgemeinen Empfehlungen differenziert von den Produktmatrizen (Gemüse und Kartoffeln, Fleisch & Eier, Milch und Getreide) aufgrund der gewählten Betrachtungsebene. Zudem werden die Themen Siegel und Prämien in Kapitel 8.2 in einem Exkurs ausführlich thematisiert.

8.1 Empfehlungen zur Bio-Marktentwicklung, insgesamt und für spezifische Bio-Produktgruppen

Tabelle 16: Allgemeine Empfehlungen zur Bio-Marktentwicklung in Berlin-Brandenburg

Allgemeine Empfehlungen zur Bio-Marktentwicklung in Berlin-Brandenburg				
Bereich	Empfehlung	Wer setzt um?		
		Wirtschaft	Politik/ Verwaltung	Begleitung/ Forschung Beratung
Siegel**	Über die Landesgrenzen hinausgehen, Ausnahmegenehmigungen als Türöffner		X	
	Siegel auf Berlin ausweiten und stark kommunizieren		X	
Prämien**	Prämien nachhaltig und attraktiv anpassen		X	
	Prämien/Investitionsförderung auf Verarbeitungsstufe ausweiten		X	
Flächen	Bio-Flächenbörse – Informationsnetzwerk	X	X	
	Vorrang für Bio bei Verpachtung öffentlicher Flächen		X	
Nachhaltigkeit	Agro-Photovoltaik und Agroforst bzw. Hecken strategisch aufnehmen	X	X	
	Anpassungsstrategien angesichts der Wasserknappheit entwickeln / ausbauen / beschleunigen	X	X	X
Regionalität	Klare Definition von Regionalität durch Politik (Vorschlag: Brandenburg + angrenzende Bundesländer)		X	

Quelle: Eigene Abbildung

** Zu diesem Thema findet sich eine ausführlichere Erläuterung in Kapitel 8.2

Tabelle 17: Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Gemüse und -Kartoffeln in Berlin-Brandenburg

Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Gemüse und -Kartoffeln in Berlin-Brandenburg				
Bereich	Empfehlung	Wer setzt um?		
		Wirtschaft	Politik/ Verwaltung	Begleitung/ Forschung Beratung
Außer-Haus- Verpflegung	Regionale Gemüse-Projekte mit dem Handel / der AHV (u. a.) anregen aufbauen (Ausbau nur in Abstimmung mit Vermarktungspartnern!)	X	X	
	Aufbereitungsmöglichkeiten für AHV fördern; öffentliche Hand kann Vorreiter sein; bisher kommt die Ware von außerhalb ➤ Als Beispiel hierfür kann HAVITA*** dienen		X	
	AHV-Förderprogramme langfristig gestalten und fördern (Pilotprojekte von 2 Jahren weniger nachhaltig)		X	
	Synergien AHV-LEH (und andere Kanäle) in der Gemüseaufbereitung berücksichtigen	X		
	Saisonalität bei der Speiseplangestaltung fordern		X	
Handel	Analyse und Optimierung von Wertschöpfungsketten von Koppelprodukten ➤ Besonders bei Kartoffeln und Möhren relevant	X	X	
	Investitionsförderungen zur Risikominimierung für große Bio-Player		X	
Landwirte	Hilfe zur Selbsthilfe – Kooperationen gründen	X		
	Großflächiger Bio-Gemüseanbau im Freiland im Flächentausch mit Landwirtschaftlichen Kulturen für Absatz an den LEH ermöglichen ➤ Flächenbörsen können aufgrund der hohen Investitionen pro Fläche für den Einstieg in den Gemüsebau	X		
	In der Region vernetzen und sichtbar werden	X		
	Spezifizierung auf Kulturen mit Kapazitäten für LEH	X		

Verarbeitung	Ausbau der Packmöglichkeiten, Aufbereitungsmöglichkeiten und Kühlung für größere Mengen Frischgemüse	X	X	
Verwaltung	Machbarkeitsstudie Gemüseverarbeitung / Aufbereitung <ul style="list-style-type: none"> ➤ Analyse der Wertschöpfungskette ➤ Machbarkeitsstudie Gemüse- Kartoffel – Verarbeitung / Aufbereitung / Packen 		X	X
	Bessere Vernetzung der Marktakteure <ul style="list-style-type: none"> ➤ Schlüsselakteure wie FÖL und Pro Agro einbeziehen 	X	X	
	Behördliche Auflagen an handwerkliche Strukturen anpassen		X	
	Beratungsförderung: Anforderungen an Berater verringern, sodass Praktiker Beratung für andere Praktiker betreiben können <ul style="list-style-type: none"> ➤ Förderung von Vermarktungswissen und -Sicherheit 		X	
	Anbauregeln für Bio-Fruchtgemüse im geschützten Anbau überdenken <ul style="list-style-type: none"> ➤ Das Verbot für Substratanbau im Gewächshaus macht Fruchtgemüse (Gurken, Tomaten und Paprika) im größeren Stil in Nordeuropa unmöglich 		X	
Nachwuchs/ Ausbildung Forschung	Saatgut und Pflanzgut für Sorten, die mit Wasserknappheit besser klarkommen, vorantreiben – trockenheitsangepasster Gemüsebau	X		X
Verbraucher	Bessere Kommunikation über Vorteile von regionalem Bio	X	X	
Umstellung****	Kommunikationskampagne mit dem Handel (Wegbereiter REWE)		X	
	Umstellungsware in der öffentlichen Gemeinschaftsverpflegung: wenig Auslobungsproblematik –		X	
	rechtliche Klärung als Empfehlung formulieren		X	

