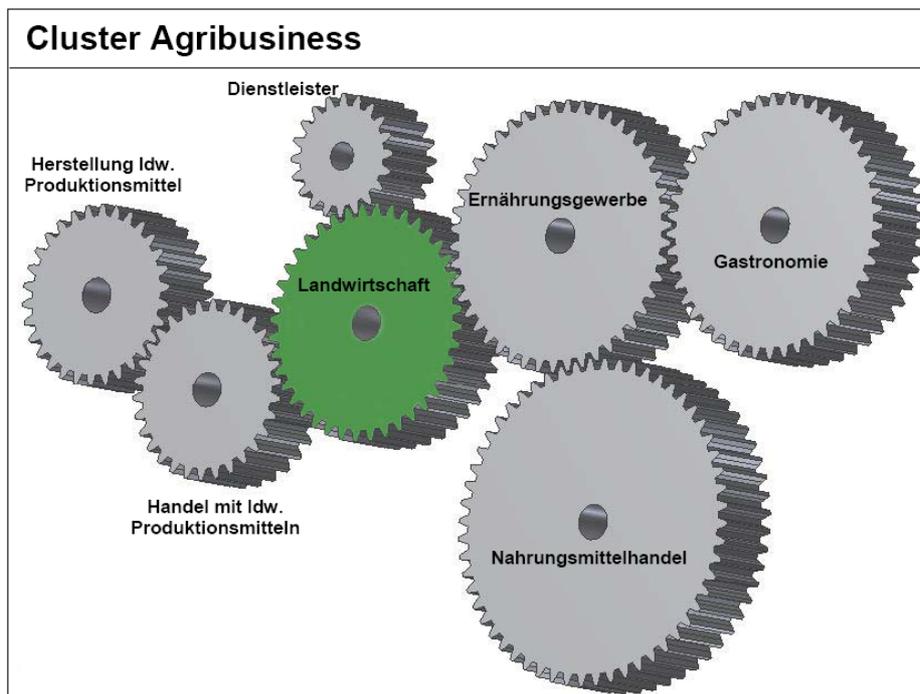




Forschungsberichte
des
Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest
Nr. 27

Volkswirtschaftliche Neubewertung des gesamten Agrarsektors und seiner Netzwerkstrukturen



Prof. Dr. Hans-Ulrich Hensche (Federführung)
Prof. Dr. Wolf Lorleberg
Dipl.-Ing. (FH) Anke Schleyer
Dipl.-Ing. (FH) Christiane Wildraut
Dipl.-Ing. (FH) Jörn Kathmann
Dipl.-Ing. (FH) Susanne Orth

© 2011

Agrarökonomie

Fachhochschule Südwestfalen
Fachbereich Agrarwirtschaft
Lübecker Ring 2
59494 Soest

Tel.: 02921 / 378-211
Fax: 02921 / 378-200

E-Mail: agrar@fh-swf.de

ISBN 987-3-940956-07-1 (Print)
ISBN 987-3-940956-08-8 (Download)

Volkswirtschaftliche Neubewertung des gesamten Agrarsektors und seiner Netzwerkstrukturen

Forschungsberichte
des
Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest
Nr. 27

Auftraggeber: Deutscher Bauernverband
Finanzierung: Landwirtschaftliche Rentenbank

Bearbeitung: Prof. Dr. Hans-Ulrich Hensche (Federführung)
Prof. Dr. Wolf Lorleberg
Dipl.-Ing. (FH) Anke Schleyer
Dipl.-Ing. (FH) Christiane Wildraut
Dipl.-Ing. (FH) Jörn Kathmann
Dipl.-Ing. (FH) Susanne Orth

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Verzeichnis der Übersichten	IV
Verzeichnis der Abbildungen	VI
Abkürzungsverzeichnis	VII
1	1
 EINLEITUNG	
2	3
 THEORETISCHE GRUNDLAGEN UND DEFINITIONEN	
2.1	3
2.1.1	3
2.1.2	4
2.1.3	4
2.2	8
2.2.1	8
2.2.2	10
2.2.3	11
2.3	14
3	15
 VOLKSWIRTSCHAFTLICHE BEWERTUNG DES AGRIBUSINESS	
3.1	15
3.1.1	16
3.1.2	17
3.1.3	18
3.2	20
3.3	26
3.3.1	27
3.3.2	30
3.3.3	32
3.3.4	33
3.4	35
3.4.1	36
3.4.2	38
3.4.3	40
3.5	42

	Seite	
3.6	Verflechtungen zu angrenzenden Wirtschaftsbereichen	44
3.6.1	Forst- und Holzwirtschaft in Deutschland	44
3.6.2	Erneuerbare Energien	46
3.7	Zwischenfazit	47
4	LANDWIRTSCHAFTLICHE SCHWERPUNKTREGIONEN	49
4.1	Definition Konzentrationsquotient	49
4.2	Methodik der Berechnungen	50
4.3	Ergebnisse	52
4.3.1	Konzentrationsquotient Ackerbau	55
4.3.2	Konzentrationsquotient Veredlung	58
4.3.3	Konzentrationsquotient Milchproduktion	62
4.3.4	Konzentrationsquotient Gartenbau	65
4.3.5	Konzentrationsquotient Weinbau	69
4.4	Zwischenfazit	72
5	UNTERSUCHUNGEN IN MODELLREGIONEN	73
5.1	Auswahl der Modellregionen	73
5.2	Schriftliche Befragung	74
5.2.1	Zielsetzung und Methodik	74
5.2.2	Inhalte der Befragung	75
5.2.3	Ergebnisse der Befragung	77
5.2.3.1	Befragungsergebnisse Modellregion Ackerbau	77
5.2.3.2	Befragungsergebnisse Modellregion Veredlung	87
5.2.3.3	Befragungsergebnisse Modellregion Milchproduktion	97
5.2.3.4	Befragungsergebnisse Modellregion Gartenbau	107
5.2.3.5	Befragungsergebnisse Modellregion Weinbau	117
5.2.3.6	Zusammenfassende Bewertung der Befragungsergebnisse	127
5.3	Ergänzende Interviews	135
5.3.1	Egonetzwerk Beispielbetrieb Ackerbau	136
5.3.2	Egonetzwerk Beispielbetrieb Veredlung	138
5.3.3	Egonetzwerk Beispielbetrieb Milchproduktion	141
5.3.4	Egonetzwerk Beispielbetrieb Gartenbau	143
5.3.5	Egonetzwerk Beispielbetrieb Weinbau	145
5.4	Zwischenfazit	147

	Seite	
6	UNTERNEHMERTUM IN DER LANDWIRTSCHAFT	149
6.1	Der Unternehmer als zentrales Element	150
6.2	Persönlichkeitsmerkmale als Grundlage des Erfolges	151
6.3	Unternehmertypen	153
6.4	Der Landwirt als Unternehmer	155
6.5	Zwischenfazit	157
7	SOESTER THESEN ZUM AGRIBUSINESS EINSCHLIEßLICH LANDWIRTSCHAFT: CLUSTER AGRIBUSINESS	159
I	Fakten	159
II	Empfehlungen	162
III	Der Beitrag der Agrarpolitik: Handlungsfelder	165
8	ZUSAMMENFASSUNG	167

