

Aus dem Institut für Marktanalyse und Agrarhandelspolitik

Josef Efken

**Fachgespräch Vermarktung : Vermarktungsstrategien
für innovative Produkt und Verfahren auf der Basis
genetischer Ressourcen für Ernährung und
Landwirtschaft**

Bericht zum Fachgespräch Vermarktung genetischer
Ressourcen, Bonn, BMVEL, 30. Sept. 2004

**Braunschweig
Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft (FAL)
2004**

J. Efken



Bundesforschungsanstalt
für Landwirtschaft

Institut für Marktanalyse und
Agrarhandelspolitik

Fachgespräch Vermarktung

Vermarktungsstrategien für innovative
Produkte und Verfahren auf der Basis
genetischer Ressourcen für Ernährung und
Landwirtschaft

Kausalkette

(Fachprogramm; Wissenschaftlicher Beirat)

> **Was:**

Erhaltung und Erhöhung der biologischen Vielfalt

> **Warum:**

Funktionen biologischer Vielfalt

- ökologische Funktion
- Lieferant von Leistungen
- Ressource

> **Wie:**

- soviel wie möglich (z.Z. unzureichende Auswahlkenntnisse)
- ex situ praktikabelste Lösung bzgl. Aufbewahrung
- In situ und OFM fördern sowie Hürden verringern
- aktive Nutzung von Agrarbiodiversität ist prioritär

Aktive Nutzung und Landwirtschaft

On farm Bewirtschaftung bzw.
aktive Vielfalt im Bereich
landwirtschaftlicher Kulturen und
Nutztierrassen ist immer mit der Frage
der Nutzung verbunden.

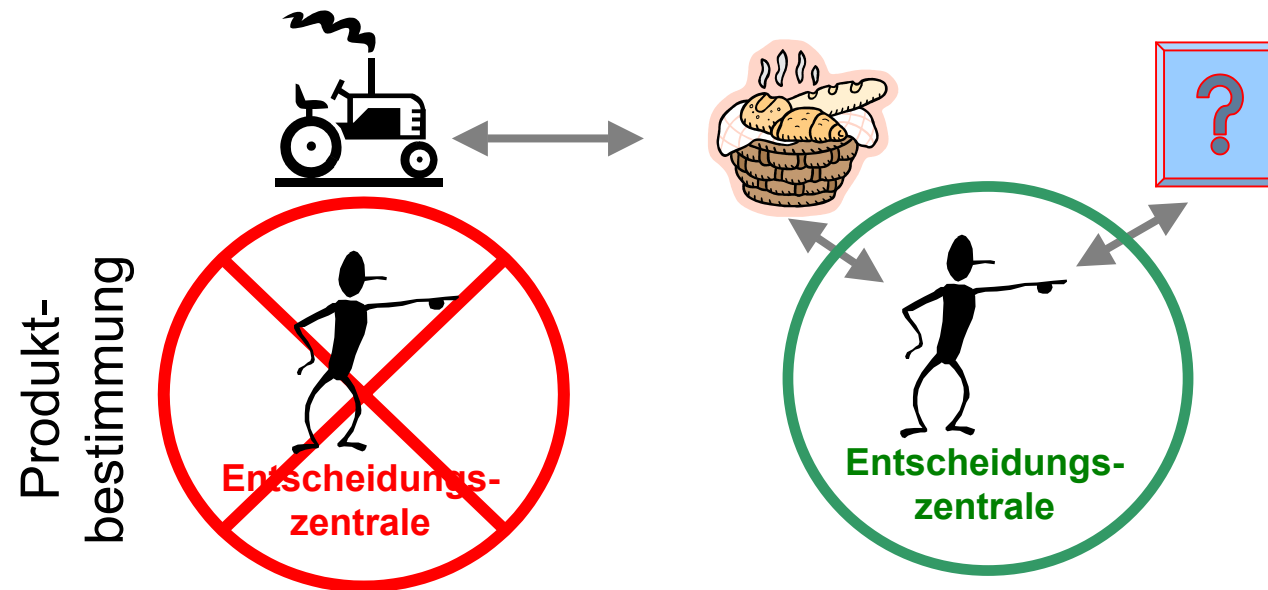
Zielsetzungen On Farm Bewirtschaftung

Praktikersicht (Göttinger Studie):

(übrigens im Schweizer Nationalplan erwähnt)

1. Erhalt PGR für zukünftige Generationen
2. Vermittlung von Kenntnissen, Erhalt Wissen
3. Naturschutz via biologische Vielfalt
4. Einkommensalternativen bzw. Finanzquelle zur Aufrechterhaltung der Aktivität