Quelle: Eigene Abbildung

*** HAVITA Berlin Frischgemüse GmbH

**** Umstellungsware betrifft nur pflanzliche Produkte und ist bei tierischen Produkten zu vernachlässigen. Daher wird der Bereich Umstellung bei tierischen Produkten nicht betrachtet

Tabelle 18: Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Fleisch und Eiern in Berlin-Brandenburg

Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Fleisch und Eiern in Berlin-Brandenburg				
Bereich	Empfehlung	Wer setzt um?		
		Wirtschaft	Politik/ Verwaltung	Begleitung/ Forschung Beratung
Außer-Haus-Verpflegung	Bezahlbares Bio-Fleisch für die AHV: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Veränderte Speiseplanung – weniger Gerichte mit Fleisch und ein geringerer Fleischanteil in den Gerichten ➤ Neue Rezepturen mit geringem Fleischanteil ➤ Weniger Einsatz von Wurst, da Kosten zu hoch 	X		
	Ausschreibungen mit festgelegtem Bio-Anteil		X	
	Gemeinschaftsverpflegung sind ein guter Absatzweg für Teilstücke jenseits der Edelteile	X		
	Kantingäste über verschiedene Kanäle (zum Beispiel Intranet, Tischaufsteller, Infostände, Bodenaufkleber) über den Einsatz von mehr regionalem Bio-Fleisch informieren	X	X	
	Schulungen für Kantinen- und Küchenleitungen für den Einsatz von Bio-Fleischprodukten	X	X	X
Handel	Marketing-Kommunikation für Bio-Fleisch	X	X	
	Stärkere Vermarktung von Bio-Fleisch	X		
Landwirte	Vermarktung mitdenken – Fleisch nicht nur „abgeben“	X		
	In der Region vernetzen und sichtbar werden – „Fleisch- und Wurststraße“ nach dem Modell der Milch- und Käsestraßen des Verbands für handwerkliche Milchverarbeitung (VHM)	X	X	
	Mehr Transparenz – die Landwirte müssen den Markt verstehen		X	
	Eine dem Betriebsstandort angepasste Futterbaustrategie verfolgen	X		X

Verarbeitung	Aufbau von größerem Schlachtbetrieb und Verarbeitung zur Belieferung des LEH	X	X	
	Handwerkliche Fleischereien in Stadt und Land für Bio motivieren und begleiten		X	
	Vereinfachung teilmobiler Schlachtung		X	
	Teilmobile Schlachtung für Handwerksbetriebe*****	X	X	
	Teilstücke bündeln – Pooling-Modelle	X		
	Ganztiervermarktung stärken	X	X	
	Regionalsiegel Brandenburg einsetzen	X		
	Sich geänderten Kundenbedürfnissen anpassen (Bsp.: multifunktionale Verpackungsmaschine zum Abfüllen von frischem Hackfleisch in Schlauchbeutel für SB-Theken; Vakuumierungsstrecke zur passgerechten Portionierung)	X		X
Verwaltung	Politische Anreize für die Umstellung schaffen (Umstellungsberatung, Umstellungsförderung)		X	
	Behördliche Auflagen an handwerkliche Strukturen anpassen		X	
	Kommunikationskampagne für regionales Bio-Fleisch unterstützen		X	
	Einheitliche Vorgaben der Veterinär- und Bauämter in allen Landkreisen		X	
	Aufbau von Schlacht- und Zerlegekapazitäten zur Belieferung des LEH unterstützen	X	X	
	Kapazitäten „hinter der Landesgrenze“ nutzen und als regional anerkennen (Ludwigslust, Belgern, Anklam)	X	X	
Nachwuchs/ Ausbildung Forschung	Ausbildung der Landwirte fördern und verbessern		X	
	Nachwuchs Fleischereien (Aufmerksamkeit der Nachwuchskräfte durch Öffentlichkeitsarbeit in den sozialen Medien erlangen, Arbeitsbedingungen verbessern)		X	
Verbraucher	Sensibilisierung für den Fleischkonsum (Menge, Qualität, Regionalität)		X	X

Quelle: Eigene Abbildung

***** Insbesondere die teilmobile Schlachtung bietet Bio-Betrieben die Chance, die Schlachtung in den Kreislauf direkt an ihrem Hof zu integrieren. Das erspart unnötige Transportwege für die Tiere und ist damit ein echter Mehrwert. <https://www.bio-berlin-brandenburg.de/bio-termine/teilmobile-rinderschlachtung-im-oeko-betrieb-zwischen-tierschutz-klima-und-ernaehrung/s>

Tabelle 19: Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Milch in Berlin-Brandenburg

Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Milch in Berlin-Brandenburg				
Bereich	Erläuterung	Wer setzt um?		
		Wirtschaft	Politik/ Verwaltung	Begleitung/ Forschung Beratung
Außer-Haus- Verpflegung	Veränderte Speiseplanung in AHV – Bio-Milch und -Milchprodukte wählen	X		
	Ausschreibungen mit festgelegtem Bio-Anteil um eine Implementierung von Bio in AHV fördern		X	
	Schulungen für Kantinen- und Küchenleitungen für den Einsatz von Bio-Produkten		X	X
	Kantinengäste über verschiedene Kanäle (zum Beispiel Intranet, Tischaufsteller, Infostände, Bodenaufkleber) über den Einsatz von mehr regionaler Bio-Milch informieren (Regionalsiegel Brandenburg)	X	X	
Handel	Marketing-Kommunikation für Bio-Milch ➤ Vorteile gegenüber Regio-Milch herausstellen	X	X	
	Stärkere Vermarktung von Bio-Milch	X		
Landwirte	Vermarktung mitdenken – Milch nicht nur „abgeben“	X		
	Hilfe zur Selbsthilfe – Kooperationen gründen	X		
	Mehr Transparenz – die Landwirte müssen den Markt verstehen	X		
	Eine dem Betriebsstandort angepasste Futterbaustrategie verfolgen	X		X
Verarbeitung	Regionales Milchprojekt ausformulieren	X	X	