Quellenverzeichnis

Anhang

Verzeichnis der Übersichten ¹

	Seite
Übersicht 2.1: Beweggründe für Kooperationen	9
Übersicht 2.2: Vor- und Nachteile regionaler Clusterbildungen	13
Übersicht 3.1: Berechnungsweg des Bruttoinlandsproduktes	17
Übersicht 3.2: NACE Re. 1.1/WZ 2003 und NACE Rev. 2/WZ 2008 im Vergleich	19
Übersicht 3.3: Liste Agribusiness-Verknüpfung WZ 2008 mit WZ 2003	23
Übersicht 3.4: Berechnung des Disaggregationsfaktors am Beispiel der Umsatzsteuerstatistik	31
Übersicht 3.5: Basisstatistiken zur Disaggregation	32
Übersicht 3.6: Agribusiness - Erwerbstätige	37
Übersicht 3.7: Agribusiness - Produktionswert	39
Übersicht 3.8: Agribusiness - Bruttowertschöpfung	41
Übersicht 3.9: Agribusiness - Unternehmen	43
Übersicht 3.10: Waldeigentumsverteilung in Deutschland	45
Übersicht 3.11: Ökonomische Kennzahlen des Wirtschaftsbereiches Forst und Holz (2008)	45
Übersicht 3.12: Anbau nachwachsender Rohstoffe	46
Übersicht 4.1: Landwirtschaftlich genutzte Fläche nach Bundesländern	51
Übersicht 4.2: Gärtnerische Nutzfläche (2005)	68
Übersicht 4.3: Mit Keltertrauben für Qualitätswein bestockte Rebfläche (2008)	71
Übersicht 5.1: Ausgewählte Modellregionen für die Befragung	73
Übersicht 5.2: Versand und Rücklauf der Fragebögen	75
Übersicht 5.3: Tierhaltung der Ackerbaubetriebe	78
Übersicht 5.4: Kontakte der Betriebsleiter (Ackerbau) zu Berufskollegen	79
Übersicht 5.5: Zulieferer der Ackerbaubetriebe	80
Übersicht 5.6: Abnehmer der Ackerbaubetriebe	83
Übersicht 5.7: Dienstleister der Ackerbaubetriebe	85
Übersicht 5.8: Gesellschaftliche Leistungen der Ackerbaubetriebe	88
Übersicht 5.9: Tierhaltung der Veredlungsbetriebe	88

¹ Alle Angaben in den Übersichten beziehen sich, soweit nicht anders ausgewiesen, auf Deutschland.

Verzeichnis der Übersichten (Fortsetzung) ¹

	Seite
Übersicht 5.10: Kontakte der Betriebsleiter (Veredlung) zu Berufskollegen	89
Übersicht 5.11: Zulieferer der Veredlungsbetriebe	90
Übersicht 5.12: Abnehmer der Veredlungsbetriebe	93
Übersicht 5.13: Dienstleister der Veredlungsbetriebe	95
Übersicht 5.14: Gesellschaftliche Leistungen der Veredlungsbetriebe	96
Übersicht 5.15: Tierhaltung der Milchviehbetriebe	98
Übersicht 5.16: Kontakte der Betriebsleiter (Milchproduktion) zu Berufskollegen	99
Übersicht 5.17: Zulieferer der Milchviehbetriebe	100
Übersicht 5.18: Abnehmer der Milchviehbetriebe	102
Übersicht 5.19: Dienstleister der Milchviehbetriebe	105
Übersicht 5.20: Gesellschaftliche Leistungen der Milchviehbetriebe	107
Übersicht 5.21: Kontakte der Betriebsleiter (Gartenbau) zu Berufskollegen	109
Übersicht 5.22: Zulieferer der Gartenbaubetriebe	110
Übersicht 5.23: Abnehmer der Gartenbaubetriebe	112
Übersicht 5.24: Dienstleister der Gartenbaubetriebe	115
Übersicht 5.25: Gesellschaftliche Leistungen der Gartenbaubetriebe	117
Übersicht 5.26: Kontakte der Betriebsleiter (Weinbau) zu Berufskollegen	118
Übersicht 5.27: Zulieferer der Weinbaubetriebe	120
Übersicht 5.28: Abnehmer der Weinbaubetriebe	122
Übersicht 5.29: Vermarktungswege der Weinprodukte	123
Übersicht 5.30: Dienstleister der Weinbaubetriebe	125
Übersicht 5.31: Gesellschaftliche Leistungen der Weinbaubetriebe	127
Übersicht 5.32: Markt- und Geschäftspartner der landwirtschaftlichen Betriebe in den Modellregionen	130
Übersicht 6.1: Grundlegende unternehmerische Fähigkeiten in der Landwirtschaft	151
Übersicht 6.2: Persönliche und charakterliche Fähigkeiten	152

¹ Alle Angaben in den Übersichten beziehen sich, soweit nicht anders ausgewiesen, auf Deutschland.

Verzeichnis der Abbildungen¹

	Seite
Abbildung 2.1: Einteilung der Definitionen zum Agribusiness	5
Abbildung 2.2: Elemente des Agribusiness	7
Abbildung 3.1: Erwerbstätige in Deutschland nach Wirtschaftssektoren	18
Abbildung 4.1: Konzentration landwirtschaftlicher Produktionsrichtungen (2005)	53
Abbildung 4.2: Konzentration im Bereich Ackerbau (2005)	56
Abbildung 4.3: Konzentration im Bereich Veredlung (2005)	59
Abbildung 4.4: Konzentration im Bereich Milchproduktion (2005)	63
Abbildung 4.5: Konzentration im Bereich Gartenbau (2005)	66
Abbildung 4.6: Konzentration im Bereich Weinbau	70
Abbildung 5.1: Entfernung der Zulieferer bei Ackerbaubetrieben	81
Abbildung 5.2: Entfernung der Abnehmer bei Ackerbaubetrieben	84
Abbildung 5.3: Entfernung der Dienstleister bei Ackerbaubetrieben	86
Abbildung 5.4: Entfernung der Zulieferer bei Veredlungsbetrieben	91
Abbildung 5.5: Entfernung der Abnehmer bei Veredlungsbetrieben	94
Abbildung 5.6: Entfernung der Dienstleister bei Veredlungsbetrieben	96
Abbildung 5.7: Entfernung der Zulieferer bei Milchviehbetrieben	101
Abbildung 5.8: Entfernung der Abnehmer bei Milchviehbetrieben	103
Abbildung 5.9: Entfernung der Dienstleister bei Milchviehbetrieben	106
Abbildung 5.10: Entfernung der Zulieferer bei Gartenbaubetrieben	111
Abbildung 5.11: Entfernung der Abnehmer bei Gartenbaubetrieben	113
Abbildung 5.12: Entfernung der Dienstleister bei Gartenbaubetrieben	116
Abbildung 5.13: Entfernung der Zulieferer bei Weinbaubetrieben	121
Abbildung 5.14: Entfernung der Abnehmer bei Weinbaubetrieben	124
Abbildung 5.15: Entfernung der Dienstleister bei Weinbaubetrieben	126
Abbildung 5.16: Egonetzwerk Beispielbetrieb Ackerbau	137
Abbildung 5.17: Egonetzwerk Beispielbetrieb Veredlung	139
Abbildung 5.18: Egonetzwerk Beispielbetrieb Milchproduktion	142
Abbildung 5.19: Egonetzwerk Beispielbetrieb Gartenbau	144
Abbildung 5.20: Egonetzwerk Beispielbetrieb Weinbau	146
Abbildung 7.1: Agribusiness - Zahnradmodell	160

¹ Alle Angaben in den Abbildungen beziehen sich, soweit nicht anders ausgewiesen, auf Deutschland.

