



LfL

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft

Bergprodukte:

**Marktvolumen und
Potentialabschätzung in Bayern**



LfL-Information

Impressum

Herausgeber: Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL)
Vöttinger Straße 38, 85354 Freising-Weihenstephan

Internet: www.LfL.bayern.de

Redaktion: Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte

Menzinger Straße 54, 80638 München

E-Mail: Maerkte@LfL.bayern.de

Telefon: 089 17800-333

1. Auflage: Februar 2013

Schutzgebühr: 5,00 Euro

© LfL



LfL
Märkte

Bergprodukte:

**Marktvolumen und
Potentialabschätzung in Bayern**

**Ludwig Huber
Dr. Corina Jantke**

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis.....	9
Verzeichnis der aufgeführten Normen	10
1 Zielsetzung des Forschungsprojektes	11
2 Bergregion: Definitionen und Aufstellung von Gebietsszenarien.....	12
2.1 Definitionen von Berggebieten	12
2.2 Vorstellung möglicher Szenarien zur Gebietseingrenzung	15
2.2.1 Szenario A	15
2.2.2 Szenario B	16
2.2.3 Szenario C	17
2.2.4 Szenario D	17
3 Methode der vorliegenden Studie	18
3.1 Ist-Erhebung und Potentialschätzung	18
3.2 Gebietsszenarien.....	18
3.3 Vermarktung.....	19
4 Ist-Erhebung der Produktion von tierischen Agrarerzeugnissen in den bayerischen Berggebieten.....	20
4.1 Vorgehensweise: Ist-Erhebung der Produktionsmengen von Milch und Fleisch	20
4.2 Ergebnisse: Produktionsmengen von Milch und Fleisch	21
5 Potentialabschätzung zur Produktion von tierischen Agrarerzeugnissen in den bayerischen Berggebieten	23
5.1 Vorgehensweise zur Potentialabschätzung	23
5.2 Ergebnisse der Potentialabschätzung	23
6 Vermarktungswege für „Bergprodukte“ aus bayerischer Produktion – Beispiel Molkereierzeugnisse	24
6.1 Vorgehensweise zur Erhebung der Vermarktungssituation und Beschreibung der Stichprobe.....	24
6.2 Darstellung der Vermarktungswege	25
6.3 Verwendung relevanter Herkunftsangaben in Produktnamen.....	26
6.3.1 Beispiele zur Verwendung einschlägiger Begriffe zur Produktvermarktung	26
6.3.2 Ergebnisse der Befragung zur Verwendung relevanter Begriffe	28
6.3.3 Darstellung von Produktionsstandorten im bayerischen Alpenraum	28
6.4 Mehrwert durch Vermarktung als Bergprodukt	30

7	Möglichkeiten der Einhaltung und des Nachweises staatlich definierter Vorgaben bei Erzeugung und Verarbeitung	31
8	Handlungsempfehlungen	32
	Literaturverzeichnis	34
	Anhang....	35

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bayern: Landschaften, 1 : 1 500 000,.....	12
Abbildung 2: Fördergebiete Bayern	15
Abbildung 3: Agrargebiete Bayern	16
Abbildung 4: Landwirtschaftliche Flächen Bayerns nach Höhenklassen	17
Abbildung 5: Produktionssortiment der Molkereien.....	25
Abbildung 6: Vermarktungswege	25
Abbildung 7: Beispiele Produktname „Alm“	26
Abbildung 8: Beispiele Produktname „Alp“ und „Senn“	26
Abbildung 9: Beispiele Produktname „Berg“ bzw. Auslobung „Bergbauernmilch“	27
Abbildung 10: Beispiele Dachmarke „Alpenküche“ und „Alpenmark“	27
Abbildung 11: Beispiele Produktname „Alpen“	27
Abbildung 12: Molkereien im bayerischen Alpenraum	29
Abbildung 13: Die Alpen	29

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anteil Berggebiete nach CES 461/88.....	13
Tabelle 2: Fördergebiete in EU-Mitgliedsstaaten – benachteiligte Gebiete / Berggebiet	14
Tabelle 3: Übersicht möglicher Szenarien zur Abgrenzung der Bergregion	18
Tabelle 4: Parameter zur Berechnung der Produktionsmengen	20
Tabelle 5: Ist-Menge Milch	21
Tabelle 6: Ist-Menge Rindfleisch	21
Tabelle 7: Anzahl Schafe und Ziegen	22
Tabelle 8: Verfügbares Dauergrünland und Ackerland in den betrachteten Agrargebieten	23

Abkürzungsverzeichnis

AZ	Ausgleichszulage
BY	Bayern
EG	Europäische Gemeinschaft
EU	Europäische Union
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
FiBL	Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Schweiz, Deutschland, Österreich
InVeKoS	Integriertes Verwaltungs- und Kontrollsystem
ha	Hektar
kg	Kilogramm
LfL	Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft
LNF	Landwirtschaftliche Nutzfläche
Mio	Million
Mrd	Milliarde
NN	Normal Null
RL	Richtlinie
StMELF	Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
t	Tonne
Tsd	Tausend
VO	Verordnung
ZA	Zahlungsansprüche
ZID	Zentrale InVeKoS Datenbank

Verzeichnis der aufgeführten Normen

RL (EWG) 268/1975	RICHTLINIE DES RATES vom 28. April 1975 über die Landwirtschaft in Berggebieten und in bestimmten benachteiligten Gebieten
RL (EWG) 465/1986	RICHTLINIE DES RATES vom 14. Juli 1986 betreffend das Gemeinschaftsverzeichnis der benachteiligten landwirtschaftlichen Gebiete im Sinne der Richtlinie 75/268/EWG
VO (EG) 1257/1999	VERORDNUNG (EG) Nr. 1257/1999 DES RATES vom 17. Mai 1999 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL) und zur Änderung bzw. Aufhebung bestimmter Verordnungen
VO (EG) 1059/2003	VERORDNUNG (EG) Nr. 1059/2003 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 über die Schaffung einer gemeinsamen Klassifikation der Gebietseinheiten für die Statistik (NUTS)
VO (EG) 1698/2005	VERORDNUNG (EG) Nr. 1698/2005 DES RATES vom 20. September 2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)

1 Zielsetzung des Forschungsprojektes

Die EU-Kommission hat im Dezember 2010 das sogenannte „Qualitätspaket“ vorgelegt, welches den ersten Schritt bei der Überarbeitung der Qualitätspolitik für landwirtschaftliche Erzeugnisse darstellt. Darin integriert werden zukünftig auch besondere Regelungen der Kennzeichnung und Vermarktung von Erzeugnissen aus Berggebieten. Als Berggebiet – und damit benachteiligtes Gebiet – gelten in der EU nach aktuellem Kenntnisstand jene Regionen, die gemäß Artikel 18 (1) der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 definiert sind. Die Erzeugung von Lebensmitteln, insbesondere von tierischen Erzeugnissen, ist in diesen Gebieten von großer wirtschaftlicher Bedeutung, wird jedoch durch besondere klimatische Bedingungen infolge der Höhenlage oder durch Hangneigung etc. erschwert.

Um den einzigartigen Charakter der Produkte hervorzuheben, plant die EU im Rahmen der „Qualitätspolitik“ die Bezeichnung „Erzeugnis aus Berglandwirtschaft“ als fakultative Qualitätsangabe neu einzuführen. Wesentlicher Aspekt bzw. Anreiz für die Herstellung von Produkten unter einer solchen Bezeichnung ist gleichwohl eine entsprechend hohe Wertschöpfung, die den zusätzlichen Produktions- und Zertifizierungsaufwand deckt bzw. übertrifft.

Für die bayerischen Berggebiete werden in diesem Projekt deshalb Marktvolumen und -potential der betroffenen Agrarerzeugnisse abgeschätzt. Zielsetzung des Projektes ist es, den Entscheidungsträgern zur Umsetzung der Qualitätspolitik in Bayern Hinweise für die zu erwartende Bedeutung dieses Marktsegments zu geben.

2 Bergregion: Definitionen und Aufstellung von Gebietsszenarien

2.1 Definitionen von Berggebieten

In der folgenden Karte sind die Gebirge und Mittelgebirge Bayerns abgebildet. Obwohl Bayern sehr viele Höhenlagen aufweist, erhalten nicht alle landwirtschaftlichen Betriebe eine Ausgleichszulage für erschwerte Arbeitsbedingungen in Bergregionen.

Abbildung 1: Bayern: Landschaften, 1 : 1.500.000



Quelle: Haack Grundschulatlas Bayern © Ernst Klett Verlag GmbH

In einer Initiativstellungnahme des Wirtschafts- und Sozialausschusses (CES 461/88) wurde eine semantische Vereinheitlichung des Begriffes „Berggebiet“ entwickelt, in „der das gesamte Spektrum geophysischer, klimatischer, ökologischer und sozioökonomischer Gegebenheiten – die typischen Merkmale der europäischen Berge“ Berücksichtigung findet. Ergebnis war eine Unterscheidung von Berggebieten „im engeren Sinne“ (Regionen

oder Kommunen mit einem Berganteil von über 66 %) und Berggebieten „in weiterem Sinne“ (Regionen oder Kommunen mit einem Berganteil zwischen 33 % und 66 %).¹

Die nachfolgende Tabelle weist das Ergebnis dieser Kategorisierung aus. Es fällt auf, dass Großbritannien mit dieser Definition trotz einer Höhenlage von nur 240 m einen Anteil an Berggebiet von 23,3 % ausgewiesen bekommt. Bei Deutschland, Spanien, Frankreich und Italien beginnt die Fläche Berggebiet ab einer Höhe von 600 m.