Verwaltung	Politische Anreize für die Umstellung schaffen (Umstellungsberatung, Umstellungsförderung, Umstellungsinformationsveranstaltungen, Weideprämie erhalten, Fördermaßnahmen für den Erhalt von vom Aussterben bedrohter (Milch-)Rassen setzen)		X	
	Tiefere Förderschwellen und zugänglichere, weniger bürokratischere Förderinstrumente, Bekanntmachen der Förderinstrumente		X	
	Milcherzeugergemeinschaften stärken	X	X	
	Behördliche Auflagen an handwerkliche Strukturen anpassen		X	
	Kapazitäten „hinter der Landesgrenze“ nutzen und als regional anerkennen (Siegelreglementierung)		X	
	Forschungsprojekt zur an Trockenheit angepassten Milchviehfütterung fördern (zur langfristigen Erhöhung der Milchleistung)		X	X
	Politische Anreize für Umstellung schaffen in Form von Umstellungsprämien und mithilfe von Umstellungsveranstaltungen		X	
	Anreize für Aufrechterhaltung der Bio-Milchproduktion schaffen (wie beispielsweise: Bio-Milch-Förderung)		X	
Nachwuchs/ Ausbildung Forschung	Ausbildung der Landwirte fördern und verbessern		X	
	Käser- und Molkereiausbildung um Bio-Themen erweitern, fördern und Nachwuchskräfte begeistern		X	
	Nachwuchsförderung: Aufmerksamkeit der Nachwuchskräfte durch Öffentlichkeitsarbeit in den sozialen Medien erlangen, Arbeitsbedingungen verbessern		X	
Verbraucher	Wertschöpfungskette und Vorteile der Regionalität dem Verbraucher vermitteln	X	X	

Quelle: Eigene Abbildung

Tabelle 20: Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Getreide in Berlin-Brandenburg

Empfehlungen zur Marktentwicklung von Bio-Getreide in Berlin-Brandenburg				
Bereich	Erläuterung	Wer setzt um?		
		Wirtschaft	Politik/ Verwaltung	Begleitung/ Forschung Beratung
Außer-Haus- Verpflegung	Stärkere Verwendung von Bio-Getreide in der in Außer-Haus- Verpflegung in Ausschreibungen implementieren		X	
	Verpflichtende Ausschreibungsstandards zu 100 % Bio-Getreide durch Politik festlegen (Beispiel Berliner Grundschulessen)		X	
Handel	Marketing-Kommunikation für Roggen oder regionale Haferprodukte	X	x	X
	Stärkere Vermarktung von Roggen	X		
Landwirte	Diversifizierung des Anbaus: Spezialkulturen auch für besondere Qualitäten Kichererbsen	X		X
	Erzeugergemeinschaft gründen und somit gemeinsam agieren	X	X	
Verwaltung	Festlegung klarer Definitionen und „arbeitsfähiger“, „pragmatischer“ Standards für die regionale Kennzeichnung – Verarbeitungsbetriebe „hinter der Landesgrenze“ anerkennen (z.B. Malchin)		X	
	Informationskampagne für mehr Bio-Getreide-Konsum		X	
	Bestehende Wertschöpfungsketten durchleuchten und optimieren		X	
	Handwerkliche Bäckereien in Stadt und Land für Bio motivieren und begleiten		X	
	Projekte zu regionaler Getreideverarbeitung und Lagerung sorgfältig prüfen: keine Konkurrenz zu bestehenden Wertschöpfungsketten		X	X

	Machbarkeitsstudie – regionales Futter bei tierischen Produkten ausloben und vermarkten		X	X
	Bäckereiausbildung verbessern durch politische Einflussnahme	X	X	
	Beurteilung der Getreide-Qualität anpassen		X	X
	Entwicklungsmanagement zur Sicherstellung der Förderung des Bio-Marktes in Berlin-Brandenburg	X	X	
Nachwuchs/ Ausbildung Forschung	Ausbildung der Landwirte, Mühlenfachkräfte und Bäckereifachkräfte fördern und verbessern		X	
	Nachwuchsförderung: Aufmerksamkeit der Nachwuchskräfte durch Öffentlichkeitsarbeit in den sozialen Medien erlangen, Arbeitsbedingungen verbessern		X	
Umstellung	Umstellungsgetreide kann im Einklang mit den Bio-Richtlinien in Höhe von bis zu 30% in der Herstellung von Futtermittel für die Bio-Tierhaltung verwendet werden. Das Etablieren einer regionalen Wertschöpfungskette „Bio-Futtermittel“ erscheint auch aus diesem Grund besonders sinnvoll.	X	X	X

Quelle: Eigene Abbildung

**** Umstellungsware betrifft nur pflanzliche Produkte und ist bei tierischen Produkten zu vernachlässigen. Daher wird der Bereich Umstellung bei tierischen Produkten nicht betrachtet

8.2 Exkurs

Im folgenden Kapitel werden die Empfehlungen dargestellt. Sie entstammen mehreren Arbeitssträngen im Projekt:

- Dem Gegenüberstellen von regionalem Angebot und regionaler Nachfrage (Kapitel 5)
- Der Fachleutebefragung (Kapitel 5)
- Der Onlinebefragung (Kapitel 6.3)
- Der SWOT – Analyse (Kapitel 7)
- Dem Workshop mit Akteurinnen und Akteuren (Kapitel 8)
- Einer diese Arbeiten ergänzenden transversalen Quellenarbeit (Literatur, Fachleute)

Die Empfehlungen greifen die thematische Gliederung der SWOT auf. Zu zwei Themen zur regionalen Bio-Kennzeichnung und zur öffentlichen Förderung haben wir ausführlichere Informationen zusammengestellt, welche wir als Exkurse zum Bericht ergänzen.