Abkürzungsverzeichnis

AK	Arbeitskraft
BBIG	Berufsbildungsgesetz
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMELV	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
BVE	Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie
BVVG	Bodenverwertungs- und -verwaltungs GmbH
BWS	Bruttowertschöpfung
DBV	Deutscher Bauernverband
DLR	Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum
EEG	Erneuerbare-Energien-Gesetz
ESoF	Entrepreneurial Skills of Farmers
EU	Europäische Union
EZG	Erzeugergenossenschaft
FNR	Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e.V.
GN	Gärtnerische Nutzfläche
HwO	Handwerksordnung
ISIC	International Standard Industrial Classification
LF	Landwirtschaftlich genutzte Fläche
LPG	Landwirtschaftliche Produktionsgenossenschaft
LW	Landwirt
LWK	Landwirtschaftskammer
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
MUNLV	Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen
NACE	Nomenclature générale des activités économiques dans la Communauté Européenne (frz.: Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft)
NRW	Nordrhein-Westfalen
StBA	Statistisches Bundesamt
Tsd.	Tausend
VGR	Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen
WZ	Wirtschaftszweigklassifikation
ZMP	Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle

1 Einleitung

Bereiche mit gesellschaftlicher Sensibilität, die zudem Finanztransfers an relativ wenige Berechtigte erfahren, stehen besonders im Fokus der politischen Auseinandersetzungen. Wenn die zentralen Beschlüsse dazu auf europäischer Ebene gefasst werden und in absehbaren Zeitabschnitten immer wieder Reformen präjudiziert sind, dann hängt die Qualität der politischen Lösungen in besonderem Maße von den sich entwickelnden Mehrheitsverhältnissen ab. Grundlage für einen dennoch konsistenten politischen Entscheidungsprozess sollten wissenschaftliche Expertisen sein. Das Agribusiness und insbesondere die Landwirtschaft ist ein Bereich mit genau diesen Gegebenheiten.

Mit der vorliegenden Studie wird die Landwirtschaft in Deutschland als Teil des Agribusiness und das Agribusiness insgesamt definiert und analysiert. Zentrales Ziel ist ein mit wissenschaftlichen Methoden transparent ermitteltes „Zahlenwerk“, das im politischen Raum als Basis für Entscheidungsprozesse Akzeptanz findet.

Die Untersuchung bildet die Landwirtschaft und das Agribusiness insgesamt als Clustersystem ab (zur Clusterdefinition vgl. Kapitel 2). Aufgezeigt werden die zentralen Kenngrößen zur Bedeutung dieses Clusters im gesamtwirtschaftlichen nationalen Kontext. Die Abgrenzung dieses Clusters erfolgt nach strengen Kriterien. Die Berechnungen basieren stringent auf den Daten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen, der Klassifikation der Wirtschaftszweige und amtlichen Fachstatistiken. Ausgewiesen werden Erwerbstätige, Produktionswert und Bruttowertschöpfung. Für 2007 und 2008 werden die endgültigen Ergebnisse ermittelt, für 2009 vorläufige Zahlen und für 2010 werden Schätzungen vorgenommen. Ergänzend wird die Zahl der Unternehmen im Agribusiness auf Basis der aktuell verfügbaren Statistiken aufgezeigt (vgl. Kapitel 3).

Die regionale Konzentration der landwirtschaftlichen Produktion wird auf Basis amtlicher Statistiken mit Hilfe von Konzentrationskoeffizienten ermittelt. Daraus ergeben sich Hinweise auf die Heterogenität des nationalen Clusters und auf die spezifische Bedeutung der Landwirtschaft für die ländlichen Räume (vgl. Kapitel 4).

Vertiefend wird auf der Basis von schriftlichen Befragungen und persönlichen Interviews für ausgewählte Unternehmenstypen die Vernetzungsintensität der landwirtschaftlichen Unternehmen mit vor- und nachgelagerten Bereichen und ihre Einbindung in das gesellschaftliche Umfeld ermittelt. Daraus werden Egonetzwerke für typische Unternehmer abgeleitet und visualisiert (vgl. Kapitel 5).

Ergänzend zu den Egonetzwerken werden wichtige unternehmerische Fähigkeiten von am Markt erfolgreichen Unternehmern und Unternehmertypen beschrieben. Diese werden denen von landwirtschaftlichen Betriebsleitern gegenübergestellt (vgl. Kapitel 6).

Aus diesen Ergebnissen werden „Soester“ Thesen zum Agribusiness abgeleitet. Sie fassen handlungsorientiert die Fakten zusammen, geben Empfehlungen und zeigen konkrete agrarpolitische Handlungsfelder auf (vgl. Kapitel 7).

Die Studie ist das Ergebnis einer umfassenden Unterstützung, Zusammenarbeit und Reflexion einer Vielzahl von Beteiligten. An erster Stelle ist die Landwirtschaftliche Rentenbank zu nennen, die die finanziellen Mittel bereit gestellt hat. Die enge fachliche Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und mit dem Statistischen Bundesamt ist besonders hervorzuheben. Hilfreich war auch die immer konstruktiv kritische Reflexion mit den einschlägigen Verbänden, insbesondere mit dem Deutschen Bauernverband und der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie. Über die Einbindung von Studierenden des Soester Fachbereichs Agrarwirtschaft der Fachhochschule Südwestfalen konnten praxisnah wissenschaftliche Methoden vermittelt werden. Gleichzeitig konnte die Untersuchung umfassender und tiefer als ursprünglich geplant, durchgeführt werden. Ohne die Auskunftsbereitschaft der befragten Landwirte und die Gespräche mit Experten aus der Praxis und dem wissenschaftlichen Umfeld wäre diese Untersuchung nicht möglich gewesen. Dafür allen ein herzliches Dankeschön!

2 Theoretische Grundlagen und Definitionen

Für die Darstellung eines konsistenten Clustersystems, das sowohl die deutsche Landwirtschaft wie auch das Agribusiness als Ganzes abbildet, sind verlässliche und nachvollziehbare Abgrenzungen festzulegen. Dazu ist es erforderlich, die wichtigsten Facetten der begrifflichen Entwicklung aufzuzeigen und die unterschiedlichen Vorgehensweisen abzugleichen. Daraus lassen sich Kriterien ableiten, die für die Zuordnung von Wirtschaftsbereichen zum Clustersystem „Landwirtschaft und Agribusiness“ erforderlich sind.

2.1 Wirtschaftsbereiche im Agribusiness

Um den Stellenwert der Landwirtschaft innerhalb der Volkswirtschaft mit ihren vielseitigen Liefer- und Absatzverflechtungen sowie des Agribusiness als Ganzes aufzeigen zu können, werden im Vorfeld die Begriffe Branche und Wertschöpfungskette allgemein sowie das Agribusiness insbesondere beschrieben. Diese Definitionen dienen als Grundlage zur Erstellung der „Liste Agribusiness“, in der die zum Agribusiness gehörenden Wirtschaftsbereiche erfasst werden (vgl. Kapitel 3).

