

Der Boom auf dem Ökomarkt hält an

Professor Hamm rechnet mit längerfristigem Wachstum - Sicherung von Marktanteilen nur über Angebotsausdehnung möglich - Mehr konventionelle Landwirte zum Umstieg bewegen

AgE. BERLIN. Der gegenwärtige Boom auf dem Ökomarkt bleibt aller Voraussicht nach längerfristig bestehen. Diese Erwartung hat Prof. Ulrich H a m m vom Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing der Universität Kassel geäußert. "Die Nachfrage wird weiter ansteigen", sagte der Agrarökonom auf einem Fachkolloquium, das der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) am vergangenen Freitag im Rahmen der Internationalen Grünen Woche in Berlin veranstaltet hat. Prof. Hamm verwies auf einen veränderten Stellenwert von Ökolebensmitteln bei den Verbrauchern und machte auf ähnliche Marktentwicklungen in den USA und Japan aufmerksam. Die größte Herausforderung für die hiesige Landwirtschaft sieht der Wissenschaftler darin, das Rohstoffangebot in den kommenden Jahren spürbar zu erhöhen und damit die derzeit noch hohen Marktanteile heimischer Produkte zu halten. Ziel müsse es sein, mehr konventionelle Landwirte zum Umstieg in einen Wachstumsmarkt zu bewegen. Dazu beitragen könnten mehrjährige Abnahmeverträge, mit denen Verarbeitungsunternehmen umstellungswilligen Landwirte die Entscheidung erleichtern würden. Eine wichtige Rolle misst der Ökomarkexperte dem politischen Klima zu, das die Grundlage für eine verstärkte Hinwendung zum Ökoanbau schaffen müsse. Mit einer Erhöhung der Kontrolldichte und dem Aufbau doppelter Sicherheitsnetze müsse der Gefahr von Betrügereien und damit des Verlusts an Verbrauchervertrauen begegnet werden. Schließlich hält Prof. Hamm größere Investitionen in die Marktforschung sowie den Aufbau von Marktinformationssystemen für erforderlich. Vor diesem Hintergrund kritisierte der Hochschullehrer die Entscheidung der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP), ihre Aktivitäten im Ökobereich einzuschränken. Kontraproduktiv seien auch die Kürzungen der Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA) in der Exportförderung. "Wachstumsmärkte brauchen nicht weniger, sondern mehr Investitionen", betonte Prof. Hamm.

Lebensmittelsicherheit und Geschmack als wichtigste Kaufargumente

Der Wissenschaftler wies darauf hin, dass ein höheres Maß an Lebensmittelsicherheit und an unverfälschtem Genuss ohne schlechtes Gewissen gegenüber Tieren und Umwelt zu den wichtigsten Bestimmungsgründen für den Kauf von Ökolebensmitteln geworden seien. Künftig werde die Nicht-Nutzung der grünen Gentechnik für einen Teil der Verbraucher ein ausschlaggebendes Kriterium für den Kauf von Ökoerzeugnissen sein. Gleichzeitig würden die Verbraucherwünsche in Bezug auf Ökoprodukte immer heterogener. Während ein Teil der Verbraucher allein Wert auf die Herkunft aus ökologischem Landbau lege und diese Lebensmittel möglichst preiswert kaufen möchte, erwarte ein anderer Teil einen deutlich höheren Genusswert, einen fairen Umgang mit Erzeugern in der eigenen Region und in Entwicklungsländern sowie eine artgerechte Tierhaltung. Die meisten Ökokäufer verhielten sich dabei nicht gleichförmig, sondern entschieden sich zunehmend spontan. Prof. Hamm sprach von einem sprunghaften Einkaufsverhalten, das immer mehr zum Tragen komme. Dies sei auch daran ersichtlich, dass Marktanalysen zufolge im letzten Jahr 85 % der Bundesbürger Ökoprodukte gekauft hätten.

Ökopioniere als Verlierer?

Beim Lebensmittelhandel beobachtet der Hochschullehrer neben der gestiegenen Verbrauchernachfrage ein zunehmendes Eigeninteresse an der Listung von Ökolebensmitteln. Handelsunternehmen sähen sich durch häufige Grenzwertüberschreitungen bei einzelnen, zumeist importierten Obst- und Gemüsearten veranlasst, nach Alternativen im Ökobereich Ausschau zu halten und auf diese Weise negative Medienberichte zu vermeiden. Mit der zunehmenden Distributionsdichte von Ökolebensmitteln könnten konventionelle Handelsunternehmen ihr Ökoangebot allerdings immer weniger als Besonderheit herausstellen, weil ein entsprechendes Angebot in allen größeren Geschäftsstätten zu finden sei und von den Verbrauchern erwartet werde. Probleme sieht Prof. Hamm auf die "Pioniere im Ökohandel" zukommen, nämlich Hofläden, Naturkostläden und Reformhäuser. Vom Marktwachstum profitierten im Fachhandel hauptsächlich Bio-Supermärkte und Anbieter von regionalen Spezialitäten, die in anderen Geschäftsstätten nicht erhältlich seien.

Quelle: AGRA-EUROPE 5/07, 29. Januar 2007, Länderberichte 47.