Tabelle 1: Anteil Berggebiete nach CES 461/88

	Kriterien			Anteil (***)	
	Höhenlage	Gefälle	Andere Kriterien	Berggebiete	Berggebiete mit hohem Berganteil (> 66 %)
B	300 m	—	—	—	—
D (*)	700 m	—	Geoklimatische Benachteiligung	27,3 %	6,5 %
E	1 000 m	< 20 %	Höhenunterschied > 400 m	26,0 %	—
F	700 m Vogesen 600 m	< 20 %	—	21,0 %	—
IRL	200 m	—	—	—	—
I	600/700 m	Starkes Gefälle	—	49,4 %	28,2 %
UK (**)	240 m	—	—	23,3 %	—

(*) Deutschland ohne Gebiet der ehemaligen DDR.
(**) Vereinigtes Königreich ohne Nordirland.
(***) Gebietsanteil gegenüber der Fläche des Mitgliedstaates.

Quelle: Amtsblatt der europäischen Union (2003), S. 28

Speziell zur Durchführung der Agrarpolitik in der Europäischen Gemeinschaft wurde im Rahmen der VO (EG) 1257/1999 zur Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums in Artikel 17 festgelegt, dass „Berggebiete“ zu den benachteiligten Gebieten zählen. Durch Artikel 18 dieser Verordnung wird definiert, welche Regionen durch die Mitgliedstaaten als förderfähiges Berggebiet ausgewiesen werden können. Dazu zählen Gebiete, die nachfolgende Merkmale aufweisen:

- „ungewöhnlich schwierige klimatische Verhältnisse infolge der Höhenlage, die eine erheblich verkürzte Vegetationszeit zur Folge haben,
- starke Hangneigung des größten Teils der Flächen in geringerer Höhenlage, so daß keine oder nur besondere, kostspielige Maschinen oder Geräte eingesetzt werden können, oder
- ein Zusammentreffen dieser beiden Gegebenheiten, wenn die Benachteiligung durch jede dieser beiden Gegebenheiten für sich genommen zwar geringer ist, beide zusammen aber eine ebenso große Benachteiligung ergeben.

¹ Amtsblatt der Europäischen Union (2003), S. 27

[Darüber hinaus werden...] Gebiete nördlich des 62. Breitengrads und bestimmte angrenzende Gebiete [...] den Berggebieten gleichgestellt.“

Die Ausweisung der Berggebiete obliegt den Mitgliedstaaten. Daraus ergibt sich eine Zuteilung landwirtschaftlicher Nutzfläche (LNF) zu Berggebiet je Mitgliedsstaat wie in folgender Tabelle aufgeführt:

Tabelle 2: Fördergebiete in EU-Mitgliedsstaaten – benachteiligte Gebiete / Berggebiet

Staat	-1- LNF insgesamt (Mha)	-2- LNF benachteiligtes Gebiet 8, (Mha)	-3- % 2) von 1)	-4- LNF Berggebiet (Mha)	-5- % 4) von 1)
Belgien	1,357	0,3	22,1	—	—
Dänemark	2,770	—	—	—	—
Deutschland	17,015	8,5	50,0	0,34	1,8
Griechenland	6,408	5,3	82,7	3,91	60,9
Spanien	26,330	19,5	74,1	7,50	28,5
Frankreich	30,011	13,9	46,3	5,30	17,7
Irland	4,892	3,5	71,6	—	—
Italien	16,496	8,8	53,4	5,22	31,5
Luxemburg	0,127	0,1	78,7	—	—
Niederlande	2,011	0,1	5,0	—	—
Portugal	3,998	3,4	85,0	1,23	30,0
Großbritannien	18,658	8,3	44,5	—	—
Österreich	3,524	2,4	68,1	2,0	56,8
Finnland	2,549	2,2	86,3	1,41	54,9
Schweden	3,634	1,9	52,3	0,53	13,8
Insgesamt	139,780	78,2	56,0	27,44	19,5

Quelle: Amtsblatt der europäischen Union (2003), S. 27

Die VO (EG) 1257/1999 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL) und zur Änderung bzw. Aufhebung bestimmter Verordnungen wurde durch die VO (EG) Nr. 1698/2005 des Rates vom 20. September 2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) ersetzt. Die darin festgelegten Kriterien zur Definition eines Bergbetriebes werden im Rahmen der Vorstellung der in dieser Studie verwendeten Szenarien erläutert.

2.2 Vorstellung möglicher Szenarien zur Gebietseingrenzung

Da eine verschieden starke Abgrenzung des Berggebietes (unterschiedliche Anzahl zu berücksichtigender landwirtschaftlicher und verarbeitender Betriebe) Einfluss auf die zu betrachtenden Mengen tierischer Erzeugnisse nimmt, wurden Höhen-Szenarien definiert. Diese vier Szenarien – A, B, C, D – für die Mengenanalyse werden im Folgenden vorgestellt.

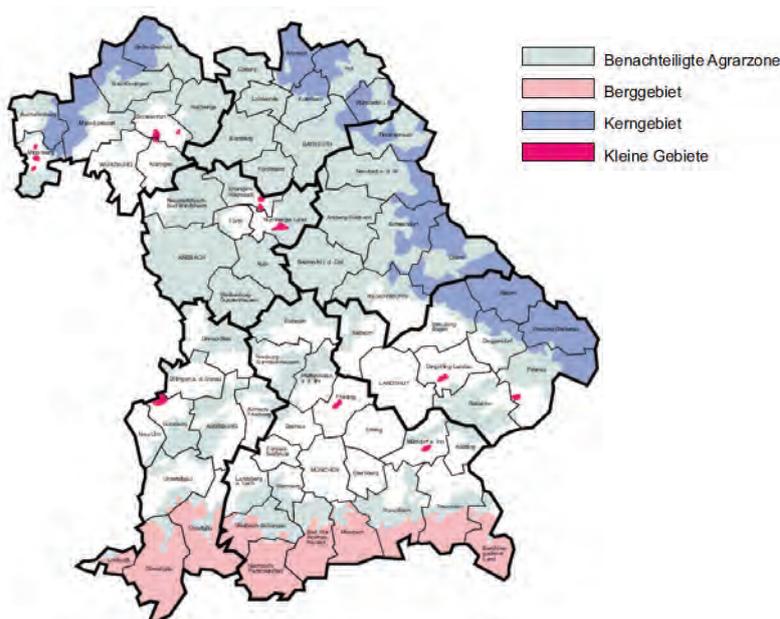
2.2.1 Szenario A

In diesem Szenario werden alle Betriebe berücksichtigt, die nach der VO (EG) 1257/1999 im Jahr 2010 Ausgleichszulage erhalten haben. Als Primärschlüssel wurde die Betriebsnummer verwendet.

Abbildung 2, die die Berggebiete rosa markiert, zeigt, dass nur Betriebe in den Regierungsbezirken Oberbayern und Schwaben den Anforderungen dieser Verordnung genügen. Artikel 18 VO (EG) 1257/1999 führt dazu aus, dass Berggebiete Gebiete sind, „in denen [...] die Möglichkeiten für eine Nutzung des Bodens erheblich eingeschränkt und die Arbeitskosten bedeutend höher sind“. Die Gebiete, die die Bundesrepublik Deutschland der Kommission zur Aufnahme in das Gemeinschaftsverzeichnis der benachteiligten landwirtschaftlichen Gebiete meldete, haben dazu eines der folgenden Kriterien gemäß RL (EWG) 465/1986 erfüllt:

- „Als Merkmale sind ungewöhnlich schwierige klimatische Verhältnisse im Sinne von Artikel 3 Absatz 3 erster Gedankenstrich der Richtlinie 75/268/EWG und eine Höhenlage von mindestens 800 Metern zugrunde gelegt worden (Ortsmittelpunkt oder durchschnittliche Höhenlage der Gemeinde).
- Dort, wo entsprechend Artikel 3 Absatz 3 dritter Gedankenstrich der Richtlinie 75/268/EWG schwierige klimatische Verhältnisse und starke Hangneigung zusammentreffen, ist eine Mindesthöhe von 600 Metern und eine Hangneigung von mindestens 18 % festgesetzt worden.“

Abbildung 2: Fördergebiete Bayern



Quelle: Bayerischer Agrarbericht (2012), Karte 20

2.2.2 Szenario B

In einer Ausarbeitung der Bayerischen Landesanstalt für Betriebswirtschaft und Agrarstruktur aus dem Jahr 1983 wurde eine Aufteilung Bayerns in Agrargebiete vorgenommen. Kriterien für die Zuordnung waren neben den Einzelmerkmalen Jahrestemperatur, Jahresniederschläge und Höhe der Lößbeteiligung

- „die möglichst räumliche Geschlossenheit und Mindestgröße“ [...]
- „Orientierung am naturräumlichen Ordnungsprinzip [..., da] die allgemein eingeführte und bekannte Einteilung Bayerns in Naturräume die gedankliche Erfassung und Zuordnung einer neuen Einteilung wesentlich erleichtert.“²

Für das Szenario B wurden die Agrargebiete Alpen, Alpenvorland und Voralpines Hügelland betrachtet. Mittels Abstimmung über die Gemeindegrenznummer (Definition über NUTS/LAU 2; VO (EG) Nr. 1059/2003 gemeinsame Klassifikation der Gebietseinheiten für die Statistik) wurden alle Betriebe einem Agrargebiet zugeordnet. Die Berechnung der Mengen erfolgte wiederum getrennt für die Gebiete

