



Herzlich Willkommen

Chancen und Risiken beim Anbau von ökologischen Speise-Hülsenfrüchten – Welche Vermarktungswege habe ich?

Marktgeseellschaft der Naturland Betriebe AG
Liane Regner – Ein- und Verkauf Ökogetreide & Sonderkulturen

27.11.2017 Ulm



Inhalt

- 1 Vorstellung der Marktgemeinschaft
- 2 Aktueller Trend Biomarkt
- 3 Unser Beitrag zur Förderung des Anbaus von Hülsenfrüchten
- 4 Welche Hülsenfrüchte und Ihre Risiken
- 5 Vorgehensweise vor dem Anbau bis zur Vermarktung
- 6 Erfolgreiche Vermarktung
- 7 Besonderheiten bei der von Vermarktung
- 8 Unser Fazit





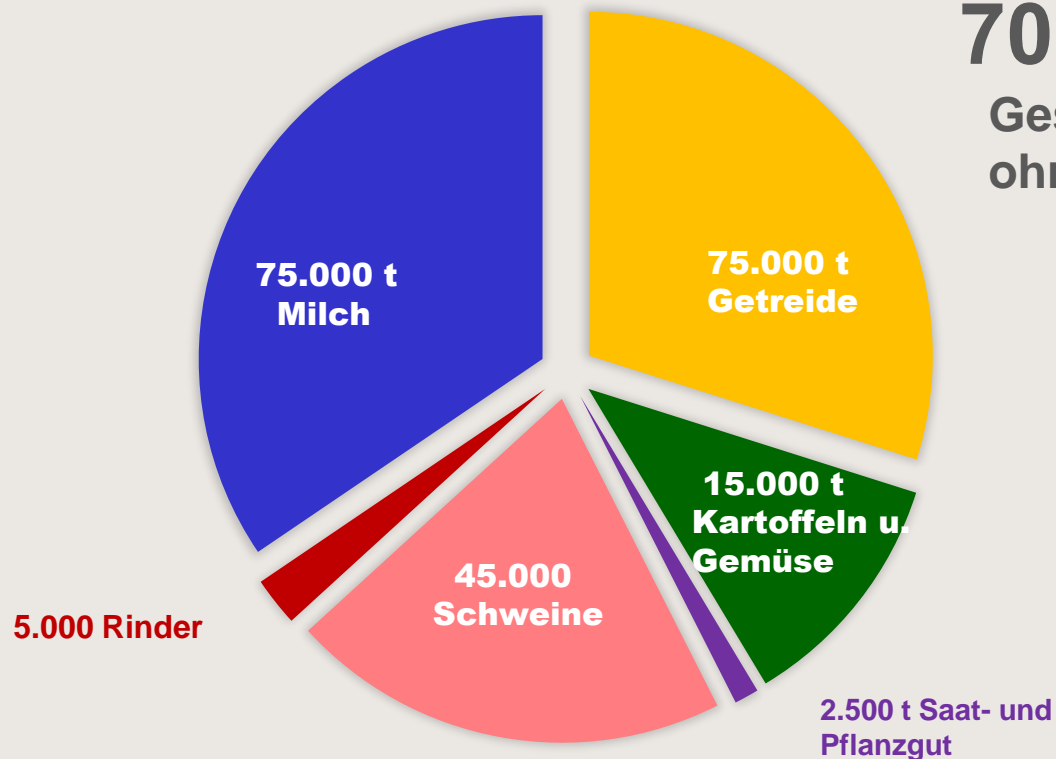
1. Vorstellung der Marktgemeinschaft

- Erzeugergemeinschaft
- Gegründet im Dezember 1991
- AG mit ca. 950 Aktionären (nur Öko-Landwirte)
- Aktuell rund 55 Mitarbeiter
- Umsatz ca. 70 Mio. €/Jahr
- Handel von ca. 90.000 t Öko-Rohware pro Jahr (Öko-Getreide, Gemüse, Obst, Kartoffeln)
- Handel von tierischen Produkten
- Saatguthandel (eigene Vermehrungsbetriebe)





