

GemüseWert – Steigerung von regionalem Bio-Gemüse und Stärkung der Wertschöpfungsketten im Nürnberger Umland

Katharina Gebhard¹, Patrick Müller¹ & Jan Niessen¹

Keywords: Bio-Gemüse, Regionalität, Wertschöpfungsketten, Bio-Stadt Nürnberg

Abstract

In the GemüseWert project, approaches and possibilities are to be found to grow and market more organic products from the vegetable cultivation of the Nuremberg surrounding area in the region. This may create new distribution channels for regional organic vegetables to foster organic.

Einleitung und Zielsetzung

Im Stadtgebiet Nürnberg liegt mit dem „Knoblauchland“ eine Anbaufläche von etwa 1.900 ha, die zugleich eine der größten Gemüseanbauregionen in Deutschland darstellt. Eine gute konventionelle Vermarktungssituation und Unsicherheiten beim Absatz von Bio-Gemüse tragen dazu bei, dass die Umstellung auf Bio bei ca. 10 % stagniert. Möglichkeiten kooperativer Vermarktungsansätze für den Bio-Markt sind noch wenig ausgeschöpft, Hinderungsgründe zur Nutzung bestehender Marktpotenziale nicht klar. Grundidee des Projektes GemüseWert ist, durch verstärkte Kooperationen und neue Vermarktungsmöglichkeiten den Bio-Anteil zu steigern. Damit soll das Ziel unterstützt werden, den Anteil der ökologisch bewirtschafteten Flächen bis 2030 auf 30 % zu erhöhen. Im Jahr 2022 lag der Bio-Flächenanteil in Deutschland bei 11,26 % (BÖLW, 2023).

Ziel dieser qualitativen Studie ist es, Ansätze und Möglichkeiten zu finden, wie die 30 % Bio-Zielsetzung unterstützt und verstärkt Bio-Gemüse im Nürnberger Umland angebaut und regional vermarktet werden kann. Dafür ist es wichtig herauszufinden, welche Anreize Gemüsebauern benötigen, um ihren Betrieb auf ökologischen Anbau umzustellen und wie dies über alle Wertschöpfungsstufen befördert werden kann.

Methoden

Zur Status Quo Analyse wurden Akteur*innen der gesamten Wertschöpfungskette (Tab. 1) interviewt, um Potenziale und Herausforderungen bei der Umstellung auf Bio zu identifizieren. Von Oktober 2020 bis März 2021 wurden qualitative Leitfadenterviews via Zoom durchgeführt. Anschließend wurden die Interviews transkribiert und mit Hilfe von MAXQDA codiert und zuletzt analysiert (Rädiker und Kuckartz, 2019).

Ergebnisse und Diskussion

Im Rahmen des Projektes wurden 48 Interviews geführt. Die Aufteilung der Interviewpartner*innen auf verschiedene Wertschöpfungsstufen sowie zentrale Ergebnisse sind in Tabelle 1 dargestellt.

¹ Technische Hochschule Nürnberg, Keßlerplatz 12, 90489, Nürnberg, Deutschland, katharina.gebhard@th-nuernberg.de, <https://www.th-nuernberg.de/>

Tabelle 1: Anzahl Interviews und Ergebnisse nach Wertschöpfungsstufen

WSK-Stufe	N	Zentrale Ergebnisse und Fragestellungen der Akteur*innen
Erzeuger	22	Skepsis und Bedarf hinsichtlich Nachfrage und Verbindlichkeiten
Verarbeiter	4	„Henne – Ei“ → Kapazitäten, Bestellungen, Mengen, Verbindlichkeiten?
AHV	12	Nachfragepotenziale, Info-Defizite, Lieferqualität und Mengen, Kosten?
Handel	10	Bio, wenn Nachfrage gegeben. Regionalität aber sicherer und attraktiver

Quelle: Eigene Darstellung

Es gibt verschiedene Herausforderungen, mit denen Akteur*innen der einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette umgehen müssen. So haben Erzeuger*innen mit Preisdruck seitens LEH und Finanzierung der Umstellungsphase auf Bio zu kämpfen. Des Weiteren herrscht Flächenknappheit im Knoblauchsland. In der Verarbeitung bestehen Kapazitäten, die aber nur ungenügend und unzuverlässig ausgelastet werden, zudem aufgrund der geringen Bio-Betriebsanzahl eine aufwändigere Beschaffung vorliegt. In der AHV bestehen Herausforderungen in der Verfügbarkeit der regionalen Waren, der höheren Preise sowie den Anforderungen durch die Bio-Zertifizierung. Im Einzelhandel muss die regionale mit günstiger Bio-Ware (oft aus dem Ausland) und konventionellen regionalen Angeboten konkurrieren. Kund*innen müssen hier bereit sein, höhere Preise zu bezahlen, auch wenn die günstigeren Pendanten direkt daneben liegen.

Gleichermaßen bestehen auf allen Wertschöpfungskettenstufen Potenziale für die Steigerung der Vermarktung von regionalem Bio-Gemüse. Für die Erzeuger*innen wären vereinbarte Bio-Preiskorridore und konkrete Absatzsicherheiten nach der Umstellungsphase entscheidend. Bei den Verarbeitungsbetrieben ist genügend Kapazität für die Bio-Ware vorhanden, die aber ausgelastet und verstetigt genutzt werden muss. In der AHV ist es wichtig, dass Speisepläne umgestellt und saisonal flexibilisiert werden, um mehr regionale Bio-Ware zu nutzen. Im Einzelhandel ist es von Bedeutung, verstärkt mit lokalen Erzeugern zusammen zu arbeiten und entsprechende Vorteile an die Kundschaft zu kommunizieren. Diese Erkenntnisse decken sich auch mit anderen Forschungsergebnissen (Kühn 2021, S. 36).

Schlussfolgerungen

Über eine verstärkte Nachfrage und eine Mehrpreisbereitschaft für Bio-Produkte im LEH und der AHV können sich Wertschöpfungsketten entwickeln. In der AHV müsste regionales Bio ein Kriterium in den Ausschreibungen (zumindest kommunaler Einrichtungen) sein. Auch Informationsaustausch und Vernetzung der Wertschöpfungsketten-Akteur*innen scheinen erfolgversprechend.

Danksagung

Das Projekt wird im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau gefördert.

Literatur

- BÖLW (2023) Branchen Report 2023. Ökologische Lebensmittelwirtschaft. Berlin.
Rädiker S & Kuckartz U (2019) Analyse qualitativer Daten mit MAXQDA. Text, Audio und Video. Springer VS, Wiesbaden.
Kühn I (2021) Mehr als ein Versprechen. In: Lebensmittel Zeitung (6), S. 36.