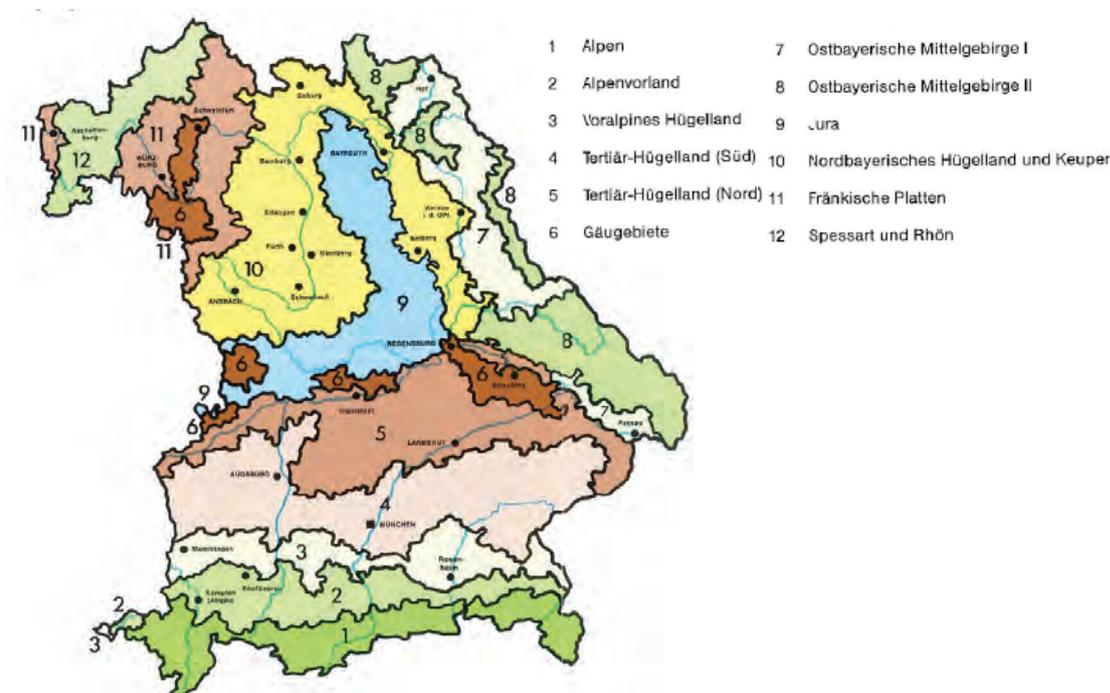
B1: Alpen

B2: Alpen und Alpenvorland

B3: Alpen, Alpenvorland und Voralpines Hügelland,

um die Folgen einer „harten“ bzw. „weichen“ Definition des Begriffes Bergregion aufzuzeigen.

Abbildung 3: Agrargebiete Bayern



Quelle: Würfl et al. (1983), S. 421/4

² vgl. dazu Würfl et al. (1983) S. 379f.

2.2.3 Szenario C

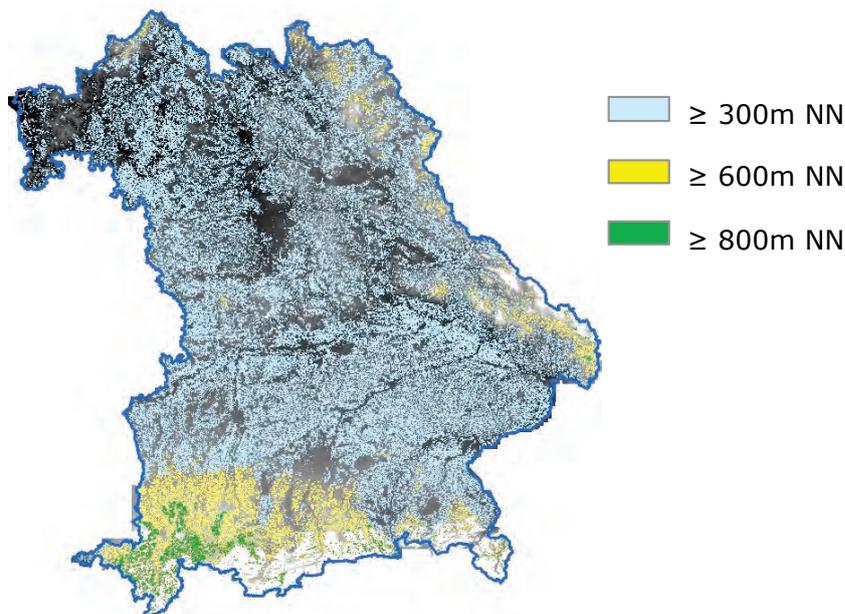
Für das Szenario C ist die durchschnittliche Höhe der Gemeinde, in der der Betrieb liegt, das ausschlaggebende Kriterium. Durch einen Höhenlayer mit einer Abbildung von 25x25 Metern wurde die durchschnittliche Höhe jeder bayerischen Gemeinde ermittelt. Mittels Abstimmung über die Gemeindekennzahl wurden die Betriebe in der Berechnung berücksichtigt, die den beiden Stufen

C1: Ø Gemeindehöhe $\geq 800\text{m NN}$

C2: Ø Gemeindehöhe $\geq 600\text{m NN}$

zuzuordnen sind. Die Berechnung der Mengen erfolgte getrennt für die beiden Gebiete, wobei in Szenario C2 alle Betriebe aus C1 berücksichtigt sind.

Abbildung 4: Landwirtschaftliche Flächen Bayerns nach Höhenklassen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis des Digitalen Geländemodells DGM 25³

2.2.4 Szenario D

Für dieses Szenario wurden, abgeleitet aus dem gleichen Höhenlayer wie in Szenario C mit zusätzlicher Angabe der absoluten Höhe der einzelnen Flächen, die Betriebe aus der InVeKoS-Datenbank ausgewählt, die Felder/Grünlandflächen in einer der folgenden Stufen besitzen.

D1: Alle Flächen $\geq 800\text{m NN}$ sowie Betriebe, die Ausgleichszulage (AZ) erhalten

D2: Betriebe mit Flächen $\geq 600\text{m NN}$ und mindestens einer Fläche $\geq 800\text{m NN}$
sowie Betriebe mit AZ

D3: Betriebe mit Flächen $\geq 600\text{m NN}$ und mindestens einer Fläche $\geq 800\text{m NN}$

D4: Betriebe mit mindestens einer Fläche $\geq 800\text{m NN}$

Auch hier enthalten die Werte der höheren Stufe jeweils die kumulierten Daten der niedrigeren Stufen. Als Primärschlüssel fungierte die Betriebsnummer.

³ Beschreibung der Bayerischen Vermessungsverwaltung: „Das digitale Geländemodell DGM 25 ist flächendeckend für Bayern vorhanden. Es beschreibt die Geländeoberfläche durch regelmäßig angeordnete Gitterpunkte mit einer Gitterweite von 25 m.“ Online im Internet: http://vermessung.bayern.de/geobasis_lvg/gelaendemodell/dgm25.html, Stand 20.08.2012

3 Methode der vorliegenden Studie

Die zu Beginn des Projektes durchgeführte Daten- und Literaturrecherche ergab, dass praktisch nur tierische Erzeugnisse und hier insbesondere Erzeugnisse aus Milch und Rindfleisch ein Vermarktungspotential in größerem Umfang haben. Zahlen für den Bestand an Schafen und Ziegen liegen vor, ebenso eine Schätzung für das Aufkommen an Honig in der relevanten Gebietskulisse. Die als sehr gering eingeschätzte Nachfrage nach Schaf- und Ziegenfleisch in Deutschland und die nicht umsetzbare Validierung der Honigmengen führten im weiteren Verlauf des Projektes zu einer Fokussierung auf die Rohstoffe Milch und Rindfleisch.

3.1 Ist-Erhebung und Potentialschätzung

Die Ist-Erhebung und Potentialabschätzung der Produktionsmengen von Milch und Rindfleisch beruhen auf Auswertungen der InVeKoS-Datenbank⁴, Angaben für das Jahr 2010, verknüpft mit Schätz- und Durchschnittswerten der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) und dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV). In den verschiedenen Berechnungsschritten werden Korrekturfaktoren berücksichtigt, um den Besonderheiten von Berggebieten gerecht zu werden. Rassemerkmale hinsichtlich Milchleistung und Schlachtgewicht sowie Transportkosten werden nicht berücksichtigt.

3.2 Gebietsszenarien

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick der oben beschriebenen Szenarien.

Tabelle 3: Übersicht möglicher Szenarien zur Abgrenzung der Bergregion

Szenario	A	B	C	D
Basis	VO (EG) 1257/1999	Agrargebiete (Würfl et al.)	Ø Gemeindehöhe	Flächenhöhe je Betrieb
Stufe 1	Betriebe mit Ausgleichszulage (AZ)	Alpen	≥ 800m NN	Alle Flächen ≥ 800m NN + Betriebe AZ
Stufe 2		Alpen + Alpenvorland	≥ 600m NN	Betriebe mit Flächen ≥ 600m NN und mind. einer Fläche ≥ 800m NN + Betriebe mit AZ
Stufe 3		Alpen + Alpenvorland + Voralpines Hügelland		Betriebe mit Flächen ≥ 600m NN und mind. einer Fläche ≥ 800m NN
Stufe 4				Betriebe mit mind. einer Fläche ≥ 800m NN

Nach einer ersten Auswertung der Ergebnisse wurde festgelegt, die detaillierte Analyse mittels der Szenarien A und B durchzuführen. Szenario A berücksichtigt alle bayerischen Betriebe, die nach der VO (EG) 1257/1999 im Jahr 2010 Ausgleichszulage erhalten haben. Szenario B, als Alternative gewählt, um die Folgen einer „harten“ bzw. „weichen“

⁴ „Die Zentrale InVeKoS Datenbank (ZID) ist ein Informationsangebot und Programm zur Meldung und Dokumentation der Übertragung von Zahlungsansprüchen (ZA) im Rahmen der Betriebsprämienregelung in Deutschland.“ (StMELF, 2006-2011) Das Antragsformular für die Zahlungsansprüche ist im Internet einsehbar unter <http://www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/agrarpolitik/dateien/viehverzeichnis.pdf>, Stand 12.01.2012.

