Marktgesellschaft

der Naturland Bauern AG

Gemeinsam stark vermarkten



Naturland



Biovermarktung zwischen Handel und Erzeugergemeinschaft

Jörg Große-Lochtmann
Vorstand

Naturland

Inhalt

1 Kurz vorgestellt: Die Marktgesellschaft der Naturland Bauern

2 Unterschiede der Vermarktung zwischen Erzeugergemeinschaft und Handel

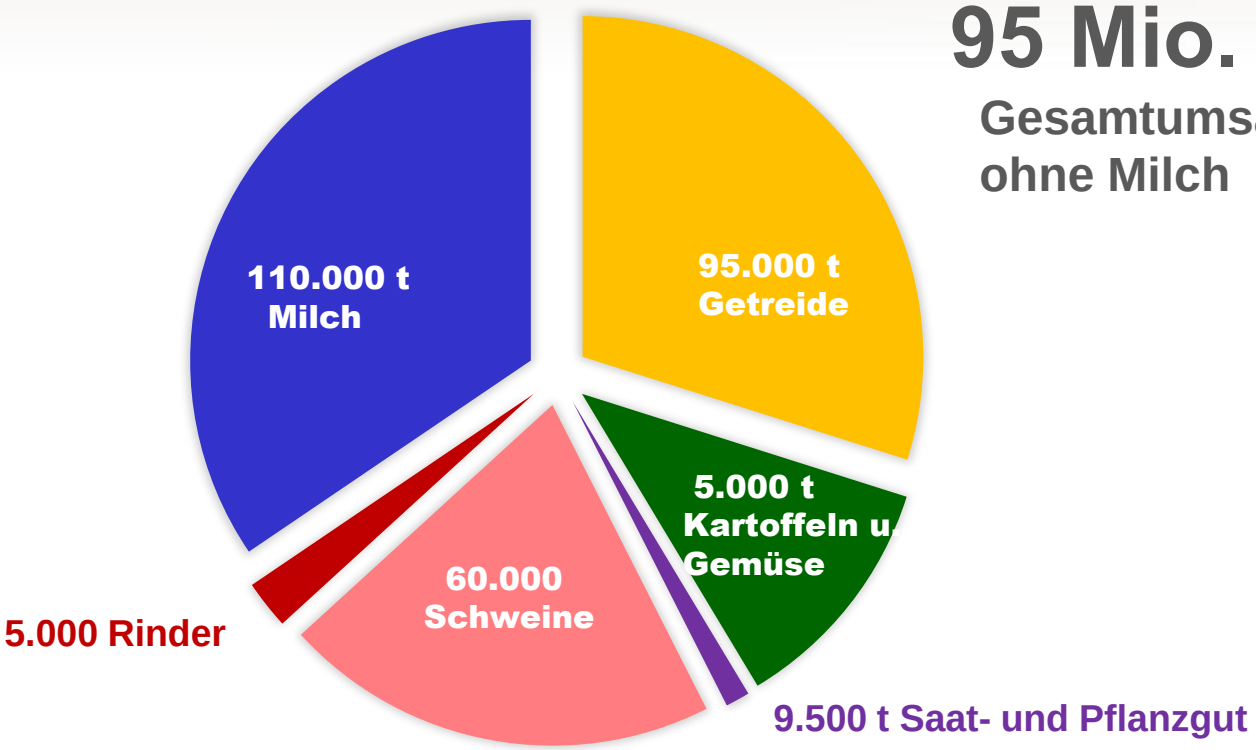
3 Aussichten auf den Biomarkt

4 Resümee

Vorstellung der Marktgesellschaft

- Größte Bio-Erzeugergemeinschaft in Deutschland
- Gegründet 1991
- AG mit rund 1.000 Aktionären (nur Öko-Landwirte)
- 70 Mitarbeiter*innen
- Umsatz rund 95 Mio. €/Jahr

1. Vorstellung der Marktgesellschaft



95 Mio. €

Gesamtumsatz ohne Milch

ca. 2.000 Lieferanten der Marktgesellschaft

Umsatzanteil aus eigener Erzeugerware rund 90 %

Marktgesellschaft der Naturland Bauern AG

Deutschlandweit vertreten



Gut vermarkten während der Umstellung ... und danach!