8.2.1 Regionale Bio-Kennzeichnung

Das Verkaufsargument „regionale Herkunft“ wiegt beim Lebensmittelkonsum stark in der Kaufentscheidung von Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Die regionale Herkunft von Rohwaren und/oder Erzeugnis kann von der privaten Wirtschaft (Industrie, Handel) ausgelobt werden, mit oder ohne Zuhilfenahme eines staatlich garantierten Zeichens.

Das staatlich garantierte Zeichen ermöglicht es, Aktionen (Verkaufsförderung, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit) für regionale Bio-Lebensmittel aus öffentlichen Mitteln zu unterstützen.

8.2.1.1 Das Brandenburger Bio-Zeichen

Das Zeichen wurde sowohl in den Befragungen als auch im Workshop von den Akteurinnen und Akteuren positiv-kritisch aufgenommen. Viele sehen hier eine Möglichkeit, regionale Bio-Produkte stärker hervorzuheben. Um dessen Wirkung besser zu entfalten, gilt es, das Zeichen einem breiteren Kreis an Unternehmen und Produkten zugänglich zu machen und seine Öffentlichkeitswirkung zu erhöhen.

Das bringt mit sich die Abgrenzung des Zeichens zu überdenken und in Ausnahmefällen und / oder zeitlich begrenzt Verarbeitungsschritte auch außerhalb des Bundeslandes zuzulassen. Hierfür muss der Zeichennehmer eine Ausnahmeregelung bei Zeichenträger beantragen. Wie im Beispiel des Bundeslands Bayern beobachtet werden kann (siehe folgendes Kapitel) ist es durchaus möglich, den regionalen Ursprung der Rohwaren auch dann mit einem staatlichen regionalen Siegel auszuloben, wenn Verarbeitungsschritte außerhalb der geographischen Landesgrenzen durchgeführt werden.

8.2.1.2 Umsetzungsbeispiel: Das Bayerische Bio-Siegel

Das Brandenburger Bio-Zeichen wurde erst in der aktuellen Legislaturperiode initialisiert und ist dementsprechend noch sehr jung. Ein Vorbild für die mögliche langfristige Umsetzung zeigt das bayerische Bio-Siegel, was nachfolgend als Inspiration zitiert wird. Hierbei ist zu beachten, dass das bayerische Bio-Siegel unter anderen Rahmenbedingungen geschaffen wurde.

Das Bayerische Bio-Siegel wurde 2015 vom Bayerischen Landwirtschaftsministerium geschaffen (aufbauend auf einem bereits seit den 2000er Jahren bestehendem Siegel). Der Lang-Name des Siegels lautet: „Bio - Geprüfte Qualität Bayern – verliehen durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung Landwirtschaft und Forsten“.

Das Siegel ist EU-zertifiziert und berücksichtigt die Auflage, dass der Qualitätsaspekt (Bio, geprüfte Qualität) in der Wort-Bild-Gestaltung stärker im Vordergrund steht als die Herkunft.

Das Siegel wird (Stand Ende 2023) von rund 500 Unternehmen in Bayern genutzt, darunter ca. 100 direktvermarktende Betriebe. Jährlich kommen 30-40 neue Betriebe hinzu. Die Unternehmen müssen dabei jedes einzelne Produkt, das sie mit dem Siegel ausloben wollen, zur Kontrolle anmelden: Die Siegelvergabe erfolgt für jedes Produkt, nicht pauschal für das Unternehmen. Die Anzahl der insgesamt zugelassenen Produkte ist nicht veröffentlicht.

Zum Kreis der Nutzer-Unternehmen gehören die lebensmittelverarbeitende Industrie aller Größenklassen, handwerkliche Betriebe, direktvermarktende landwirtschaftliche Betriebe und Handelsunternehmen.

- Das Siegel findet vielfältige Verwendung und ist Anknüpfungspunkt für diverse Aktionen:
- Kennzeichnung von Hofläden, Marktständen und Verkaufsstellen des Lebensmittelhandwerks und des Handels
- Kennzeichnung einzelner Produkte
- Werbeaktionen mit dem Siegel, auch losgelöst von den Produkten
- Durchführung von Werbeaktionen und Informationskampagnen (in Form von speziellen Info-Ständen, besetzt durch geschultes Personal, ggf. auch mit Produkt-Verkostungen) im Lebensmitteleinzelhandel.

Alle diese Maßnahmen werden durch die Bereitstellung von Werbe- und Informationsmaterial und durch finanzielle Beiträge zu den Kosten vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung Landwirtschaft und Forsten gefördert. Eine Kostenbeteiligung der Wirtschaft ist stets gegeben, sobald es sich um produktbezogene Maßnahmen handelt.