Vermarktung



Anstehende Aufgaben On Farm Bewirtschaftung

- Status-quo-Feststellung
- Produktionsgrundlagen
- Vermarktungsgespräch, -aspekte
- Programmatische Ausrichtung

Das Programm im Überblick:

1. Vermarktungsoptionen
2. Rechtliche Rahmenbedingungen
3. Praktisches Beispiel
4. CMA-Förderung von Vermarktungsinitiativen
5. Agenturen als Katalysator
6. Allgemeine Projektanforderungen
7. Resümee

Absatzwege der unterschiedlichen Vermarktungsinitiativen

Local heroes

- Geringes Produktionsvolumen
- Produktionsorientierung
- Sorte oder Rasse im Vordergrund



Direkter Absatz
Gastronomie
Selbst. Einzelhändler
Örtliche Fachhändler
Bio-Läden

Erzeugergemeinschaften

- Größeres Produktionsvolumen
- Zusätzlich Vertriebsorientierung
- Beteiligung an überregionalen Kennzeichnungsinitiativen



Direkter Absatz
Gastronomie
Selbst. Einzelhändler
Örtliche Fachhändler
Bio-Läden
Großhandel
Großverbraucher

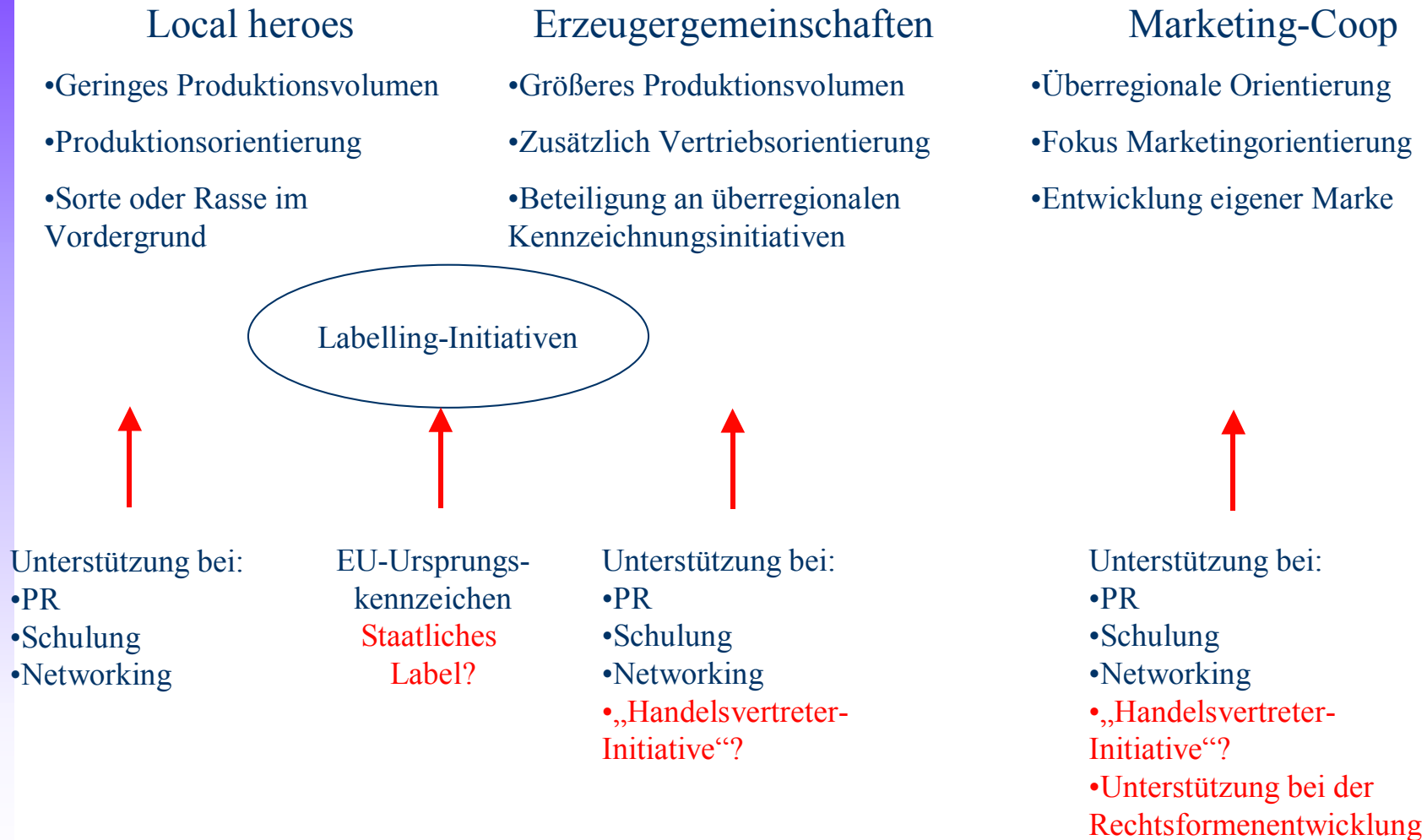
Marketing-Coop

- Überregionale Orientierung
- Fokus Marketingorientierung
- Entwicklung eigener Marke