Sie wollen Ihren Betrieb umstellen oder sind bereits dabei? Das ist eine sehr gute Entscheidung, denn der Biomarkt wächst und sucht regionale Ware. Wir unterstützen Sie bei der Vermarktung Ihrer Produkte. Als größte Bio-Erzeugergemeinschaft in Deutschland sind wir zu 100 % in Bauernhand. Unsere kompetenten regionalen Ansprechpartner beraten Sie gern rund um die Vermarktung Ihrer Umstellungs- und Bio-Produkte. Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

Ihre Ansprechpartner im Bundesgebiet

Moritz Günther
Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen
Tel: 0151 1510 3655
m.guenther@naturland-markt.de

Peter Kräske
Hessen, Rheinland Pfalz und Saarland
Tel: 0151 6252 0682
p.kraeske@naturland-markt.de

Martin Winter
Südbayern und Baden-Württemberg
Tel: 08137 9318-862
m.winter@naturland-markt.de



Astrid Hansen
Schleswig-Holstein
Tel: 0160 9728 5133
a.hansen@naturland-markt.de

Mareike Vollmer
Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg
Tel: 030 348066-61
m.vollmer@naturland-markt.de

Donald Lüderitz
Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen
Tel: 0152 5459 8675
Fax: 03921 4826 408
d.luederitz@naturland-markt.de

Liane Regner
Nordbayern
Tel: 0952 3952 320
l.regner@naturland-markt.de

Ihre Ansprechpartner für die Vermarktung von Tieren:



Schweine: Tomás Sonntag
Tel.: 08137 93 18-70
t.sonntag@naturland-markt.de



Rinder: Christiane Martin
Tel.: 08137 93 18-772
c.martin@naturland-markt.de

Die Vermarktungswege

- **Direktvermarktung an Endkunden**
  Premium bei Preis und Aufwand, nur für Spezialisten
- **Direktvermarktung an Verarbeiter**
  aufwändig, kaum Alleinlösung, Risiko der Qualitätsschwankung
- **EZG**
  rundum sorglos Paket mit hoher Sicherheit, man ist nicht allein
- **Händler**
  margenorientiert, kurzfristiger orientiert, mehr Wettbewerb, keine Ladenhüter
- **Makler/Internetplattform**
  größenabhängig, nur für Profis, eher gefragte Produkte, Anonym

Konventionelle Vermarktungswege

AGRAVIS

Beiselen

Jetzt auch Bio im Angebot

BayWa

ZG Raiffeisen

RWZ Raiffeisen

und andere

Unterschiede einer Erzeugergemeinschaft (EZG)

Eine EZG …

- ✓ ist zweckorientiert aber eine soziale Gemeinschaft
- ✓ ist den Landwirt*innen verpflichtet, sie haben Mitspracherecht und sind in der Regel beteiligt
- ✓ individualisiert und zeigt die Erzeuger*innen, der Handel anonymisiert sie und reduziert auf die technische Warenqualität
- ✓ selektiert meist weniger nach Größe der Partie und des Betriebes
- ✓ verringert Preisschwankungen und Spekulation z.B. durch Mehrjahresverträge, Schnittpreismodelle etc. Händler haben mehr ihre Marge im Focus

Unterschiede einer Erzeugergemeinschaft (EZG)

Eine EZG …

- ✓ ist oft weniger spezialisiert auf wenige Produkte – ein Ansprechpartner für alles
- ✓ steht für gemeinsam erfolgreiche Vermarktung: Jeder Landwirt ist Teil des Ganzen und sollte Interesse am Erfolg aller haben
- ✓ ist rechtlich zumindest überwiegend im Eigentum der Bauern/Erzeuger*innen
- ✓ arbeitet langfristig existenzsichernd für die Mitglieder, nicht kurzfristig gewinnmaximierend

Unterschiede einer Erzeugergemeinschaft (EZG)