Große überregionale Handelsketten wie EDEKA, REWE oder NORMA sind als Zeichennutzer angemeldet (z. T. mit den Produkten ihrer Handelsmarken).

Allgemeine Kommunikation (Medien, Plakate) werden ohne Beteiligung der Wirtschaft durchgeführt, können aber zeitlich mit Aktionen im Handel zusammenfallen.

Die zeichennutzenden Betriebe zahlen eine jährliche Gebühr von 90 - 500 EUR, dazu kommen Gebühren je zulieferndem landwirtschaftlichen Betrieb und die Kontrollkosten. Letztere werden außerhalb der Siegel-Regelung allein durch den Wettbewerb der Kontrollstellen im freien Wettbewerb festgelegt. Auch wenn die Kontrolle des Bio-Siegels zeitgleich mit der gängigen Bio-Kontrolle erfolgt, fallen zusätzliche Kosten an, die erheblich sein können. Auch der zusätzliche Verwaltungs- und Dokumentationsaufwand kann erheblich sein. Dennoch bleibt die Siegel-Nutzung für die Betriebe attraktiv, denn sie eröffnet neue Marktzugänge und bessere Vermarktungsbedingungen.

Prinzipiell ist in den Richtlinien des Siegels festgehalten, dass alle Produkte in Bayern erzeugt, verarbeitet und gelagert werden müssen.

In begründeten Ausnahmefällen kann von dieser Grundregel abgewichen werden, z. B.

- Eine Zutat für das fragliche Produkt, normalerweise in Bayern verfügbar, aber durch Ernte- oder Marktbedingungen zeitweise nicht vorliegend, kann aus Nachbarregionen bezogen werden;
- Ein Produktionsschritt in der Wertschöpfungskette fehlt z. B. das Erbrüten von Küken für die Hähnchenmast oder die Ferkelerzeugung;
- Ein Verarbeitungsschritt, der von der bayerischen Bio-Lebensmittelindustrie nicht geleistet werden kann, wird außerhalb der Landesgrenzen vollzogen.

In solchen Fällen entscheidet ein „Beirat“ zum Bio-Siegel über die Gewährung der Ausnahmegenehmigung. Dieser Beirat besteht aus den Trägerinstitutionen, den Branchenvertretern und den Verbraucherschutzverbänden. Es wird immer eine Dauer der Ausnahmeregelung festgelegt, in der Regel beträgt die Dauer 2 Jahre.

Zwei Vollzeitstellen kümmern sich allein auf Ebene des Landwirtschaftsministeriums um das Siegel und seine Umsetzung (wobei alle Kommunikationsmaßnahmen durch unterbeauftragte Agenturen ausgeführt werden). Mindestens zwei weitere Vollzeitstellen sind bei den Wirtschaftsverbänden angesiedelt, welche die Zeichenvergabe organisieren, diese Stellen werde öffentlich bezuschusst.

8.2.1.3 Erfolgsfaktoren zur regionalen Kennzeichnung

Die Fachleute-Gespräche in Bayern (und ergänzend in Baden-Württemberg) lassen sich zu folgenden Empfehlungen zusammenfassen.

- Bei der Notifizierung (oder einer Änderung der Notifizierung) ist den Realitäten der Wertschöpfungsketten Rechnung zu tragen: Wenn bestimmte Glieder der Wertschöpfungskette in der Region nicht vorhanden sind, kann dies bereits in der Notifizierung thematisiert werden;
- Das Brandenburger Bio-Zeichen offensiv nach vorne zu treiben und den Kreis der nutzenden Unternehmen erweitern (Personalkapazitäten erforderlich, um zeichennutzende Unternehmen zu werben): zu Beginn der Umsetzungsarbeit sind „Zugpferde“ sind wichtig, also klangvolle Unternehmen in Handel und Verarbeitung;
- Eine produktübergreifende Kommunikationskampagne (Verkaufsförderung, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit) auflegen und über Fördermittel informieren, auch wenn zu Beginn der Umsetzung u. U. noch wenige Produkte vorhanden sind, wird durch derartige Kommunikation eine „Sogwirkung“ erzeugt;
- Die öffentliche Gemeinschaftsverpflegung kann über staatliche Ausschreibungen, die die Siegel-Nutzung zur Liefer-Voraussetzung machen, besonders als Argument für die Zeichennutzung eingesetzt werden;
- Einen Beirat schaffen, der die Umsetzung des Siegels begleitet und im Bedarfsfall Ausnahmen in der geografischen Abgrenzung autorisiert;
- Gespräche mit dem Land Berlin einleiten, mit dem Ziel, das Siegel für die Kennzeichnung von Produkten „aus Berlin-Brandenburg“ zu erweitern (Notifizierungsprozess ggf. neu aufrollen).

Unabhängig von einem staatlichen Zeichen steht eine privatwirtschaftliche Kennzeichnung der regionalen Herkunft den Akteurinnen und Akteuren natürlich offen. Im Prinzip kann empfohlen werden, diese Möglichkeit zu nutzen.

Dabei ist zu beachten, dass eine Vervielfachung von „siegel-artigen“ Kennzeichen auch kontraproduktiv sein kann und deshalb dem konzertierten Ansatz „eines öffentlichen regionalen Kennzeichens der Vorzug zu geben ist.

8.2.2 Beihilfen und Förderung

Aus den Fachleutegesprächen konnte die Anregung aufgenommen werden, die öffentliche Förderung für den biologischen Landbau und auch für den nachgelagerten Bereich anzuheben und zu verstetigen.