Direkter Absatz
Gastronomie
Selbst. Einzelhändler
Örtliche Fachhändler
Bio-Läden
Großhandel
Großverbraucher
Industrie
Filialisierter LEH

Handlungsoptionen für die Politik



Vermarktung

Das Programm im Überblick:

1. Vermarktungsoptionen
2. Rechtliche Rahmenbedingungen
3. Praktisches Beispiel
4. CMA-Förderung von Vermarktungsinitiativen
5. Agenturen als Katalysator
6. Allgemeine Projektanforderungen
7. Resümee

- Eigeninitiative
- Selbstbestimmung
- inhaltliches und gesellschaftliches Fundament
- Professionelles Vorgehen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Galionsfiguren

- Beratungsnotwendigkeit
- Kooperationsbereitschaft
- Netzwerkbildung

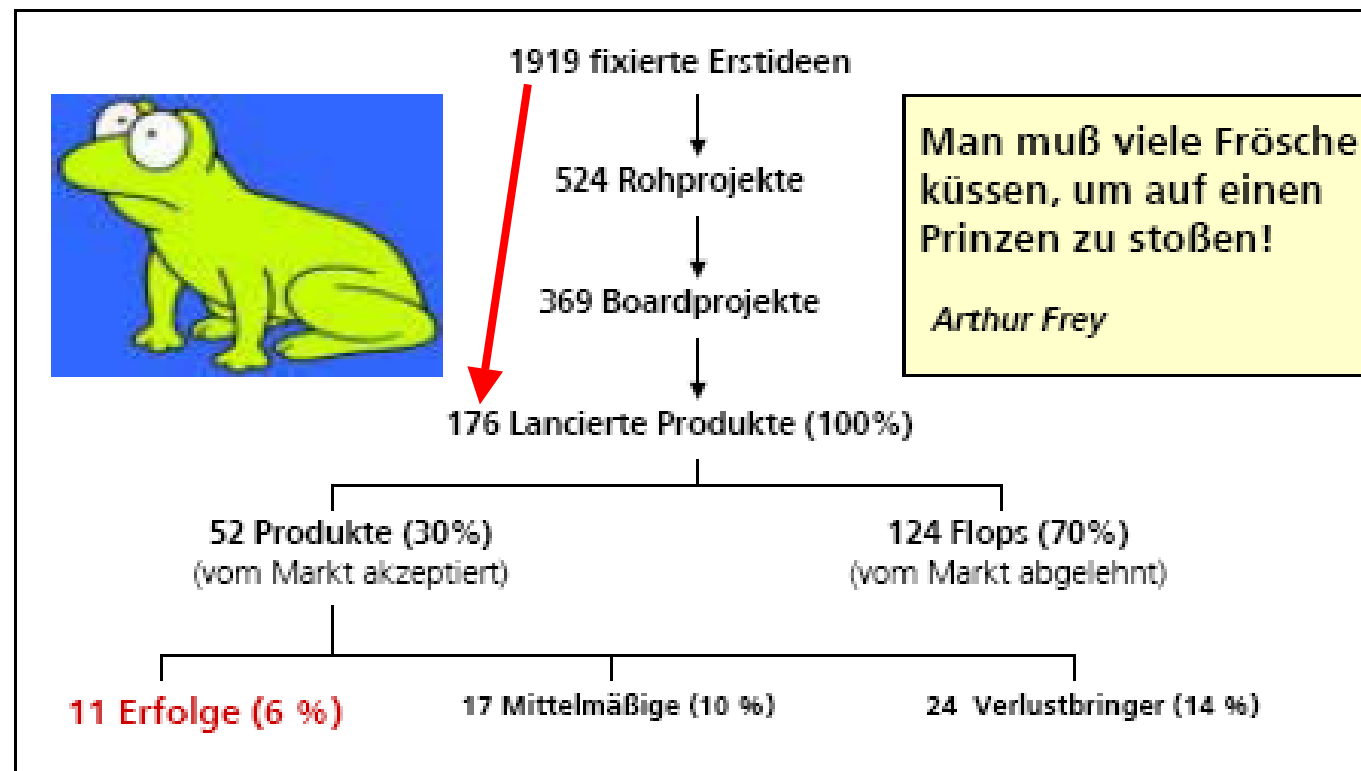


Fachgespräch Vermarktung genet. Ressourcen in Bonn 8 Juni 2004



Empfehlungen: (Vorbemerkung 1)

Häufigkeit von Fehlschlägen bei Innovationen ^{5/42}



Kienbaum, vgl. Manager Magazin 4/29.3.1993, 217.