2.1.1 Branche

PORTER (2008, S. 37) beschreibt eine Branche als eine Gruppe von Unternehmen, die ähnliche Produkte oder Dienstleistungen bereitstellt. Unternehmen innerhalb einer Branche sind durch andere Unternehmen ersetzbar. ENGELHARD (2010) umschreibt den Begriff Branche ebenfalls als Sammelbezeichnung für Unternehmen, die weitgehend substituierbare Produkte oder Dienstleistungen produzieren (z.B. Automobilbranche, Elektronik, Pharmaindustrie). Zudem kommt es zu einer Zusammenfassung von Betrieben, die dasselbe Herstellungsverfahren (z.B. Baugewerbe) oder die gleichen Ausgangsstoffe nutzen (z.B. Mineralölverarbeitung). Dabei wird der Begriff Branche oft auch synonym zum Begriff Wirtschaftszweig verwendet. Somit sind Unternehmen zumeist auf der Ebene von Wirtschaftszweigen organisiert und klassifiziert (HADELER/WINTER, 2000, S. 3541).

Auch das Statistische Bundesamt stellt Branchen mit Wirtschaftszweigen und Wirtschaftsbereichen gleich. Branchen werden hier ebenfalls als Gruppe von Unternehmen bzw. Einrichtungen definiert, die im Rahmen ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit ähnliche Produkte herstellen oder ähnliche Dienstleistungen erbringen. Für statistische Zwecke wird die Vielfalt wirtschaftlicher Tätigkeiten somit über das Prinzip der Ähnlichkeit klassifiziert. Das Statistische Bundesamt hat mit diesem Ansatz die „Klassifikation der Wirtschaftszweige“ entwickelt, die auf der entsprechenden Klassifikation der Europäischen Gemeinschaft (NACE Rev.1.2) basiert (vgl. Kapitel 3).

2.1.2 Wertschöpfungskette

Die Wertkette (*Value Chain*) ist ein Managementkonzept, das von Michael E. Porter entwickelt und erstmals 1985 in *Competitive Advantage of Nations* publiziert wurde. Die Wertkette eines Unternehmens stellt ein Netz von Aktivitäten bzw. eine Ansammlung von Tätigkeiten dar, die untereinander verbunden sind. Diese Tätigkeiten schaffen Werte, verbrauchen Ressourcen und sind in Prozessen miteinander verkettet (PORTER, 1991, S. 64). Somit wurde ursprünglich die Gesamtheit der Primär- und Sekundärprozesse innerhalb eines Unternehmens zur Schaffung von Mehrwert als Wertkette bzw. Wertschöpfungskette bezeichnet.

BEYER (1999, S. 9ff.) bezeichnet den Weg des gesamten Produktes bzw. der gesamten Dienstleistung vom Lieferanten über den Hersteller bis zum Endverbraucher, also von der Entwicklung über die Beschaffung und Produktion bis hin zum Vertrieb als Wertschöpfungskette. Somit ist die Wertschöpfungskette nicht mehr auf ein einziges Unternehmen beschränkt, sondern bezieht sich auf die Zusammenarbeit bzw. Kooperation mit spezialisierten Zulieferern und Abnehmern.

2.1.3 Agribusiness

Der Begriff Agribusiness wurde erstmals im Oktober 1955 auf der Boston Conference on Distribution von John H. Davis als Umschreibung des Agrarsektors mit seinen vor- und nachgelagerten Bereichen eingeführt (RIEPING, 2004, S. 5ff.). In der darauf folgenden Veröffentlichung beschrieben DAVIS und GOLDBERG (1957, S. 2) das Konzept Agribusiness als die Summe aller Tätigkeiten, die zur Herstellung und Verbreitung landwirtschaftlicher Produkte ausgeführt werden. Somit hat sich das Agribusiness aus den ursprünglichen Tätigkeiten einzelner landwirtschaftlicher Betriebe entwickelt. Durch Arbeitsteilung und technischen Fortschritt entstanden heterogene Aktivitäten, die vielfältig miteinander verknüpft waren, jedoch nicht zentral organisiert wurden. Beinahe zwanzig Jahre später beschrieb ARTHUR (1975, S. 13) Agribusiness als einen Begriff, „...der im Wirtschaftsleben seinen festen Platz gefunden hat. Er kann heute noch genauso charakterisiert werden, wie es erstmals 1957 durch Davis und Goldberg geschah“.

ZUREK (1972, S. 9) setzte zu dieser Zeit den Begriff Agribusiness in der deutschen Literatur mit „Agrarkomplex“ und „Nahrungswirtschaft“ gleich. Innerhalb dieser Begriffe wird der Agrarsektor jedoch nach unterschiedlichen Gesichtspunkten definiert:

- „Nahrungswirtschaft“ bezieht sich auf die Funktion des Aggregats innerhalb der Volkswirtschaft, hier wird die Einheitlichkeit unter dem funktionalen Aspekt der Nahrungsmittelherstellung betont.
- „Agrarkomplex“ hingegen weist auf die hohe Heterogenität der beteiligten Wirtschaftsbereiche innerhalb des Segments hin. Die ökonomische Verflechtung der einzelnen Wirtschaftsbereiche wird erst durch die Zusammenfassung in einen gemeinsamen Oberbegriff verdeutlicht. Zudem beschreibt „Agrar“ als Teil des Begriffes „Agrarkomplex“ die Landwirtschaft als zentrales Element des Sektors.

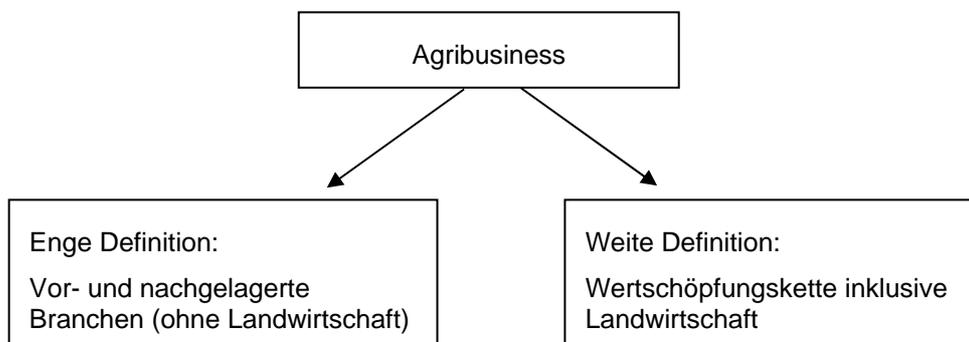
Nach SCHÄKEL (1996, S. 6) wird der Begriff „Agrarkomplex“ in die drei folgenden Teilbereiche differenziert:

- den vorgelagerten Bereich (Betriebsmittel)
- die Landwirtschaft als zentralen Bereich (Agrarproduktion, Dienstleistungen, z.B. Landschaftspflege)
- den nachgelagerten Bereich (Verarbeitung bis Endverbraucher).

Heute hat sich der Begriff Agribusiness als Anglizismus in der deutschen Sprache etabliert und als Synonym für die Begriffe Nahrungswirtschaft und Agrarkomplex durchgesetzt.

Gleichwohl werden seit Einführung des Begriffs „Agribusiness“ unterschiedliche Ansätze in den Wissenschaften zu Grunde gelegt. Zu unterteilen sind diese Ansätze in eine „Enge Definition“ und eine „Weite Definition“.