8.2.2.1 Flächenbezogene Förderung

In der flächenbezogenen Förderung hebt sich Brandenburg bei der Umstellungsprämie positiv von einigen anderen Bundesländern durch höhere Zahlungen bei Grünland und bei Dauerkulturen ab, liegt aber insgesamt eher im unteren Mittelfeld.

Bei der Beibehaltungsprämie liegt Brandenburg derzeit im unteren Feld dessen, was bundesweit an Flächenförderung gewährt wird.

Tabelle 21: Förderung des Bio-Landbaus im Vergleich (EUR je ha)

Kulturart	1-2. Jahr (Umstellung)			ab 3. Jahr (Beibehaltung) **		
	Brandenburg und Berlin	Andere Bundesländer		Brandenburg und Berlin	Andere Bundesländer	
		Niedrigster Wert	Höchster Wert		Niedrigster Wert	Höchster Wert
Ackerland	335	273	548	220	240	350
Grünland	210	273	609	210	219	284
Gemüse und Zierpflanzen	630	468*	950*	490	485*	680*
Stein- und Kernobst	1553	975*	1546*	994	850*	1325*
Dauerkulturen Beeren- und Wildobst	1350			830		

Stand: April 2023 (*) in anderen Bundesländern teilweise als „Gemüse“, „Feldgemüse“, bzw. als „Dauerkulturen“ kategorisiert. (**) in anderen Bundesländern teilweise abweichend zeitliche Staffelung

Quelle: Ecozept nach www.oekolandbau.de „Öko-Landbau in den Bundesländern

Eine Verbesserung der allgemeinen Marktbedingungen würde zu einer Stabilisierung der Unternehmen beitragen. Die Prämienhöhen gleichen die Einkommensverluste aus, die auf Grund geringerer Erntemengen entstehen. Die Unterschiede zwischen den Ländern resultieren aus den unterschiedlichen Standortbedingungen und Verpflichtungen. Insgesamt ist auf eine verwaltungstechnisch einfache Umsetzung zu achten, und darauf, dass die Zahlungen im Zeitablauf stetig bleiben.

8.2.2.2 Förderung landwirtschaftlicher Investitionen

Das Land Brandenburg fördert bereits materielle und immaterielle Investitionen auf Ebene der landwirtschaftlichen Betriebe über die regionale Anwendung der „Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz“ (GAK), z. B.:

- Förderung Zusammenarbeit für Landbewirtschaftung und klimaschonende Landnutzung
- Einzelbetriebliche Investitionen.

Diese Fördermöglichkeiten sind nach den Fachleute-Gesprächen zu schließen, nicht ausreichend bekannt und erscheinen aus Sicht der potenziell Begünstigten verwaltungsaufwendig. Sie differenzieren zudem nicht nach der Ausrichtung der Betriebe (ökologisch oder konventionell).

Es kann empfohlen werden, über die Fördermaßnahmen breiter zu informieren und einen „Bio-Bonus“ für biologisch wirtschaftende (oder in Umstellung befindliche) Betriebe zu gewähren.

8.2.2.3 Förderung von Investitionen im Vermarktungsstrukturen

Auch im nachgelagerten Bereich (Aufnahme, Lagerung und Verarbeitung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen nach Anhang I AEUV) bietet das Land Brandenburg bereits diverse Förderungen an, z.B.:

- Förderung von Erzeugerorganisationen
- Förderung klimaschonender Wertschöpfungsketten
- Förderung der Ernährungswirtschaft / Marktstrukturverbesserung.

Auch diese Fördermöglichkeiten sind im Kreis der von uns befragten Fachleute nicht ausreichend bekannt und erscheinen vielen Befragten als verwaltungsaufwändig. Die Förderprogramme differenzieren zudem nicht nach der Ausrichtung der Betriebe (ökologisch oder konventionell), auch

wenn ein höherer Fördersatz für die Verarbeitung von „Qualitätsprodukten“ (darunter auch Bio-Erzeugnisse) gewährt wird.

In anderen Bundesländern (z. B. in Bayern¹) wird bei der Ausgestaltung der Förderung ein klarer Vorteil für die Verarbeitung von ökologischen Erzeugnissen gewährt.

Folglich empfehlen wir:

- Möglichst breit, in Kreisen der Landwirtschaft, aber auch in der klein- und mittelständischen Lebensmittelwirtschaft /dem Lebensmittelhandwerk praxisnah über die Fördermöglichkeiten zu informieren; insbesondere über die Förderung der hofeigenen Verarbeitung und Vermarktung.
- Eine Staffelung der Förderung in Abhängigkeit der Rohwaren (konventionell oder Bio) einzuführen.

9 Zusammenfassung

Der Bio-Flächenanteil in Brandenburg ist beachtlich und übersteigt den bundesweiten Schnitt von 11 % deutlich. Auf 17 % der landwirtschaftlichen Fläche Brandenburgs wird ökologisch gewirtschaftet und Berlin als einer der größten deutschen Absatzmärkte liegt mittendrin. Die regionale Bio-Produktion für den Berlin-Brandenburger Markt reicht bei vielen Produkten nicht aus. Das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Klimaschutz beauftragte daher AMI und Ecozept mit umfangreichen Datenerhebungen und Stärken-Schwächen-Analysen zum Bio-Markt in Berlin-Brandenburg. Zunächst hat die AMI die ökologischen Flächendaten und Tierbestände in Brandenburg und Berlin ausgewertet. Demnach sind sowohl Bio-Flächen als auch Bio-Tierbestände gewachsen. Gleichzeitig ist die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln in Berlin und Brandenburg im Jahr 2023 überdurchschnittlich gestiegen. Aus der Gegenüberstellung von regionalem Angebot und Nachfrage ergeben sich Versorgungslücken bei verschiedenen Produkten, aber auch Möglichkeiten der überregionalen Vermarktung bei anderen Warengruppen.