Definition des Begriffes Bergregion aufzuzeigen, greift auf eine 1983 entwickelte Untergliederung Bayerns in Agrargebiete zurück. Kriterien für die Zuordnung waren neben den Einzelmerkmalen Jahrestemperatur, Jahresniederschläge und Höhe der Lößbeteiligung, die möglichst räumliche Geschlossenheit und Mindestgröße sowie die Orientierung am naturräumlichen Ordnungsprinzip. Es wurden die Agrargebiete Alpen, Alpenvorland und Voralpines Hügelland betrachtet. Mittels Abstimmung über die Gemeindegrenzlinie (Definition über NUTS/LAU 2; VO (EG) Nr. 1059/2003 gemeinsame Klassifikation der Gebietseinheiten für die Statistik) wurden alle Betriebe einem Agrargebiet zugeordnet.

3.3 Vermarktung

Mehrere Molkereien und Direktvermarkter nutzen Begriffe wie Alm, Alp, Berg im Produktnamen oder der Werbebotschaft, um ihre Produkte zu vermarkten. Bei einer Regelung der Begriffsverwendung durch die EU sind gegebenenfalls Einschnitte in der bislang erreichten Wertschöpfung zu erwarten. Auch Investitionen in spezielle Vermarktungsprogramme können in Gefahr geraten, die erwarteten Erlöse nicht mehr zu erwirtschaften. Aus diesem Grund wurde im Projekt eine kurze Analyse der aktuellen Vermarktungssituation von Bergprodukten am Beispiel von in Bayern erzeugten Milchprodukten durchgeführt. Gleichzeitig wurde die Nutzung von Qualitätssiegeln und Zertifizierungen sowie die aktuelle Vorgehensweise zur Prüfung des Status „Berglandwirt“ erfragt, um daraus Rückschlüsse auf die mögliche Kombination von Kontrollmaßnahmen ziehen zu können.

4 Ist-Erhebung der Produktion von tierischen Agrarerzeugnissen in den bayerischen Berggebieten

4.1 Vorgehensweise: Ist-Erhebung der Produktionsmengen von Milch und Fleisch

Für die Schätzung der Ist-Menge wurden durchschnittliche Produktionsleistungen (Milcherzeugung, Schlachtgewicht) – dies entspricht jeweils Wert 1 in Tabelle 4 – mit dem relevanten in InVeKoS hinterlegten Tierartbestand 2010 multipliziert. Wert 2 simuliert geringere Kraftfuttergaben bzw. eine längere Zeitspanne bis zum Erreichen des Schlachtgewichtes und damit Einbußen in der Produktionsleistung.

Milchkühe gehen in den jeweiligen Szenarien mit dem Bestand sowohl in die Milcherzeugungsleistung als auch in die Schlachtleistung ein. Für die Ermittlung der Schlachtmenge wurde neben dem Anteil jeder Tierkategorie (Milchkuh, Kalb, Mastbulle etc.) an den Schlachtungen auch das jeweils durchschnittliche Schlachtgewicht je Tierkategorie berücksichtigt. Basis sind jeweils die Durchschnittsangaben für Bayern.

Tabelle 4: Parameter zur Berechnung der Produktionsmengen

Parameter 2010	EH	Wert 1 Ø	Wert 2 vorsichtig	% Wert 1	% Wert 2	Quelle	Bemerkungen
Anzahl Betriebe mit Ausgleichszahlung	Anz	6.624				a)	
Anzahl Betriebe InVeKoS 2011 (Daten 2010)	Anz	114.990				b)	
Milchleistung Ø	t	6,64	6,00			c)	
Gesamtbestand Rinder BY	Anz	3.380.400				d)	
Gesamtbestand Rinder InVeKoS	Anz	3.356.743				b)	
Gesamtschlachtungen BY	Anz	946.724		28,0		e)	Schlachtung/ Bestand
Ochsen Schlachtung BY	Anz	11.706			3,1	e)	Anteil an Mast- bullen (=Kategorie)
Bullen Schlachtung BY	Anz	365.569		11,3	95,5	e)	
Jungrinder Schlachtung BY	Anz	5.537			1,4	e)	
Kälber Schlachtung BY	Anz	27.425		0,8		e)	
Färsen Schlachtung BY	Anz	180.498		5,3		e)	
Kühe Schlachtung BY	Anz	355.989		10,5		e)	
Korrekturfaktor extensiv vs. intensiv	%	-25,00				g)	
Ø SG Rind	t	0,355	0,266	100,0	75,0	f)	
Ø SG Ochse	t	0,334	0,250	94,1	70,5	f)	
Ø SG Bulle	t	0,405	0,304	114,2	85,7	f)	
Ø SG Jungbulle	t	0,397	0,298	111,8	83,9	f)	
Ø SG Kalb	t	0,108	0,081	30,4	22,8	f)	
Ø SG Färse	t	0,316	0,237	89,1	66,8	f)	
Ø SG Kuh	t	0,330	0,247	93,0	69,7	f)	

- Quellen: a) schriftliche Mitteilung Herr Hartl, StMELF
b) InVeKoS-Datenbank
c) schriftliche Mitteilung Landeskuratorium der Erzeugerringe für tierische Veredelung in Bayern e.V.
d) LfL (2011a), S. 13
e) LfL (2011a), S. 17
f) LfL (2011a), S. 20
g) Eigene Berechnung auf Basis Heller & Meili (2001)

4.2 Ergebnisse: Produktionsmengen von Milch und Fleisch

Die beiden nachfolgenden Tabellen zeigen die Milch- und Schlachtmenge, welche in den Szenarien A und B als Ist-Produktionsmenge für das Jahr 2010 geschätzt werden. Für Milch werden die Mengen zum Ersten für eine durchschnittliche jährliche Milchleistung von 6.000 kg je Kuh und zum Zweiten für eine durchschnittliche jährliche Milchleistung von 6.600 kg je Kuh ausgewiesen. Bei den Betrieben, die Ausgleichszulage nach VO (EG) 1257/1999 erhalten, entspricht dies einer Milchmenge von 605 Tsd t respektive 670 Tsd t bzw. einem Anteil an der in Bayern erzeugten Milch von 7,8 % respektive 8,6 %.

Im Szenario B entwickelt sich der Anteil der erzeugten Milch mit Ausdehnung des Gebietes von 4-5 % über ca. 17-19 % bei Betrachtung der Region Alpen und Alpenvorland bis hin zu 31-34 %, wenn auch das Voralpine Hügelland Berücksichtigung findet.

Tabelle 5: Ist-Menge Milch

Beschreibung	Szenario		Tsd t Milch bei 6,0 t je Kuh		Tsd t Milch bei 6,6 t je Kuh		Anzahl Kühe in Tsd		Anzahl Betriebe mit Kühen	
				%		%		%		%
Statistik LFL (2011b) Daten für 2010 BY			7.759	100	7.759	100	1.328	100	42.810	100
Betriebe mit Ausgleichszulage (N=6.624)	A	A	605	7,8	670	8,6	101	7,6	4.773	11,1
Alpen		B1	330	4,3	366	4,7	55	4,1	3.341	7,8
Alpen + Alpenvorland		B B2	1.306	16,8	1.445	18,6	218	16,4	9.366	21,9
Alpen + Alpenvorland + Voralpines Hügelland		B3	2.388	30,8	2.643	34,1	398	30,0	14.768	34,5

Für die Berechnung der Menge an Rindfleisch, die 2010 in den „Berggebieten“ erzeugt werden konnte, wurde einerseits das durchschnittliche Schlachtgewicht zugrunde gelegt und andererseits vom Schlachtgewicht ein Abzug von 25 % vorgenommen, um eine extensiv erzeugte Mastleistung abzubilden. Im Szenario A werden damit ca. 6,4 % der Schlachtmenge Bayerns bei Rindfleisch erzeugt, wenn das durchschnittliche Schlachtgewicht betrachtet wird. In Szenario B1 sind es nur 3,9 %, inklusive des Alpenvorlandes (B2) beinahe 14 % und in Szenario B3 rund ein Viertel der in Bayern erzeugten Rindfleischmenge.

Tabelle 6: Ist-Menge Rindfleisch

Beschreibung	Szenario		Tsd t Rindfleisch BY (-25 % SG)		Tsd t Rindfleisch BY		Anzahl Rinder in Tsd		Anzahl Betriebe Rindern	
				%		%		%		%
Statistik LFL (2011a) Daten für 2010 BY inkl. Gewichtung Kategorie Schlachttier			252		336		3.380	100	59.100	100
Betriebe mit Ausgleichszulage (N=6.624)	A	A	16		22	6,4	219	6,5	5.753	9,7
Alpen		B1	10		13	3,9	134	4,0	4.382	7,4
Alpen + Alpenvorland		B B2	35		46	13,8	473	14,0	11.156	18,9
Alpen + Alpenvorland + Voralpines Hügelland		B3	64		86	25,5	874	25,8	17.045	28,8

An dieser Stelle soll darauf hingewiesen werden, dass auf den 1.388 bayerischen Almen und Alpen im Jahr 2011 tatsächlich rund 50.000 Rinder (überwiegend Jungvieh und ca. 4.500 Kühe) gesömmert wurden.⁵ Das Marktvolumen an tierischen Erzeugnissen speziell von diesen Betrieben ist somit sehr gering.