Abbildung 2.1: Einteilung der Definitionen zum Agribusiness



Quelle: RIEPING, 2004, S. 6

Die „Enge Definition“ schließt die Landwirtschaft nicht in das Konzept Agribusiness ein. Hier bezieht sich der Begriff Agribusiness ausschließlich auf die vorgelagerten und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche.

Die „Weite Definition“ hingegen umfasst den gesamten Sektor. Hier werden, wie schon von DAVIS und GOLDBERG (1957, S. 2) beschrieben, alle Branchen mit einbezogen, die an der Herstellung und Verarbeitung landwirtschaftlicher Produkte entlang der Wertschöpfungskette beteiligt sind. Die Kette verläuft angefangen mit den landwirtschaftlichen Vorleistungen über die landwirtschaftliche Produktion bis hin zur Verarbeitung der Produkte und begleitender Dienstleistungen und schließt mit dem Endverbraucher ab (RIEPING, 2004, S. 6).

Im Folgenden werden einzelne Ansätze zur Umschreibung des Agribusiness angeführt, die sich ausschließlich an der „Weiten Definition“ orientieren:

STRECKER et al. (2010, S. 26ff.) beschreiben das Agribusiness als System, das alle indirekt und direkt an der Produktion und am Absatz von Agrarprodukten und Lebensmitteln beteiligten Gruppen einbezieht. Dazu zählen neben der Landwirtschaft die vor- und nachgelagerten Unternehmen:

Die landwirtschaftliche Produktion wird hier als der zentrale Bereich beschrieben, um den sich weitere Elemente des Agribusiness gruppieren. Zur Landwirtschaft zählen alle Unternehmen, die durch planmäßige Nutzung des biologischen Potenzials von Pflanzen und Tieren pflanzliche und tierische Erzeugnisse herstellen. So wird von STRECKER et al. (1996, S. 20) der Gartenbau ausdrücklich als Bestandteil der Landwirtschaft genannt, während die Forstwirtschaft ausgeschlossen wird.

Als vorgelagerter Bereich werden u.a. die Zulieferer von Betriebsmitteln wie Saatgut, Pflanzenschutz-, Dünge- und Futtermittel sowie von Agrartechnik genannt. INFORMATION, MEDIEN UND AGRAR erweitert den vorgelagerten Bereich zudem um Energielieferanten. Unter dem Begriff „Dienstleister“ fassen STRECKER et al. (1996, S. 20) Kreditgeber, Versicherungsunternehmen, Transportfirmen wie auch Verbände, Behörden und andere Träger verwaltender und beratender Funktionen zusammen.

Zum nachgelagerten Bereich werden neben der Ernährungswirtschaft und dem Lebensmittelhandel auch Handelsunternehmen privater und genossenschaftlicher Trägerschaft gezählt (I.M.A - INFORMATION.MEDIEN.AGRAR E.V.).

Auch nach NEUMAIR und HAAS (2000, S. 64) umfasst der Begriff Agribusiness die gesamte Wertschöpfungskette von der Vorleistungserstellung für die Landwirtschaft bis zum Nahrungsmittelhandel. Der Begriff Agribusiness umschreibt hiernach ein weit verzweigtes Produktionssystem, das die Gesamtheit aller in einem vertikalen Nahrungsmittelsystem Beteiligter (vom Rohstofflieferanten bis zum Endverbraucher) einschließt. Somit reicht das

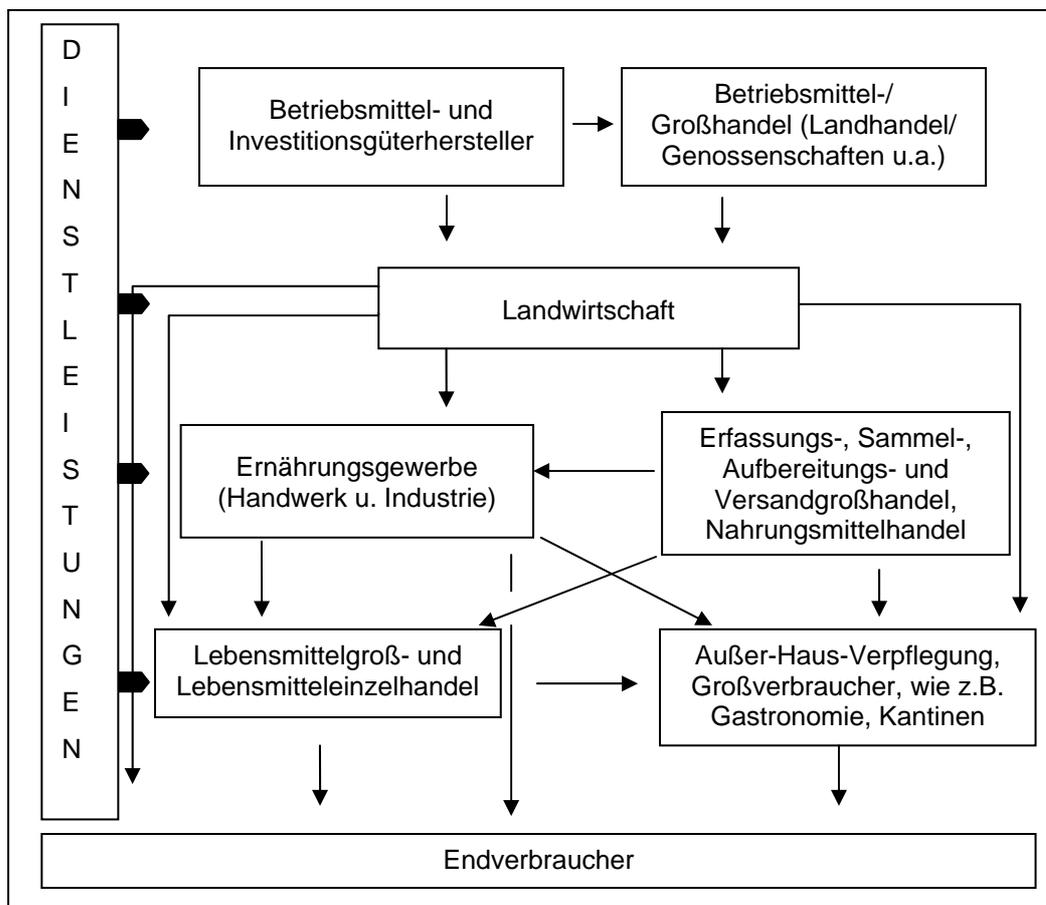
Agribusiness von der Inputbeschaffung über die Produktion bis zur Verarbeitung und Vermarktung von Nahrungsmitteln.

Die LANDWIRTSCHAFTSKAMMER NRW (2008, S. 12) definiert das Agribusiness als einen über den traditionellen Bereich der Landwirtschaft hinausgehenden, übergreifenden Produktionskomplex. Alle mit der Landwirtschaft in Zusammenhang stehenden Wirtschaftsbereiche werden in diesem Komplex erfasst. Jedoch wird hier ausschließlich die Gesamtheit der privatwirtschaftlichen Aktivitäten einer Volkswirtschaft einbezogen, die dazu beitragen, Verbraucher von Nahrungsmitteln und nachwachsenden Rohstoffen sowie Nutzer öffentlicher Güter aus der Landwirtschaft zu versorgen.