Nach Ermittlung der Produktions- und Vermarktungsmengen im Land zeigen sich rein rechnerisch Lücken bei verschiedenen Produkten: Die Bio-Schweinehaltung könnte verzehnfacht und die Bio-Hähnchenhaltung verdreifacht werden, um Berlin-Brandenburg regional zu versorgen. Dagegen übersteigt die Rindfleischproduktion die regionale Nachfrage um etwa ein Drittel. Beim Gemüse fehlt die Produktion der „großen“ Bio-Gemüsearten: Möhren, Zwiebeln, Porree, andere Wurzelgemüse und Kopfkohl könnten um etwa 500 ha ausgeweitet werden, um das Land regional zu versorgen. Auch bei Kartoffeln liegt der Anbau nur bei einem Drittel der Nachfrage, sodass weitere 600 ha „Platz“ auf dem Markt hätten. Bei der Milch kommt nur ein Drittel aus der Region, obwohl es im Land größere Verarbeitungsstrukturen gibt. Beim Getreide dominiert Roggen den Anbau, der für Brandenburg ein Exportprodukt in andere Regionen darstellen kann. Bei den anderen Getreidearten hingegen entspricht das Angebot - allerdings mit jährlichen Schwankungen - der Nachfrage. Dennoch suchen die Ackerbauern mit Linsen, Kichererbsen, Hirse und Buchweizen nach Alternativen zu den klassischen Getreidearten.

Welche Maßnahmen wären also sinnvoll, um die Bio-Produktion, die Bio-Verarbeitung und den Bio-Markt in Berlin-Brandenburg weiterzuentwickeln? Basierend auf den angefertigten SWOT-Analysen haben AMI und Ecozept Handlungsempfehlungen für die Marktakteure und die öffentliche Hand zum allgemeinen Bio-Markt sowie den Wertschöpfungsketten „Obst, Gemüse, Kartoffeln“, „Getreide“, „Fleisch“, „Milch“ abgeleitet. Demnach wird das Wachstumspotenzial vor allem im biologischen Ackerbau gesehen, weniger in der Tierhaltung. Förderungen sollten sich verstärkt auf die Bio-Landwirtschaft und Lebensmittelverarbeitung in Brandenburg konzentrieren, wobei Spezialmaschinen und alternative Vermarktungswege Förderziele sein können. Handwerksbetriebe und mittelständische

¹ <https://www.stmelf.bayern.de/foerderung/verarbeitung-und-vermarktung-landwirtschaftlicher/index.html>
https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayVV_7840_L_14146>true

Lebensmittelindustrien benötigen mehr Anreize zur Verarbeitung von Bio-Produkten, da sie bedeutende Akteure für die Steigerung der Wertschöpfung sind. Das Bio-Regionalzeichen "bio-Brandenburg. Gesicherte Qualität" erfährt unterschiedliche Bewertungen durch die befragten Fachleute. Potenzial wird erkannt, jedoch bedarf es einer verstärkten Präsenz auf Produkten, im Handel und einer intensiveren Bewerbung. Um die Nachfrage zu steigern, wird betont, dass die direkte Verarbeitung in Brandenburg und entsprechende Werbemaßnahmen förderlich sein könnten. Hierfür müssen jedoch zwingend bürokratische Hürden abgebaut und Zulieferungs- sowie Vermarktungsstrukturen optimiert werden. Die Integration von Bio-Regio-Produkten in öffentlichen und privaten Gemeinschaftsverpflegungen wird als vielversprechend angesehen. Dafür sollten entsprechende Vorgaben in Ausschreibungen fest verankert sein. In der Gastronomie könnte ein unkompliziertes Zertifizierungssystem hilfreich sein, insbesondere da hier vermehrt auf alte Sorten oder spezielle Tierrassen in Bio-Qualität gesetzt wird. Abschließend wird eine übergreifende Logistiklösung als notwendig erachtet, um die höhere regionale Wertschöpfung und Vermarktung von Bio-Lebensmitteln zu erleichtern.