Zur Vervollständigung der Ergebnisse werden in nachfolgender Tabelle die Tierzahlen an Schafen und Ziegen für die Szenarien A und B dargestellt.

Tabelle 7: Anzahl Schafe und Ziegen

Beschreibung	Szenario		Anzahl Schafe	%	Anzahl Ziege	%	Anzahl Betriebe	%
Statistik LFL (2011a) Daten für 2010 BY			377.860	100%	34.701	100%	11.199	100%
Betriebe mit Ausgleichszulage (N=6.624)	A		19.213	5,1%	4.221	12,2%	1.239	11,1%
Alpen	B	B1	15.135	4,0%	3.977	11,5%	1.249	11,2%
Alpen + Alpenvorland		B2	21.596	5,7%	5.787	16,7%	2.130	19,0%
Alpen + Alpenvorland + Voralpines Hügelland		B3	30.582	8,1%	7.863	22,7%	2.863	25,6%

⁵ Bayerischer Agrarbericht (2012)

5 Potentialabschätzung zur Produktion von tierischen Agrarerzeugnissen in den bayerischen Berggebieten

5.1 Vorgehensweise zur Potentialabschätzung

Bei der Potentialabschätzung werden alle Felder/Grünlandflächen, die durch die Höhen-Szenarien eingeschlossen werden, berücksichtigt. Es wird ermittelt, welcher Futterertrag möglich ist und welche Fütterung damit vorgenommen werden kann.

5.2 Ergebnisse der Potentialabschätzung

Die 6.624 Betriebe des Szenarios A verfügen laut Angaben von InVeKoS über eine Fläche von 154.000 ha Dauergrünland und über eine Ackerfläche von 3.200 ha. Auf dieser Ackerfläche werden hauptsächlich Mais, Winterweizen sowie Sommer- und Wintergerste angebaut. Ferner bewirtschaften rund 780 dieser Betriebe ihre Höfe biologisch.

Die Aufteilung der Flächen innerhalb des Szenarios B ist der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Tabelle 8: Verfügbares Dauergrünland und Ackerland in den betrachteten Agrargebieten

Szenario B	Betriebe	Anteil ökologisch bewirtschaftet	Dauergrünland ha	Acker ha
Alpen	5.595	10,2 %	122.591	1.132
Alpenvorland	8.010	12,4 %	180.728	13.534
Voralpines Hügelland	8.096	6,5 %	129.225	79.204
Gesamtergebnis	21.701	9,6 %	432.544	93.870

Während im Agrargebiet Alpen nur rund 1.100 ha Ackerfläche zur Verfügung stehen, nimmt diese Fläche zusammen mit dem Alpenvorland fast 15.000 ha ein. Auf den Ackerflächen der Agrargebiete Alpen und Alpenvorland werden neben Mais, Weizen und Gerste auch Hafer und Triticale in erwähnenswerter Menge angebaut. Dennoch ist eine autarke Versorgung der Betriebe mit Kraftfutter auch damit nicht zu erbringen. Die Fütterung kann bei eigener Futtererzeugung somit nur auf Grünfutter basieren und ist dadurch mit erheblichen Abstrichen in der Milchleistung (durchschnittliche Jahresleistung zwischen 4,5 t und 5,0 t Milch) und Mastleistung (vgl. dazu Schlachtgewichtsausbeute mit -25 % in obiger Tabelle) verbunden. Ferner ist bei Nutzung der bisher eingesetzten Tierrassen bei einer derartigen Fütterung von einer Beeinträchtigung der Tiergesundheit (Energiedefizit) auszugehen.

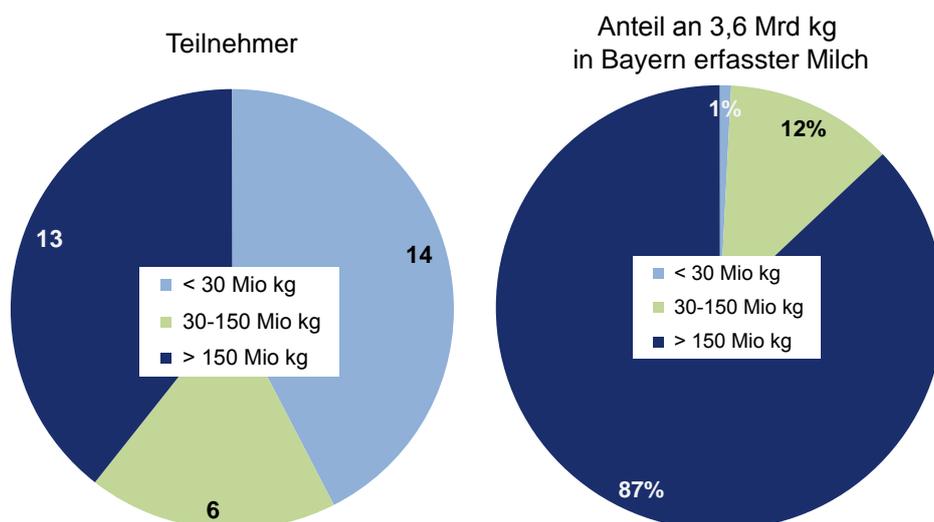
6 Vermarktungswege für „Bergprodukte“ aus bayerischer Produktion – Beispiel Molkereierzeugnisse

Da sich das marktrelevante Angebot an Bergprodukten letztlich auf Milch und Milchprodukte beschränkt, wurde unter Milchverarbeitern im März 2012 eine Primärerhebung zur Vermarktungssituation von Bergprodukten durchgeführt. Nachfolgend sind die wichtigsten Ergebnisse dieser Umfrage kurz dargestellt.

6.1 Vorgehensweise zur Erhebung der Vermarktungssituation und Beschreibung der Stichprobe

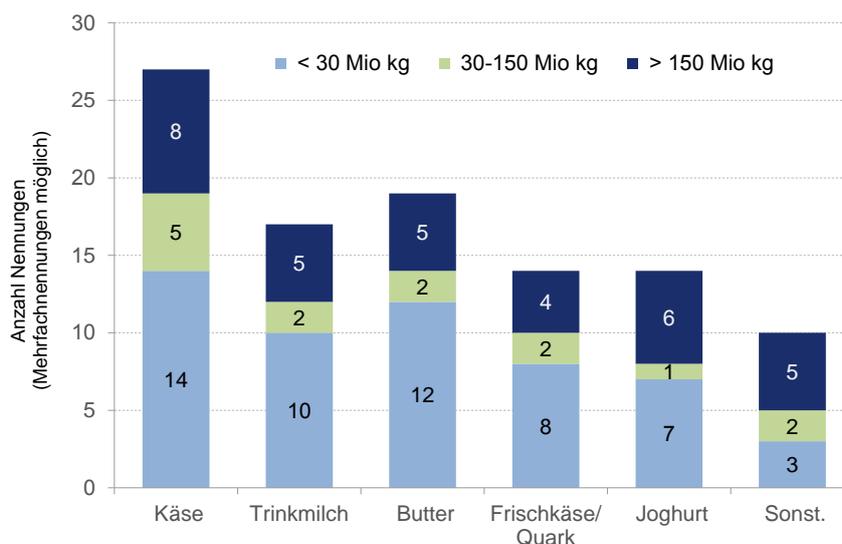
Unter 41 Molkereien und Sennereien, die eine Betriebsstätte in den Agrargebieten Alpen, Alpenvorland bzw. Voralpines Hügelland betreiben bzw. Milch in dieser Region erfassen, wurde eine Befragung zur Vermarktungssituation von „Bergprodukte“ durchgeführt. Es ist festzuhalten, dass bis auf einzelne Sennereien und eine Käserei die Molkereiunternehmen keine Verarbeitungskapazitäten in Berggebieten nach VO (EG) 1257/1999 haben. Nach telefonischer Erstkontaktaufnahme wurde an die Unternehmen ein Fragebogen mit 12 geschlossenen Fragen per E-Mail oder Fax gesandt. Nach 14 Tagen wurde gegebenenfalls ein Telefonat zur Erinnerung geführt.

Es beteiligten sich 33 Unternehmen, dies entspricht einem Anteil von 80 %. Da mit einer Ausnahme alle bekannten größeren Milchverarbeiter aus der Region an der Befragung teilnahmen, sind rund 90 % der marktrelevanten Milchmengen aus Berggebieten berücksichtigt. Die nachfolgende Abbildung zeigt, dass 14 der befragten Betriebe jeweils weniger als 30 Mio kg Milch und 13 jeweils mehr als 150 Mio kg Milch jährlich verarbeiten. Insgesamt erfassen alle 33 Unternehmen 3,6 Mrd kg Milch in Bayern; dies jedoch nicht ausschließlich in Bergregionen. Die kleinen Betriebe haben daran einen Anteil von 1 %, dies entspricht 36 Mio kg Milch.



Die nachfolgende Abbildung zeigt das Produktionsspektrum der befragten Molkereien. Die Produktpalette umfasst insbesondere bei den kleinen Molkereien und Sennereien Käse, Butter und Trinkmilch. Auch bei den mittleren und großen Betrieben dominiert Käse.