Eine EZG …

- ✓ berät die Erzeuger*innen, welche Produkte/Qualitäten/Sorten der Handel nachfragt bzw. benötigt und entwickelt den Markt weiter
- ✓ Organisiert neben Verkauf und Abwicklung der Waren auch die Qualitätssicherung, Analysen und Versicherung der Produkte
- ✓ unterstützt auch die Lagerung der Waren
- ➢ **schafft Transparenz und Vertrauen, bringt Unabhängigkeit gegenüber der Konzentration im Handel**
- ➢ **Erzeuger*innen können sich auf die Produktion konzentrieren.**

Beispiel Vermarktungsmodell:

Prämium-Sorglos-Paket

- 100 % Abnahmegarantie der Speise- und Futtererzeugnisse über das gesamte WJ hinweg bei einer 100 % Andienungspflicht der Druschfrüchte durch den Landwirtschaftsbetrieb (Lagermöglichkeit vorausgesetzt)
- Garantierter Auszahlungspreis/Abschlagspreis für die Produkte bei Abholung – Info vor der Ernte mit möglichen Nachzahlungen zzgl. Lagergeld am Ende des WJ
- Übernahme der Qualitätsanalysen und Qualitätssicherung
- Organisation von Abwicklung und Abrechnung





efi care
Regionalprojekt
Zweinutzungshuhn

Beispiel: Vertragsanbau regional mit tegut/herzberger



Dreijahres-Vertragsanbau von

Roggen

Weizen und Dinkel in der Region








Woher kommen die Kartoffeln?
Zu Besuch beim Sonnenhof

Beispiel: Vertragsanbau Hofpfisterei/Meyermühle

Naturland Dinkel: Ernte 19/20/21
Herkunft: Bayern

Naturland Roggen: Ernte19/20/21 – Populationssorten
Herkunft: Bayern


REWE Bio
So wächst Vertrauen.
Ein Einblick in die Welt von REWE Bio.
REWE Bio
Pommes Frites
für den Backofen
750 g


REWE Bio
Bio-Fleisch mit Naturland Zertifikat. Neu von REWE Bio.
REWE Bio: Bio-Qualität für jeden Tag.
Jetzt im Kühlregal!
Naturland Qualität
BIOLOGISCH GENIESSEN
HERKUNFT - von deutschen Bio-Bauernhöfen
FÜTTERUNG - mit biologisch erzeugtem Futter
BEWEGUNG - regelmäßiger Auslauf im Freien
Jeden Tag ein bisschen besser. REWE

Marktgesellschaft
der Naturland Bauern AG

Landwirt*innen im Mittelpunkt

Kooperation dm



Aussichten auf den Biomarkt



Naturland

Anbauempfehlungen

(nach aktueller Marktlage)

Öko Schälhafer
Öko Leguminosen
Öko Feldgemüse
Öko Soja (Speise)
Öko Mais
Öko Raps

+

Sonderkulturen bitte nur nach Rücksprache mit Liane Regner anbauen

U-Raps, U-Hafer, U-Roggen und **U-Dinkel** keinesfalls anbauen! Bei Umstellung auf U-Leguminosen, -U-Weizen, U-Tritikale oder U-Gerste gehen.
Futtergemenge nur mit Abnahmevereinbarung

−

Resümee: Ökolandbau in der Region hat Zukunft

- Bio wächst in allen Handelsformen stabil
- Heimische Ware, vor allem Verbandsware ist sicherer im Absatz und besser bezahlt
- Aktuell ist viel in Bewegung, gefragte Braugerste wird durch Corona ein Ladenhüter
- Standardgetreide gerät perspektivisch unter Preisdruck
- Wählen sie einen langfristigen Partner mit Kompetenz
- Stellen sie sich risikoorientiert auf
- Gerade am Anfang ist die Fehlergefahr am größten
- Bio als letzter Versuch ist meist der letzte Versuch

… Sie haben die Wahl, nutzen Sie diese besonnen und gut



Jörg Große-Lochtmann
Vorstand
Tel: 08137 9318 0
info@naturland-markt.de

Naturland

Marktgesellschaft

der Naturland Bauern AG

Gemeinsam stark vermarkten



Naturland