1. Vorstellung der Marktgemeinschaft



ca. 2000 Lieferanten der Marktgemeinschaft

Umsatzanteil aus eigener Erzeugerware 90 %



1. Vorstellung der Marktgemeinschaft

Besondere Kernkompetenz der Marktgemeinschaft

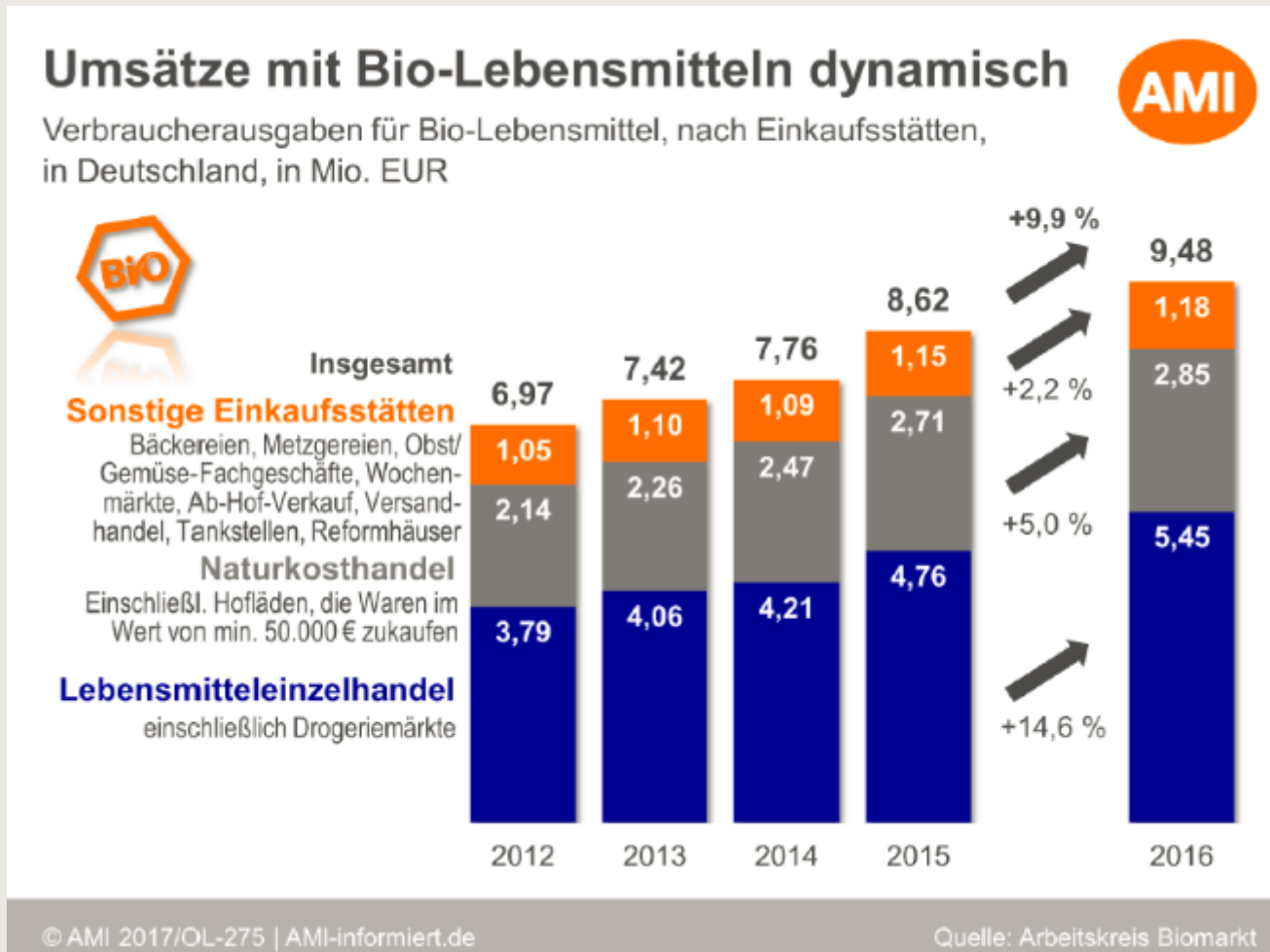
- **90% Naturland-Ware:**

Rund 90% der verkauften Ware sind Produkte unserer Mitglieder. Nur knapp 10 % ist Ware von anderen Verbänden oder EU-Betrieben aus dem In- und Ausland.
- **50% Kleinmengen:**

Rund die Hälfte unserer Betriebe haben weniger als 25 t Gesamtmenge pro Erntejahr mit 2-4 verschiedenen Feldfrüchten. Damit unterstützen wir auch kleinere Betriebe.