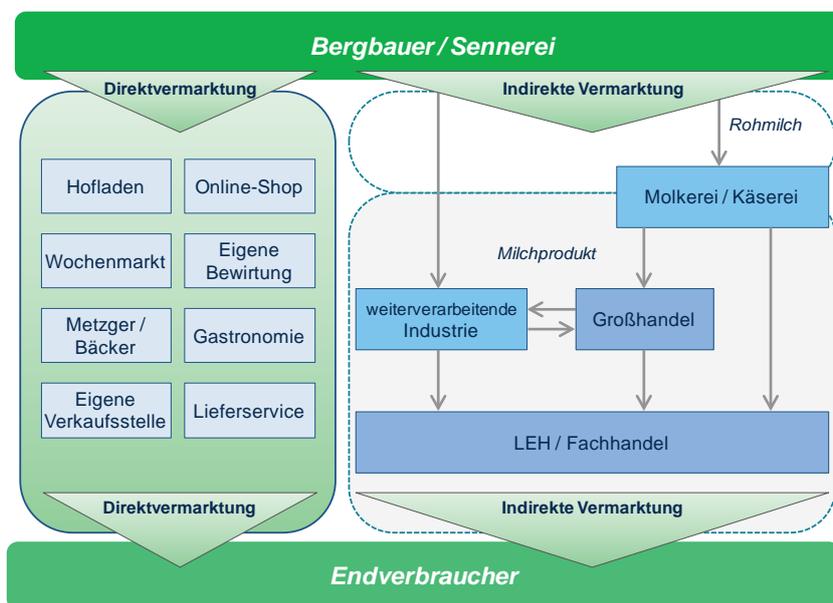
Abbildung 5: Produktionssortiment der Molkereien



6.2 Darstellung der Vermarktungswege

Grundsätzlich kommen für die Vermarktung der Produkte sowohl durch den einzelnen Landwirt als auch Sennereien und Molkereien die Direktvermarktung und/oder die indirekte Vermarktung an die weiterverarbeitende Industrie oder auch den Groß- und Einzelhandel in Betracht. Nachfolgende Abbildung zeigt die vielfältigen Möglichkeiten, die sich für die Vermarktung anbieten.

Abbildung 6: Vermarktungswege



Quelle: Eigene Darstellung

Für die Unternehmen der Größenklassen > 30 Mio kg Milchverarbeitung spielen bei der Vermarktung die Wege überregionaler Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und Großhandel die wichtigste Rolle. Teilweise werden noch Abnehmer in der überregionalen Industrie oder Gastronomie angeführt. Bei den kleinen Unternehmen sind regional der Hofladen, Wochenmärkte, eigene Bewirtung, die Gastronomie, der LEH sowie die Belieferung des

Nahrungsmittelhandwerks die Vermarktungswege der Wahl. Für den überregionalen Verkauf wird wiederum mit dem LEH, der Gastronomie und dem Nahrungsmittelhandwerk zusammengearbeitet. Zudem wird neben dem Großhandel auch der Online-Handel von sieben Unternehmen als Vermarktungsweg genannt.

6.3 Verwendung relevanter Herkunftsangaben in Produktnamen

6.3.1 Beispiele zur Verwendung einschlägiger Begriffe zur Produktvermarktung

Bislang haben schon einige Molkereien, Käsereien, Schokolade-Produzenten und auch der Lebensmitteleinzelhandel Begriffe in der Werbung oder Produktkennzeichnung verwendet, die die Nähe zum Berggebiet darstellen bzw. die die Herkunft aus Berggebiet darzustellen sollen. Nachfolgend werden zu den Begriffen Alm, Alp, Senn, Berg und Alpen aktuelle Produkte vorgestellt.

Darunter sind auch mit großem Aufwand sowohl regional als auch national etablierte Markenprodukte zu finden. In den Produktinformationen wird explizit auf die Herkunft des Rohstoffes Milch aus den Bergen bzw. den Alpen verwiesen und mit einem Produzenten-eigenen Siegel z.B. bei den Schokoladen Ritter Sport und Milka der 100%-Anteil Alpenmilch garantiert.

Abbildung 7: Beispiele Produktname „Alm“



Quelle: Käserei Herzog⁶, Bergader⁷, Andechser Molkerei⁸, Ehrmann AG⁹

Abbildung 8: Beispiele Produktname „Alp“ und „Senn“



Quelle: Schönegger Käse Alm¹⁰, Baldauf Käse¹¹, Andechser Molkerei¹², Käserei Herzog¹³

⁶ <http://www.landkaeserei-herzog.de/website.php?id=/index/home/produkte/schnittkaese/almkaese.htm>, Stand: 09.01.2012

⁷ http://www.bergader.de/marken/almkaese_SB.htm, Stand: 09.01.2012

⁸ http://www.andechser-natur.de/bioproducte/produktsortiment/butter_sahne/?tx_ttproducts_pi1%5BbackPID%5D=18&tx_ttproducts_pi1%5Bproduct%5D=11&tx_ttproducts_pi1%5Bcat%5D=19&cHash=f189cad7c5, Stand: 09.01.2012

⁹ <http://www.ehrmann.de/#/produkte/almighurt/sorten/almighurt-frucht>, Stand: 13.01.2012

¹⁰ <http://www.schoenegger-shop.de/oxid.php/sid/x/shp/oxbaseshop/cl/details/anid/c3d45af2cd0aef348.55156217/Heumilch-Alpkaese/>, Stand: 09.01.2012

¹¹ <http://www.baldauf-kaese.de/?p=products&i=-1&pid=6>, Stand: 16.01.2012

¹² http://www.andechser-natur.de/bioproducte/produktsortiment/kaese/?tx_ttproducts_pi1%5BbackPID%5D=145&tx_ttproducts_pi1%5Bproduct%5D=282&tx_ttproducts_pi1%5Bcat%5D=7&cHash=8cb450712b6c7c511ebc9ba7fb625886, Stand: 09.01.2012

¹³ <http://www.landkaeserei-herzog.de/website.php?id=/index/home/bio/produkte/senn236.htm&sid=28b23f40f808856d163397e4f5cf>, Stand: 13.01.2012

Abbildung 9: Beispiele Produktname „Berg“ bzw. Auslobung „Bergbauernmilch“



Quelle: Zottl¹⁴, Molkerei Berchtesgadener Land¹⁵ 16, Allgäuland Käsereien¹⁷

Abbildung 10: Beispiele Dachmarke „Alpenküche“ und „Alpenmark“



Quelle: Aldi-Süd¹⁸

Abbildung 11: Beispiele Produktname „Alpen“



Quelle: Allgäuer Alpenmilch GmbH¹⁹, Molkerei Weihenstephan²⁰, Alnatura²¹, Käserei Herzog²², Meggle²³, Stollwerk²⁴, Kraft Foods²⁵, Ritter Sport²⁶

¹⁴ http://www.zottl.de/index.php/zottl/dt/unsere_marken/zottl_bayerntaler/zottl_bayerntaler_kraeftig_wuerzig, Stand: 16.01.2012

¹⁵ http://www.molkerei-bgl.de/bb_butter_buttermilch.html?SYS_rahmeninnen_index=2, Stand: 16.01.2012

¹⁶ http://www.molkerei-bgl.de/bb_milch.html?SYS_rahmeninnen_index=2, Stand: 16.01.2012

¹⁷ <http://www.allgaeuland.de/handel/unsereproduktmarken/index.html>, Stand: 16.01.2012

¹⁸ http://www.aldi-sued.de/de/html/offers/2867_30876.htm, Stand: 09.01.2012

¹⁹ <http://www.gluecksklee.de/frameset.php?category=ueberuns>, Stand 13.01.2012

²⁰ <http://www.molkerei-weihenstephan.de/#/Produkte/Milch>, Stand 09.01.2012

²¹ http://fdb.info/db/de/lebensmittel/alnatura_alnatura_alpenmilch_haltbar_1_5prozent_fett/foto.html, Stand: 16.01.2012

²² <http://www.landkaeserei-herzog.de/website.php?id=/index/home/produkte/weichk%E4se/steinbuscher.htm>, Stand: 09.01.2012

²³ <http://www.meggle.de/meggle/Alpenbutter/>, Stand: 09.01.2012

²⁴ http://www.alpia.de/alpengenuss_schokolade.html, Stand: 09.01.2012

²⁵ http://www.kraftfoods-presse.at/milka/milka_tafeln/milka_100__alpenmilch/, Stand: 09.01.2012

²⁶ <http://shop.ritter-sport.de/b2c/250g-alpenmilch.html>, Stand 09.01.2012

Eine Studie aus dem Jahr 2009, „Zusatznutzen Berg? Argumente für den Konsum von Bergprodukten“ von Matscher & Schermer ermittelte bei den Teilnehmern, dass Abbildungen mit Bergen und Almen besonders starke Emotionen hervorrufen. Die Aufzählungen ergaben „eine schier endlose Liste an positiven Aspekten und Gefühlszuständen wie etwa Gemütlichkeit, Ruhe, glückliche Tiere, glückliche Menschen, harmonisches Ambiente, Einfachheit, Heimat, Reinheit, Produktqualität, biologische Herstellungsweise und Authentizität“²⁷.

Des Weiteren wurde festgestellt, dass die Befragten scheinbar „auch eine genaue Vorstellung davon [...] haben, welche Ortschaften, Regionen, Länder usw. mit Berg in Verbindung stehen; so werden z.B. Produkte aus der Schweiz grundsätzlich als Bergprodukte wahrgenommen, unabhängig davon, ob sich im Produktnamen oder auf der Produktverpackung ein Berg befindet oder erwähnt wird“²⁸. Aus diesem Grund kommt der Nutzung von Abbildungen und Begriffen zur Thematik „Berg“ und der damit möglichen höheren Wertschöpfung für die Unternehmen ein besonderer Stellenwert in der Betrachtung zu.