10 Literaturverzeichnis

- Landesbauernverband Brandenburg e.V. (30. 11 2023). Von <https://www.lbv-brandenburg.de/presse/8-aktuelles/364-haelfte-von-deutschlands-sonnenblumen-waechst-in-brandenburg> abgerufen
- AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft bmH. (2023). *AMI Analysen des GfK-Haushaltspanels*. Bonn: AMI.
- AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH. (30. September 2023). *AMI Markt Studie Strukturdaten im ökologischen Landbau*. Von Markt Studie Strukturdaten im ökologischen Landbau: https://www.ami-informiert.de/ami-shop/shop/detail?ai%5Baction%5D=detail&ai%5Bcontroller%5D=Catalog&ai%5Bd_name%5D=markt-studie-strukturdaten-im-okologischen-landbau&ai%5Bd_pos%5D=5&ai%5Bd_prodid%5D=3049 abgerufen
- AMI, A. I.-G. (2024). *Warenstromanalysen für 7 Bio-Lebensmittelsegmente in Deutschland im Rahmen des Forschungsprojektes Beatle*. Hohenheim: Universität Hohenheim. Von <https://www.projekt-beatle.de/#about-beatle> abgerufen
- BLE. (05. Juli 2023). *Zahlen zum Öko-Landbau in Deutschland*. Von [oekolandbau.de: https://www.oekolandbau.de/landwirtschaft/biomarkt/oeko-flaeche-und-oeko-betriebe-in-deutschland/](https://www.oekolandbau.de/landwirtschaft/biomarkt/oeko-flaeche-und-oeko-betriebe-in-deutschland/) abgerufen
- BLE. (12. April 2024). *Milchanlieferung an milchwirtschaftliche Unternehmen (Erzeugerstandort) in Deutschland nach Monaten und Kalenderjahren*. Von Milchanlieferung an milchwirtschaftliche Unternehmen (Erzeugerstandort) in Deutschland nach Monaten und Kalenderjahren : https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/BZL/Daten-Berichte/MilchUndMilcherzeugnisse/JaehrlicheErgebnisse/Deutschland/Dt_Grundlagen/406003501_11.html abgerufen
- Bui, T., Tsai, F., Tseng, M.-L., & Ali, M. (2020). Identifying sustainable solid waste management barriers in practice using the fuzzy Delphi method. *Resources, Conservation and Recycling*.
- Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE). (30. 11 2023). Von https://www.ble.de/DE/BZL/Daten-Berichte/Milch-Milcherzeugnisse/_functions/TabelleMonatlicheErgebnisse2023.html?nn=8906974 abgerufen
- Chonchin, S., & Carey, S. (2018). The expert's guide to mealtime interventions - A Delphi method survey. *Clinical Nutrition*.

- Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin Brandenburg e.V. . (20. 02 2023). Von Brandenburger Bio Linse: <https://www.bio-berlin-brandenburg.de/arbeitsbereiche/brandenburger-biolinse/> abgerufen
- Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) e.V. (30. 11 2023). *Bio-Kartoffeln aus Brandenburg*. Von <https://biokartoffeln-brandenburg.de> abgerufen
- Haber, C., & Schärli, A. (2021). Defining Spotting in Dance: A Delphi Method Study Evaluating Expert Opinions.
- HNEE Eberswalde; Prof. Dr. Ralf Bloch. (2023). <https://region40.de/portfolio-item/uckerbots/>.
- Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung. (30. 11 2023). Von <https://lelf.brandenburg.de/lelf/de/service/registrierung-legehennenhalter/> abgerufen
- Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung. (30. 11 2023). Von <https://lelf.brandenburg.de/lelf/de/landwirtschaft/tierzucht-und-tierhaltung/rinder/> abgerufen
- Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung. (30. 11 2023). Von <https://lelf.brandenburg.de/lelf/de/landwirtschaft/tierzucht-und-tierhaltung/schweine/> abgerufen
- Landesbauernverband Brandenburg e.V. (30. 11 2023). Von <https://www.lbv-brandenburg.de/51-themen/tierhaltung> abgerufen
- MLUK (Ministerium für Landwirtschaft, U. u. (2023). InVeKos - Daten aus der Flächenförderung Brandenburg 2022 und 2023. Potsdam, Brandenburg.
- MLUK (Ministerium für Landwirtschaft, U. u. (02. April 2024). *Ökofläche erneut gestiegen – Agrarminister Vogel: Absatzmärkte nachhaltig sichern und ausbauen*. Von MLUK Pressemitteilung: <https://mluk.brandenburg.de/mluk/de/aktuelles/presseinformationen/detail/~02-04-2024-oekoflaeche-erneut-gestiegen> abgerufen
- MLUK. (2021). <https://mluk.brandenburg.de/sixcms/media.php/9/Oekoaktionsplan-Brandenburg.pdf>.
- Okoli, C., & Pawlowski, S. D. (2004). The Delphi method as a research tool: An example, design considerations and applications. *Information & Management*.
- Padel, S., & Midmore, P. (2005). The Development of the European Market for Organic Product: Insights From a Delphi Study. *British Food Journal*.
- Statistisches Bundesamt. (1. Februar 2023). *destatis.de Gemüseerhebung*. Von [destatis.de Gemüseerhebung: https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Obst-Gemuese-Gartenbau/_inhalt.html#_6rfd3qutc](https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Obst-Gemuese-Gartenbau/_inhalt.html#_6rfd3qutc) abgerufen

Impressum

Herausgeber

Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt
und Klimaschutz des Landes Brandenburg
Referat Öffentlichkeitsarbeit und Internationale Kooperation
Henning-von-Tresckow-Straße 2-13, Haus S
14467 Potsdam
Telefon: 0331 866-7237
E-Mail: bestellung@mluk.brandenburg.de
Internet: mluk.brandenburg.de
agrар-umwelt.brandenburg.de

Redaktion

Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH
Dreizehnmorgenweg 10
53175 Bonn
Telefon: 0228 33805-0
E-Mail: info@ami-informiert.de
Internet: www.ami-informiert.de
Dr. Hans-Christoph Behr, Christine Rampold, Laura Riegert, Diana Schaack

Ecozept Deutschland
Oberer Graben 22
85354 Freising
Telefon: 08161 14820
Internet: www.ecozept.com
Dr. Burkhard Schaer, Jan Linck, Michael Böhm, Friedrich Küster

**Ministerium für Landwirtschaft,
Umwelt und Klimaschutz
des Landes Brandenburg**

Referat Öffentlichkeitsarbeit,
Internationale Kooperation

Henning-von-Tresckow-Straße 2 - 13, Haus S
14467 Potsdam

Telefon: 0331 866-7237

E-Mail: bestellung@mluk.brandenburg.de



mluk.brandenburg.de

agrар-umwelt.brandenburg.de