Als vorgelagerte Bereiche werden hier Zulieferer von Betriebsmitteln für die Pflanzen- und Tierproduktion sowie Dienstleister und Energielieferanten genannt.

Der nachgelagerte Bereich bezieht sich auf die abnehmende Hand der Pflanzen- und Tierproduktion. So werden hier Mühlenbetriebe, Futtermittelhersteller, Ernährungsgewerbe, Weiterverarbeitung von nachwachsenden Rohstoffen und der Einzelhandel genannt. Zudem sind Dienstleistungen und der Energiesektor aufgeführt.

Abbildung 2.2: Elemente des Agribusiness



Quelle: STRECKER et al., 2010, S. 21; RIEPING, 2004, S. 10, BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN, 2000, S. 21, verändert

2.2 Agglomerationen von Unternehmen

Im weiteren Verlauf der Arbeit werden neben der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Agribusiness als Ganzes Schwerpunktregionen in Deutschland aufgezeigt und analysiert. Damit wird der Heterogenität der Landwirtschaft insgesamt und der regionalen Ausprägung mit ihren unterschiedlichen Produktionsschwerpunkten Rechnung getragen.

Zudem wird die Bedeutung der Zusammenarbeit unterschiedlicher Akteure des Agribusiness beleuchtet. Aufgrund dessen sind unterschiedliche Zusammenschlüsse und Formen der Zusammenarbeit in den Fokus des Interesses gerückt. Im Folgenden werden dazu Begriffe und Konzepte kurz erläutert und differenziert dargestellt. Die Darstellung basiert auf den Ergebnissen eines Projektes, das im Zeitraum vom 01.07.2007 bis zum 31.12.2010 durchgeführt worden ist. Der Abschlussbericht des im Auftrag des MUNLV am Fachbereich Agrarwirtschaft bearbeiteten Forschungsprojektes „Standortsicherung durch Clustermanagement und Netzwerkentwicklung - eine Perspektive für die Agrarwirtschaft in NRW“ ist abrufbar unter:

http://www3.fh-swf.de/fbaw/download/AB-Standortsicherung_durch_Clustermanagement.pdf.

Im Rahmen dieses Projektes sind unter anderem intensive Recherchen zu den unten erläuterten Begriffen durchgeführt worden. In der hier vorliegenden Forschungsarbeit wird eine kurze Darstellung der einzelnen Begriffe und Konzepte angeführt. Zur genauen Begriffsdefinition wird auf die o.g. Forschungsarbeit verwiesen.

2.2.1 Kooperation

Unter zwischenbetrieblicher Kooperation wird meist eine gemeinsame Ausübung betrieblicher Funktionen von mindestens zwei rechtlich und wirtschaftlich selbstständigen Unternehmen verstanden. Diese überbetrieblichen Kooperationen entstehen oftmals auf Initiative einzelner Unternehmen bzw. Unternehmer (SCHMIDT, 2007, S. 9ff.). Zudem sind Kooperationen im Hinblick auf die Form und Qualität der Beziehungen zwischen den Unternehmen, auf die Zahl der Beteiligten, das Kooperationsziel und auf die Form der Zusammenarbeit zeitlich beschränkt (SCHMIDT, 2007, S. 50).

Die gemeinsam im Vorfeld definierten Ziele der Unternehmen beinhalten unter anderem eine erhöhte Wirtschaftlichkeit und Rentabilität. Aufgrund dessen stärkt die Erwirtschaftung eines Kooperationserfolges die Wettbewerbsfähigkeit der Beteiligten gegenüber den von der Kooperation ausgeschlossenen Unternehmen (SYDOW, 2002, S. 93).

Um das gemeinsame Ziel zu erreichen, sind von den beteiligten Kooperationspartnern Teilleistungen zu erbringen. Die hieraus entstehende wechselseitige Inanspruchnahme von Leistungen und die damit verbundene gegenseitige Abhängigkeit der Kooperationspartner

bilden weitere Kennzeichen einer Kooperation (ZENTES et al., 2005, S. 333). Die somit entstehende Ziel-Mittel-Verflechtung ist als eines der wesentlichen Merkmale einer Kooperation anzusehen (WRONA/SHELL, 2005, S. 333f). Gleichwohl sind die über die Kooperation hinaus verfolgten Ziele der beteiligten Unternehmen nicht immer deckungsgleich, sie können sogar gegensätzlich sein.

In der folgenden Übersicht sind Beweggründe von Unternehmen zusammengefasst, aktiv an Kooperationen teilzunehmen.

Übersicht 2.1: Beweggründe für Kooperationen

- Zugang zu wesentlich größeren Absatzpartnern durch horizontale Kooperation, insbesondere bei relevanten Größenunterschieden zwischen Kunden- und Lieferantenorganisation.
- Notwendigkeit zu „physischer“ Vernetzung trotz fortschreitender Informationstechnologie und Internet.
- Minimierung von Lager- und Zwischenfinanzierungskosten (z.B. mittels „Just-in-time“-Produktion) und effizientere Qualitätssicherung durch vertikal durchgängige Produktionsplanung.
- Konzentration auf Kernkompetenzen, um auf eine verschärfte Wettbewerbssituation und auf steigende Kunden- und Serviceansprüche reagieren zu können.
- Schneller und kostengünstiger Zugriff auf Komplementärtechnologie und -produkte für das eigene Angebot. Innovationsfähigkeit von Unternehmen erfordert neben der Spezialisierung auf Kernkompetenzen auch mehr Komplementärfähigkeit.
- Senkung von Entwicklungskosten, Sicherung der Innovationsfähigkeit und Erzielung von Know-how-Gewinnen durch gemeinsame Produktentwicklungen.
- Kostenvorteile durch gemeinsame Nutzung von Fertigungs- und/oder Lagerkapazitäten sowie von EDV-/Verwaltungssystemen.
- Druck zur Internationalisierung und zur Bearbeitung neuer Märkte, insbesondere durch die Osterweiterung der EU. Für kleine und mittlere Unternehmen ist dies teilweise nur durch überbetriebliche Kooperationen möglich.
- Förderung und Forderung von Kooperationen zwischen Unternehmen, Hochschulen, Ministerien und Expertenorganisationen durch politische Institutionen und Auftraggeber.
- Steigerung der strategischen Flexibilität und Antwort von kleinen und mittleren Unternehmen auf Wachstumsstrategien großer Wettbewerber.

2.2.2 Netzwerk

Die Leistungsfähigkeit von Unternehmen ist zunehmend von der Zugehörigkeit zu vernetzten Strukturen abhängig (PREISSEL, S. 1). Netzwerke bilden verhältnismäßig stabile Kooperationsstrukturen, die für alle Partner Vorteile bieten. Grundlegende Elemente eines Netzwerkes sind die Akteure und deren Beziehungen.