Empfehlungen: (Vorbemerkung 2)

Es handelt sich überwiegend um Einzelkämpfer
oder Initiativen mit hohem Engagement,
... allerdings mit erheblichen
„Enttäuschungserfahrungen“
... und ziemlicher Zeitknappheit (z.T. aufgrund des
Engagements)

Empfehlungen:

1. Unmittelbar, d.h. bzgl. Projekte:

1. technische Aspekte:

- Analyse- und Züchtungsunterstützung
 - z.B. Möglichkeiten der Unterstützung durch Forschungseinrichtungen
 - zur Analyse von Produkten bzgl. Inhaltsstoffen
 - zur Unterstützung von Zuchtprogrammen
- Rahmenvereinbarungen notwendig?
- Technische Anlagen zur Erzeugung marktfähiger Produkte bzw. zur Vermarktung
 - (Lagerhaltung, kleingewerbliche Verarbeitungseinrichtungen [Fleischverarbeitung; Mosterei; Abpackung])

Empfehlungen:

1. Unmittelbar:

2. ‚Managementhilfen‘:

Es fehlt nicht an Engagement und produktionsspezifischem Wissen sondern an Management-Know-how; Netzwerken; Informationen, Zeit, Strategie und Perspektive

⇒ Akteure benötigen ‚allwissenden‘ Ansprechpartner:
Wo gibt es Hilfe, Partner, Förderung, Analyselabors etc.

⇒ Grundsatz:

- Die engagierte(n) Person(en) an die Hand nehmen‘
- ‚Nicht von einer Stelle zur anderen schicken‘

Empfehlungen:

1. Unmittelbar:

2. ‚Managementhilfen‘:

On farm Aktivitäten benötigen eine
Zeitplan

⇒ bzgl. regionale Agenturen

- Betreuung aus einer regionalen Agentur, die gemeinsam mit anderen Agenturen das regionale Netzwerk bilden
- die regionale Agentur benötigt selbst ein Netzwerk
- Methodenvorschlag: business-Plan erstellen; evtl. in Gründungswettbewerbe einbinden → Schulung und Umsetzung (vgl. Clausen; IÖW)

Allg. Aspekte:

- Unternehmensgründung
–führung
- Vermarktungskennnisse
–netzwerke

OFM-spezifische Aspekte:

- Produkt, Produktgestaltung
- Recht
(Unternehmen/Handel),
- Vertrieb

Empfehlungen:

2. Mittelbar, d.h. Organisation der Unterstützung:

- länderübergreifende Koordination und inhaltliche Abstimmung
- Vermeidung von Unübersichtlichkeit für die Zielgruppe
- Keine Eingrenzung auf Landwirte; damit würde Großteil der Akteure ausgeschlossen

Empfehlungen:

2. Mittelbar:

- Nationale Stelle:
 - nationale Koordinationsstelle
 - nationale Netzwerkbildung
 - nationale Informationsdrehscheibe
 - nationale Beratungsstelle
- Regionale Agenturen mit ‚Betreuungskonzept‘

Empfehlungen:

2. Mittelbar:

- Öffentlichkeitsarbeit
- Sorten & Saatgutrecht: Anpassung sehr dringend notwendig; d.h. Anstrengungen auf EU-Ebene intensivieren

Vorarbeiten/Vorbereitungen:

- Staus quo
 - bestehende Aktivitäten
 - bestehende Hemmnisse/Unterstützungsbedarf
 - bestehende Fördermöglichkeiten und deren Kriterien
 - Produktionsbedingungen und Aufgabenspektrum öffentlicher Instanzen (Unterstützungspotenzial durch Forschung/Beratung/Untersuchungseinrichtungen)

Weitere notwendige Schritte:

- Arbeitsfelder
 - strategische Programmausrichtung, Ziele, Meilensteine,
 - Programmkoordination Bund-Land
 - Bewertungsschema, Projektmappe, -leitfaden
(*wenig Regelungsdichte mehr Zielvereinbarung*)