6.3.2 Ergebnisse der Befragung zur Verwendung relevanter Begriffe

Von den 33 Unternehmen gaben 24 an, einen der Begriffe Alm, Alp, Berg, Senn oder Alpen zu verwenden. Dies gaben alle 14 kleinen Unternehmen an sowie drei der mittleren Molkereien und sieben der großen Molkereien. Am häufigsten wird der Begriff „Berg“ genutzt, sechs Unternehmen markieren alle ihre Produkte mit einem solchen Begriff und sieben Unternehmen die meisten ihrer Produkte. Alle 24 Unternehmen verwenden einen der Begriffe in der Produktbezeichnung, häufig werden diese aber auch in einem Label oder Schriftzug eingesetzt.

6.3.3 Darstellung von Produktionsstandorten im bayerischen Alpenraum

Eine Richtlinie von EuroMARC, Ergebnis eines Forschungsprojektes von Euromontana und Partnern²⁹ in den Jahren 2002-2004, gibt vor, dass „die Ausgangsstoffe grundsätzlich aus der jeweiligen Bergregion stammen und auch dort verarbeitet werden sollten, wobei ein besonderes Augenmerk auf die Produktqualität, den Erhalt der Traditionen sowie die Erkennbarkeit der Herkunft der Erzeugnisse gelegt werden muss“³⁰.

Nachfolgende Abbildung zeigt die Molkereien und Sennereien, die einen Betriebsstandort in einem der Agrargebiete Alpen, Alpenvorland bzw. dem Voralpinen Hügelland haben. Die Anzahl und damit auch Produktionskapazität nach dieser Betrachtungsweise fällt relativ groß aus und schließt auch mehrere Unternehmen ein, die Vermarktungskonzepte zur Thematik Bergprodukt verfolgen (vgl. dazu Kapitel 6.3.1). Wird die Definition des Szenarios A „Ausgleichszulage“ zugrunde gelegt, liegen nur noch wenige Standorte in der Gebietskulisse „Berggebiet“ definiert nach RL (EWG) (465/1986). Insbesondere erfüllen nur einige Sennereien im Allgäu sowie eine weitere Käserei das Kriterium über 800 m zu wirtschaften.

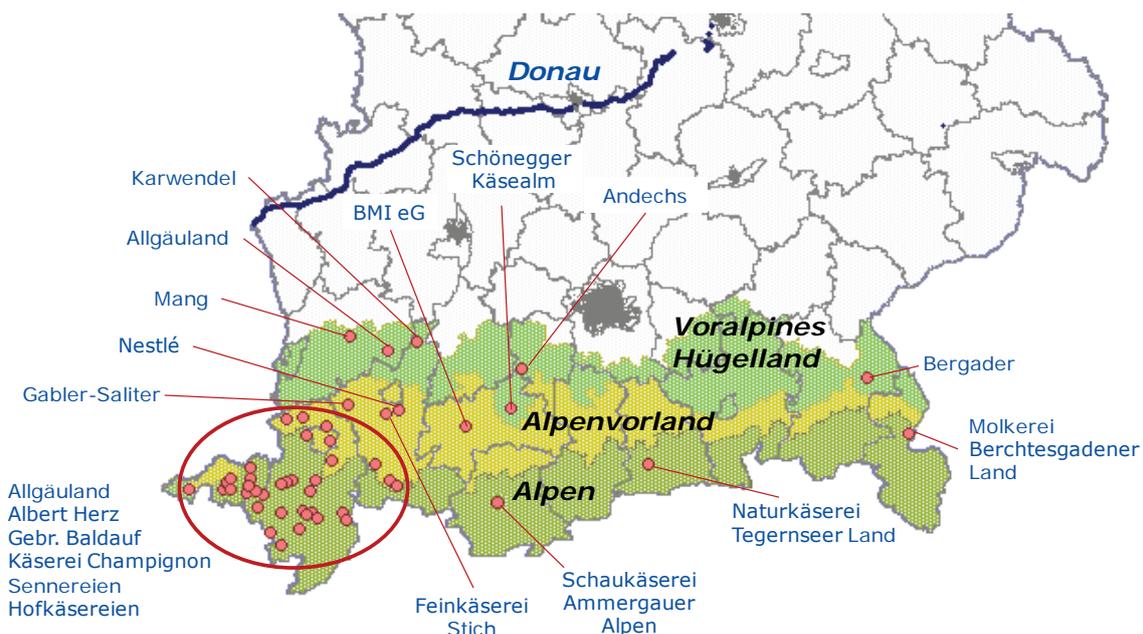
²⁷ Matscher & Schermer (2009), S. 131

²⁸ ebenda

²⁹ Vgl. <http://www.euromontana.org/en/themes-de-travail/mountain-products.html>, Stand. 20.08.2012

³⁰ Euromontana (o.J.), S. 3f.

Abbildung 12: Molkereien im bayerischen Alpenraum



Quelle: Eigene Darstellung

In der nächsten Abbildung ist deutlich erkennbar, dass der bayerische Anteil an den Alpen im Vergleich zu den anderen Anrainer-Staaten Österreich, Schweiz, Italien und Frankreich sehr gering ist. In Österreich entfallen z.B. allein 70 % der Katasterfläche auf das Berggebiet mit knapp 89.000 landwirtschaftlichen Betrieben.³¹ Die landwirtschaftliche Nutzfläche im Berggebiet entspricht einem Anteil von etwas mehr als 50 %.³²

Abbildung 13: Die Alpen



Quelle: Darstellung Gelände, Google Maps - © 2012 Google

Ebenso weisen nicht nur Österreich, sondern auch die anderen genannten Länder aufgrund des hohen Flächenanteils an den Alpen höhere Verarbeitungskapazitäten für die Rohstoffe im Berggebiet auf als Bayern.

³¹ Vgl. Kirner (2009), S. 3 und Lebensministerium (2011)

³² ebenda

6.4 Mehrwert durch Vermarktung als Bergprodukt

Von den 24 Unternehmen, die einen der Begriffe Alm, Alp, Berg, Senn oder Alpen zur Vermarktung verwenden, sehen 13 einen Gewinn an Mehrwert für Ihre Produkte, vier Molkereien sehen dies zumindest teilweise als gegeben an. In der Befragung wurde ein möglicher Mehrwert nicht quantifiziert. Aus Gesprächen mit Molkereivertretern ging jedoch hervor, dass für Milch von Berglandwirten nach VO (EG) 1257/1999 ein um ein Cent höherer Milchpreis gezahlt wird.

Eine Schweizer Studie aus dem Jahr 2006 zur „Zahlungsbereitschaft für ausgewählte Nahrungsmittel aus dem Berggebiet“ ergab in der vorsichtigeren Analyse, dass Konsumenten zwischen 7 und 16 Rappen (entspricht 6 €-Cent bis 13 €-Cent, Umrechnungskurs Stand August 2012) Aufpreis für ein Produkt aus dem Berggebiet zu zahlen bereit sind, da „in Bergmilch im Vergleich zu Milch aus dem Talgebiet ein gewisser Mehrwert gesehen wird“. Der Autor gab jedoch auch an, dass diese Zahlungsbereitschaft u.a. „von der momentanen Verfassung des Kunden, der Kaufumgebung, der Art und der Präsentation des Produktes und der Auswahl an anderen Produkten beeinflusst“ wird.³³

³³ Mühlethaler (2006), S. 44

7 Möglichkeiten der Einhaltung und des Nachweises staatlich definierter Vorgaben bei Erzeugung und Verarbeitung

Ein nicht zu vernachlässigender Aspekt bei der Untersuchung der Auswirkungen der neuen EU-Qualitätspolitik sind die Möglichkeiten der Einhaltung und des Nachweises staatlich definierter Vorgaben z.B. durch eine Zertifizierung. Im Fragebogen wurden deshalb auch bereits verwendete Zertifizierungen abgefragt, ebenso ob Milch von „Berglandwirten“ – definiert nach VO (EG) 1257/1999 – erfasst wird und der Status „Berglandwirt“ auch geprüft wird.

Danach sammeln 17 Unternehmen Milch von „Berglandwirten“. Tatsächlich geprüft, ob der Status erfüllt ist, wird dies von sieben Unternehmen. Eine Zertifizierung zur Verwendung eines der Zeichen „Geprüfte Qualität Bayern“, „EU-Biosiegel“, „ohne Gentechnik“ etc. haben 25 Unternehmen. Die Zeichen „ohne Gentechnik“ mit 13 Nennungen und „EU-Biosiegel“ mit 11 Nennungen sind dabei am stärksten vertreten.

8 Handlungsempfehlungen

Der Berglandwirtschaft kommt in Bayern eine hohe Bedeutung als Lebens- und Wirtschaftsraum zu, der sich u.a. das „Bayerische Bergbauernprogramm“ verpflichtet fühlt. Das geplante EU-Qualitätspaket möchte der Berglandwirtschaft für die Vermarktung ihrer Produkte einen besonderen Schutz zukommen lassen. Dabei gilt es, den Aufwand für die Erzeugung der Produkte und die Kontrolle geforderter Auflagen dem möglichen Ertrag durch die Schutzmaßnahmen gegenüberzustellen.