2. Aktueller Trend Biomarkt





2. Aktueller Trend Biomarkt

Ökologischer Landbau in Deutschland 2016

Quellen: BÖLW (2017, BLE (2016) und Statistisches Bundesamt (2017); EU-Bio für 2016 geschätzt



<http://www.boelw.de/themen/zahlendatenfakten/>



3. Unser Beitrag zur Förderung des Anbaus von Hülsenfrüchten

Wir sehen eine große Chance für diese Kulturen

- **Interesse Neues anzubauen**
- **Wert auf heimische und regionale Produkte**
- **Offene lukrative Marktnischen**



3. Unser Beitrag zur Förderung des Anbaus von Hülsenfrüchten

Noch sehr viel Potenzial für den deutschen Öko-Anbau um unseren heimischen Bedarf zu decken.

Beispiel ökologische Speise Sojabohnen:

Der Bedarf in Deutschland an biologischen SPEISE-Sojabohnen liegt bei ca. 15.000 to im Jahr

- ca. 1.800 to aus Deutschland
- ca. 7.900 to aus Österreich u. anderen europäischen Ländern
- Rest aus China u. Südamerika

Wertschöpfung in deutscher Produktion!

Quelle: Naturkost Ernst Weber; Carmen Chaib





3. Unser Beitrag zur Förderung des Anbaus von Hülsenfrüchten

So fördern wir heimische Hülsenfrüchte – Masse kann jeder...

- **Kunden- und Lieferantennetzes**
- **Vermarktungsstrukturen**
- **Informationsveranstaltungen**
- **Langfristige Anbauprojekte**
- **Liefersicherheit**
- **Dienstleistungen**
- **Qualitätssicherung / Analysen**
- **Saatgut / Vermehrung**





4. Welche Hülsenfrüchte und Ihre Risiken?

- **Öko-Sojabohne**
- **Öko-Lupinen**
- **Öko-Speiseerbse**
- **Öko-Kichererbse**
- **Öko-Linsen**
- **Öko-Ackerbohne?**





5. Vorgehensweise vor dem Anbau bis zur Vermarktung

Schritt für Schritt bis zum Anbau...

- Welche Kultur passt in meinen Betrieb?
- Welche Risiken birgt diese Kultur?
- Welche Technik brauche ich für diese Kultur?
- Welche besonderen Anforderungen hat die Kultur?
- Wie lange kann bzw. muss ich die Ware lagern?



5. Vorgehensweise vor dem Anbau bis zur Vermarktung

Marktsituation prüfen – bitte nicht ins Blaue anbauen!

- ✓ Herkunft
- ✓ Verbandsstatus
- ✓ Sorte
- ✓ Qualität
- ✓ Menge



Kundenwünsche?!?



6. Erfolgreiche Vermarktung

Welche Vermarktungswegen habe ich?

- Direktvermarktung
- Freies Handelsgeschäft - Tagespreise, Marktsituation
- Terminkontrakte
- Anbauprojekte / Vertragsanbau
 - Beispiele:





6. Erfolgreiche Vermarktung

Anbauprojekte nutzen



Speise-Sojabohnen mit Naturkost Ernst Weber
Start 2013 mit 100 to - 2017 ca. 1000 to



Schälsonnenblumen mit Zwergenwiese Naturkost GmbH
Start 2014 mit 25 to - 2017 ca. 500 to Rohware

*100 % Sonnenblumenkerne aus
deutschem Anbau
- jetzt in allen
,streich's drauf'*



**Bayr. Öko-Goldhirse, Öko-Lichtkornroggen,
Öko-Urdinkel für Hofpfisterei**



7. Besonderheiten bei der Vermarktung

Das muss dem Landwirt klar sein!

- **Oft nur kleine Mengen im Verkauf!**
- **Wirtschaftlicher Vorteil – aber!**
- **Ex Ernte?**
- **Geduld bei der Vermarktung!**
- **Liquidität!**
- **Preisobergrenzen!**





8. Unser Fazit

- **Anbau heimischer Hülsenfrüchte sind notwendig bergen große Chancen aber auch Risiken.**
- **Frühzeitig über geplante Kultur informieren, Erfahrungen von Praktikern und Beratern nutzen.**
- **Besonderheiten der Vermarktung beachten!**
- **Anbau und Vermarktung in guter Absprache und guter Planung!**
- **Anbau ja, aber nicht um jeden Preis!**



Marktgemeinschaft

der Naturland Bauern AG



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Zentrale

Eichethof 4, D-85411 Hohenkammer
Tel 08137/9318-0
Fax 08137/9318-99

Berlin

Gradestr. 94, D-12347 Berlin
Tel 030/3480 66-60

www.naturland-markt.de

Liane Regner

Ein- und Verkauf Öko-Sonderkulturen



Tel 09523 / 9523 20
l.regner@naturland-markt.de

Aus gutem Grund