WALTER (2004, S. 90) verdeutlicht dieses Beziehungsgeflecht anhand der mathematischen Graphentheorie. Hiernach beschreibt ein Netzwerk eine abgegrenzte „Menge von Knoten und Kanten“. Die Knoten stehen für soziale Einheiten und Akteure, während die Kanten die Beziehungen bzw. Relationen darstellen. Darüber hinaus handelt es sich bei Netzwerken um spezifische Relationen, definiert über die Menge der Elemente. Somit sind Netzwerke relationsspezifisch bzw. beziehungsspezifisch. Nach der Anzahl der Beziehungen innerhalb eines Netzwerkes werden diese in einfache und komplexe Netzwerke unterschieden. Denn die Summe aller direkten und indirekten Beziehungen eröffnet einen größeren Handlungsspielraum als die einzeln betrachteten direkten Beziehungen. Folglich wirken sich indirekte Beziehungen stärkend auf ein Netzwerk aus (MORSCHETT, 2005, S. 390f; KUTSCHKER, 1994, S. 130).

Zudem werden Netzwerke als intensive Form der Kooperation beschrieben. Netzwerke verbinden mehr als zwei rechtlich selbstständige Unternehmen, die ihre wirtschaftlichen Aktivitäten abstimmen und somit stärker als in Kooperationen voneinander abhängen (DIBBERN, 2002, S. 93 ff.). Ziel der festen, vereinbarten Zusammenarbeit ist die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Beteiligten. Zusätzlicher Nutzen von Netzwerken liegt in der langfristigen Betätigung der Unternehmen im Bereich ihrer Kompetenzen und die Zusammenarbeit von Unternehmen, die komplementäre Kompetenzen aufweisen. Randaktivitäten werden spezialisierten Unternehmen des Netzwerkes überlassen. Durch eine derartige Ausrichtung können Wirtschaftlichkeitspotenziale durch Arbeitsteilung, Spezialisierung, Innovation und erhöhte Flexibilität nicht nur für einzelne Unternehmen sondern auch für alle Akteure des Netzwerkes realisiert werden (LIEPMANN et al., 2006, S. 23).

Folgende Netzwerkformen werden als dominierende Konzepte beschrieben:

- „Regionale Netzwerke“, basierend auf einer festen Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und/oder Institutionen innerhalb einer Region.
- „Soziale Netzwerke“, gebildet aus sozial engagierten Akteuren und deren Beziehungen (SCHMIDT, 2007, S. 42f).
- „Unternehmensnetzwerke“, ausgezeichnet durch eine koordinierte Zusammenarbeit zwischen mehreren rechtlich selbstständigen und formal unabhängigen Unternehmen. Die Beteiligten des Netzwerkes verfolgen ein gemeinsames Ziel und

ordnen ihre individuellen Ziele zumindest teilweise dem Kollektivziel unter (SIEBERT, 2003, S. 9).

Die hier angeführten Netzwerkkonzepte sind durch das „Policy-Netzwerk“ ergänzt worden. Ein Policy-Netzwerk besteht aus einem Geflecht von sozialen, wirtschaftlichen und politischen Beziehungen. Auch dieses Netzwerk beruht auf Kontinuität, Freiwilligkeit und Gegenseitigkeit (SCHULER, 2008, S. 5).

Wie oben beschrieben sind Netzwerke als intensive Form von Kooperationen anzusehen. Somit gilt es, Kooperationen und Netzwerke voneinander abzugrenzen. Kooperationen bilden den Keim für Netzwerke. Erst ein Zusammenschluss mehrerer sich ergänzender Kooperationen bildet ein Netzwerk. Zudem ist im Gegensatz zu Netzwerken der Rahmen einer Kooperation überschaubar, es bestehen klare Grenzen zum wirtschaftlichen Umfeld (SCHMIDT, 2007, S. 49f). Des Weiteren werden Kooperationen als Schlüsselfaktoren für regionale Branchencluster angesehen. Die in Clustern auftretenden Kooperationsformen werden wie folgt systematisiert (SCHRAMM-KLEIN, 2005, S. 548):

- nach ihrer Orientierung: horizontal, vertikal, lateral (bzw. diagonal)
- nach der Anzahl der Kooperationspartner: bilateral oder multilateral
- nach ihrer Bindungsintensität: starke oder schwache Bindung
- nach dem Grad ihrer Formalisierung: formelle oder informelle Kooperation.

2.2.3 Cluster

Nach PORTER (1998, S. 78) umschreibt der Begriff „Cluster“ eine Ansammlung von Unternehmen unterschiedlicher Branchen, Verbände, Zusammenschlüsse sowie Forschungs- und Entwicklungszentren, die in einem geographisch abgegrenzten Raum gehäuft vorkommen. Die Akteure zeichnen sich sowohl durch Gemeinsamkeiten als auch durch Komplementaritäten aus. Wie bereits oben beschrieben begünstigen Kooperationen und Ausbildungen von Netzwerken die Entstehung von Clustern.

Die Themen „Netzwerke und Clusterbildung“ sind Gegenstand der wirtschaftspolitischen Diskussion, wenn es um Wettbewerbsfähigkeit und Standortsicherung einzelner Unternehmen sowie um die Stärkung ganzer Wirtschaftsräume geht. Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Globalisierung der Märkte und einem anhaltenden Trend zur Konzentration ganzer Branchen auf sogenannte „Metropolregionen“ gewinnen sowohl horizontale als auch vertikale Kooperationen einzelner Unternehmen als Basis einer erfolgreichen Clusterbildung weiter an Bedeutung (GOPPEL, 2005, S. 9).

Typische Merkmale von Clustern

Die Literaturrecherche verdeutlicht, dass es viele Möglichkeiten gibt, Cluster zu beschreiben und folglich zu unterschiedlichen Definitionen zu gelangen. Gleichwohl sind folgende Clustermerkmale Bestandteil der meisten Definitionen:

- Eine Mindestanzahl von Firmen befindet sich in einer gewissen räumlichen Nähe zueinander.
- Die Firmen produzieren ähnliche oder komplementäre Güter oder Dienstleistungen.
- Es existieren gemeinsame Zulieferer für spezialisierte Vorprodukte und eine gemeinsam genutzte Infrastruktur.
- Es bestehen Verbindungen zu verwandten und nachgeordneten Branchen bzw. Kunden.
- Es sind staatliche und/oder private Institutionen vorhanden, die Aus- und Weiterbildung, F & E und sonstige Unterstützungsleistungen anbieten (VAN DER LINDE, 2005, S. 20f).

Vor- und Nachteile einer Clusterbildung

Die Wettbewerbsfähigkeit der in Clustern integrierten Unternehmen wird durch Spezialisierung und Arbeitsteilung („Outsourcing“), intensive Austauschbeziehungen, kollektive Lernprozesse und Wissensaustausch verbessert. Durch die Einbettung der Akteure eines Clusters in ein gemeinsames soziales Umfeld wird zudem ein „innovatives Milieu“ geschaffen. Daneben entstehen durch die gemeinsame Nutzung von Infrastruktur, Verbindungen mit hochspezialisierten Zulieferern und Dienstleistern sowie einem übergreifenden Marketing Synergieeffekte. Auf diese Weise profitieren nicht nur die einzelnen Akteure des Clusters von dieser intensiven Form der Zusammenarbeit, sondern auch der gesamte Wirtschaftsraum (SCHMIDT, 2007, S. 9ff.).

Aus regionalwirtschaftlicher Sicht ergeben sich jedoch neben den Vorteilen einer Clusterbildung auch Nachteile, wobei jedoch die Vorteile im Regelfall überwiegen. Nachfolgend werden Vor- und Nachteile der Clusterbildung in Übersicht 2.2 zusammengefasst dargestellt.