Nach den Ergebnissen dieser Arbeit erachten wir folgende Punkte aus bayerischer Sicht für sinnvoll zu berücksichtigen:

Erzeugung

- Zur Kategorie „Berglandwirtschaft“ sind alle Betriebe zu zählen, die Ausgleichszulage nach VO (EG) 1257/1999 erhalten. Für die Erzeugung von Milch und Rindfleisch sollten keine weiteren Einschränkungen bezüglich des Futterzukaufs, der Weidenutzung u.a.m. vorgegeben werden, da die in der Bergregion vorhandenen Bewirtschaftungsschwernisse nicht noch verstärkt werden sollen.
- Eine Zertifizierung neben den bisher schon genutzten (z.B. *ökologisch* oder *ohne Gentechnik*) sollte für den Standardbetrieb (konventionelle Erzeugung) nicht erfolgen, da für eine einzelbetriebliche Zertifizierung auf Basis von Dokumenten mindestens 100 Euro jährlich aufzubringen sind. Nichtsdestotrotz könnte es eine für die Vermarktung fakultative Ergänzung sein, die Produkte ökologisch bzw. ohne Gentechnik zu erzeugen.

Verarbeitung

- Für die Verarbeitung von Rohstoffen (Milch und Fleisch) aus dem Berggebiet sind Betriebe zuzulassen, die im Berggebiet oder einer angrenzenden Region (z.B. innerhalb des Landkreises, Nachbarlandkreis) liegen. Dadurch ist einerseits eine ausreichende räumliche Nähe zur Urproduktion gegeben und andererseits bieten sich den Rohstoffen Milch und Fleisch aus dem Berggebiet größere Verarbeitungskapazitäten und ein stärkeres Vermarktungspotential.
- Eine Zertifizierung der Verarbeitungsbetriebe ist vorzugeben, um den Verbraucher in ausreichendem Maß vor Täuschung zu schützen.

Kettenübergreifend

- Vereine, Verbände, Arbeitsgruppen etc. der betroffenen Kettenglieder sollten eine aktivere Rolle bei der Gestaltung der Qualitätsanforderungen auf nationaler und europäischer Ebene spielen. Es ist zu empfehlen, dass dabei auch eine länderübergreifende Koordinierung der Maßnahmen vorgenommen wird.

Politik

- Die im Vertrag von Lissabon geschaffene Option der delegierten Rechtsakte sollte bei der Zuordnung der einzuschließenden Erzeuger und Verarbeiter genutzt werden. Somit kann den spezifischen Gegebenheiten und Anforderungen der wertschöpfenden Stufen Rechnung getragen werden, indem bestimmte technische Einzelheiten national festgelegt werden und somit bestehende Strukturen und Initiativen erhalten bleiben, die im Grundsatz die Anforderungen an eine Erzeugung und Verarbeitung im Berggebiet erfüllen.
- Des Weiteren sollte zur Förderung der Vermarktung der Erzeugnisse aus Bergproduktion eine länderübergreifende Allianz aufgebaut werden. Das Austauschen von Erfahrungen zur Produktion und Vermarktung sowie konzertierte Werbeinitiativen z.B. generischer Art sind geeignet die Produkte im Markt besser zu positionieren und damit eine höhere Wertschöpfung zu erreichen.

Literaturverzeichnis

- AMTSBLATT DER EUROPÄISCHEN UNION (2003): Bericht des Ausschusses der Regionen über eine „Gemeinschaftsaktion für die Berggebiete“ (2003/C 128/05), S. 25-40.
- BAYERISCHE LANDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT (LfL) (Hrsg.) (2011a): Fleisch- und Geflügelwirtschaft in Bayern 2010. München.
- BAYERISCHE LANDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT (LfL) (Hrsg.) (2011b): Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft 2010. München.
- EUROMONTANA (Hrsg.) (O.J.): Richtlinien für die Entwicklung, Förderung und Vermarktung von Bergprodukten: Ein Ratgeber für Akteure in den Wertschöpfungsketten. Online im Internet: http://www.euromontana.org/images/stories/projets/EuroMARC/docs_NL_et_actes/guidelines_euromarc_report_final_de.pdf, Stand: 20.08.2012.
- HELLER, S. & MEILI, E. (2001): Bioweidemast – Qualitäts-Rindfleisch aus dem Grundfutter. Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Frick.
- KIRNER, L. (2009): Wettbewerbsfähigkeit der Berglandwirtschaft: Entwicklungen und Tendenzen, Online im Internet: http://www.agraroekonomik.at/fileadmin/download/KIRNER_Berggebiete%20Alpbach%20Homepage.pdf, Stand 20.08.2012.
- LEBENSMINISTERIUM (Hrsg.) (2011): Bergbauern in Österreich. Online im Internet: http://www.lebensministerium.at/land/laendl_entwicklung/bergbauern-az/Bergbauern.html, Stand: 20.08.2012.
- MATSCHER A. & SCHERMER M. (2009): Zusatznutzen Berg: Argumente für den Konsum von Bergprodukten. In: Agrarwirtschaft, Jahrgang 58/2, Frankfurt am Main, S.125-134.
- MÜHLETHALER, K. (2006): Zahlungsbereitschaft für ausgewählte Nahrungsmittel aus dem Berggebiet. In: Agrarwirtschaft und Agrarsoziologie (1), Zürich, S. 33-47.
- STMELF (Hrsg.) (2006-2011): Zentrale InVeKoS Datenbank, Online im Internet: <http://www.zi-daten.de/>, Stand 20.08.2012.
- STMELF (Hrsg.) (2012): Bayerischer Agrarbericht 2012. Online im Internet: <http://www.agrarbericht-2012.bayern.de>, Stand: 20.08.2012.
- WÜRFL, P., DÖRFLER, J. & RINTELEN, P.-M. (1983): Die Einteilung Bayerns in Landwirtschaftliche Standorte, Landwirtschaftliche Erzeugungsgebiete und Agrargebiete. In: Bayerisches Landwirtschaftliches Jahrbuch, Jahrgang 61, Heft ¾, München, S. 377-423.

Anhang



Fragebogen „Bergprodukte“

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft
Institut für Ernährung und Markt (IEM)
Menzinger Str. 54, 80638 München
www.lfl.bayern.de/iem

Ansprechpartner:
Corina Jantke Tel. 089/17800-142
Ludwig Huber Tel. 089/17800-451

Ihre Antworten werden streng vertraulich behandelt und in der Auswertung anonymisiert!

Angaben für Rückfragen

Firma: Kontaktperson/Bereich:
Telefon: E-Mail:

1. Welche Produkte führen Sie im Sortiment? (Mehrfachnennungen möglich)

Käse Trinkmilch Butter Frischkäse/Quark Joghurt Sonstiges

2. Wie hoch ist die jährliche Milchverarbeitung Ihres Unternehmens?

unter 30 Mio. kg 30 – 150 Mio. kg über 150 Mio. kg

3. Vertreiben Sie ausschließlich Ihre eigenen Produkte?

Ja Nein, wir handeln mit ca.% zugekaufter Ware (Absatzanteil).

4. Welche Absatz- und Vermarktungswege nutzen Sie für Ihre Produkte? (Bitte kreuzen Sie an.)

Vermarktungsweg	regional (Umkreis < 25 km)	überregional
ab Hof/ eigener Hofladen		
eigenes Gasthaus/ eigene Bewirtung		
Bauernmarkt/ Wochenmarkt		
eigene Verkaufsstelle(n)/ Franchisepartner		
Nahrungsmittelhandwerk (Metzger, Bäcker)		
Online-Shop		
Gastronomie		
verarbeitende Industrie		
Großhandel		
Einzelhandel/ LEH/ Fachhandel		
Sonstiges (bitte benennen)		

5. Bitte schätzen Sie den Absatzanteil folgender Kundengruppen (Summe 100%):

Stammkunden (regelmäßiger Kauf, gleichbleibende Mengen) %
 Laufkundschaft (gelegentlicher Kauf) %
 Touristen, Besucher (Einmalkunden) %



Fragebogen „Bergprodukte“

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft
Institut für Ernährung und Markt (IEM)
Menzinger Str. 54, 80638 München
www.lfl.bayern.de/iem

Ansprechpartner:
Corina Jantke Tel. 089/17800-142
Ludwig Huber Tel. 089/17800-451

6. *Bewerben Sie Ihre Produkte mit einem oder mehreren der folgenden Begriffe?*
- Nein
- Ja, mit Alm Alp Berg Alpen Senn
7. *Wenn Sie die Begriffe aus Frage 6 verwenden, dann für ...*
- einzelne Produkte die meisten Produkte das gesamte Sortiment
8. *Sie nutzen die Begriffe Alm, Alp, Berg, Alpen, Senn ...*
- in der Bezeichnung des Produktes (z.B. „Bergkäse“).
- als Bestandteil eines Schriftzuges auf der Produktverpackung oder einer Banderole.
- als Bestandteil eines eigenen Labels/ Siegels/ Zeichens/ Logos.
- in der generellen Werbebotschaft Ihres Unternehmens (z.B. „direkt von der Alm“).
9. *Erzielen Sie durch die Verwendung eines bzw. mehrerer dieser Begriffe einen Mehrwert für Ihre Produkte?*
- Ja Nein teilweise nicht bekannt
10. *Nutzen Sie eine der folgenden Zertifizierungen?*
- Nein
- Ja, und zwar Geprüfte Qualität – Bayern (GQB) EU-Biosiegel
- Qualität und Sicherheit (QS) ohne Gentechnik
- Öko-Qualität garantiert – Bayern (ÖQG)
- Sonstiges.....
11. *Sammeln bzw. kaufen Sie Milch von „Bergbauern“
(= Landwirt erhält Ausgleichszulage „Berggebiet“ nach VO (EG)1257/1999)?*
- Ja Nein
12. *Prüfen Sie den Status „Bergbauer“ Ihres Lieferanten?*
- Nein Ja, durch.....

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Bitte senden Sie die Antwort an:
Corina.Jantke@lfl.bayern.de
bzw.
Fax: 089 17800 - 332