Übersicht 2.2: Vor- und Nachteile regionaler Clusterbildungen

Vorteile und Chancen regionaler Clusterbildungen:

- Bündelung der regional vorhandenen Erfahrungen, Know-how, Technologien und Stärken der Unternehmen und unternehmensnahen Dienstleister.
- Schaffung von Qualitäts- und/oder Kosten- und somit von Wettbewerbsvorteilen.
- Verbesserung der Wettbewerbsposition gegenüber konkurrierenden Unternehmen.
- Schnellere und kostengünstigere Entwicklung neuer Produkte.
- Bildung von Impulsen für Unternehmensneugründungen und -ausgründungen innerhalb der „Leitbranche“ sowie in verwandten Wirtschaftsbereichen.
- Schaffung neuer Arbeitsplätze.
- Entwicklung eines sich positiv auswirkenden Wettbewerbs- und Innovationsdrucks.
- Steigerung der Attraktivität von Regionen im überregionalen und internationalen Standortwettbewerb für Unternehmen und qualifizierte Arbeitskräfte.
- Identifikation beider Gruppen mit dem Standort.
- Erleichterung der Ansiedlung und Anwerbung von Investoren.
- Bildung einer „Marke“ für den Standort.
- Entstehung von „innovativen Milieus“ und „kooperativen Netzwerken“.
- Unterstützung und Beschleunigung von Innovation und Wandel durch Unternehmer und Mitarbeiter.
- Schaffung von Anreizen zur Bereitstellung und Stärkung allgemeiner und spezifischer Infrastruktur (Verkehr, Forschung und Bildung).

Nachteile und Risiken regionaler Clusterbildungen:

- Unflexibilität und Starrheit durch hohen Spezialisierungsgrad einzelner Clusterunternehmen.
- Verhinderung einer schnellen Anpassung an die Bedürfnisse des Marktes.
- Starke Fokussierung auf Region und lokale Beziehungen zu anderen Clusterakteuren.
- Vernachlässigung externer Verbindungen, Übersehen von Anpassungserfordernissen.
- „Immunierte“ Weltsicht kann zu „Lock-in-Effekten“ führen.
- Lock-in-Effekte bewirken erhöhte Eintrittsbarrieren für externe Unternehmen und Neugründungen, Abnahme des Konkurrenzdrucks und Nachlassen der Innovationsfreudigkeit.
- Gewöhnung der Akteure an den Erfolg des Clusters.
- Dominanz von Großunternehmen kann zu „funktionalen Blockaden“ führen. Abhängige Zulieferbetriebe behindern den freien Wissens- und Kompetenzaustausch.
- Personalisierte Beziehungen zwischen Unternehmen und lokalen Institutionen können zu „Konsensstrukturen“ führen: „politische Blockade“ wichtiger Anpassungsmaßnahmen.

Quelle: LORLEBERG et al., 2010, S. 21ff.

2.3 Zwischenfazit

Ziel des von PORTER entwickelten Managementkonzeptes „Wertkette“ ist die Schaffung von Mehrwert innerhalb eines Unternehmens. Die Wertkette zeichnet sich durch die Verarbeitung eines Produktes über mehrere Verarbeitungsstufen innerhalb eines Unternehmens aus. Durch eine steigende Spezialisierung der Unternehmen auf ihre Kernkompetenzen ist diese Wertkette heute nicht mehr auf ein Unternehmen begrenzt, sondern bezieht als Wertschöpfungskette Zulieferer und Abnehmer ein.

Auch innerhalb des Agribusiness spiegeln sich Wertschöpfungsketten wider. Das Agribusiness unterteilt sich in verschiedene Segmente, wie z.B. Ackerbau, Veredlung oder Milchproduktion mit ihren vor- und nachgelagerten Bereichen. Diese Segmente sind synonym mit Wertschöpfungsketten zu sehen. Sie umfassen alle Wirtschaftsbereiche, die zur Erzeugung von Agrarprodukten beitragen.

Die in diesem Kapitel erläuterten Definitionen zum Agribusiness beziehen sich ausnahmslos auf die für die Landwirtschaft und von der Landwirtschaft produzierten Güter bzw. ausgeführten Leistungen und deren Weiterverarbeitung.

Zudem verdeutlicht das Synonym „Nahrungswirtschaft“, dass der Schwerpunkt des Agribusiness auf der Nahrungsmittelproduktion liegt. Zwar erfährt der Non-Food-Bereich durch die verstärkte Erzeugung von z.B. nachwachsenden Rohstoffen eine zunehmende Bedeutung innerhalb der Landwirtschaft, doch beziehen sich die im nachgelagerten Bereich des Agribusiness einbezogenen Wirtschaftsbereiche auf Nahrungsmittelverarbeiter und -vermarkter.

Das Agribusiness umschreibt hiernach ein weit verzweigtes Produktionssystem, das die Gesamtheit aller Beteiligten innerhalb eines vertikalen Nahrungsmittelsystems (vom Rohstofflieferanten bis zum Endverbraucher) einschließt. Somit reicht das Agribusiness von der Inputbeschaffung über die Produktion bis zur Verarbeitung und Vermarktung von Nahrungsmitteln.

Die Bildung von Kooperationen innerhalb des Agribusiness ermöglicht einen Zugang zu wesentlich stärkeren Absatzpartnern. Aus mehreren sich ergänzenden Kooperationen und einer intensiven Zusammenarbeit derselben bilden sich wiederum Netzwerke. Die Verknüpfung von heterogenen Netzwerken und die hierdurch bedingte entstehende Ansammlung verschiedener Branchen bilden einen Cluster. Innerhalb des Agribusiness sind wiederum Cluster zu finden, die sich durch eine enge räumliche Nähe auszeichnen. Die so entstehenden „Fühlungsvorteile“ bringen neben anderen Vorteilen eine intensive Nutzung von Wissen und Erfahrungen sowie Wissensvorsprung durch Kommunikation und Informationsaustausch (vgl. Übersicht 2.2).

3 Volkswirtschaftliche Bewertung des Agribusiness

In entwickelten Volkswirtschaften weist die Agrarwirtschaft als Folge der Funktionsauslagerung umfangreiche Marktbeziehungen zu einer Vielzahl von Wirtschaftsbereichen auf (SCHÄKEL, 1996, S. 1). Somit sind, wie in Kapitel 2 beschrieben, starke Verknüpfungen zu den vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen der Agrarwirtschaft vorhanden.

Das Gesamtsystem soll als Cluster „Agribusiness“ dargestellt werden und die Bedeutung für die Volkswirtschaft insgesamt widerspiegeln.

Für die Abbildung des gesamten Clusters werden zunächst die verfügbaren Statistiken analysiert und die zentralen Kenngrößen definiert. Darauf bezogen wird eine „Liste Agribusiness“ erstellt, die den Cluster mit seinen Wirtschaftszweigen abgrenzt. Für diesen Cluster werden die zentralen volkswirtschaftlichen Kenngrößen ermittelt und in Relation zur Volkswirtschaft insgesamt dargestellt. Die so ermittelten Daten bilden für Deutschland das Agribusiness im volkswirtschaftlichen Kontext ab. Die Landwirtschaft wird als Teil des Agribusiness separat ausgewiesen. Zusätzlich werden weitere Kenngrößen aufgeführt, die die volkswirtschaftliche Bedeutung des Clusters Agribusiness unterstreichen. Zur Verdeutlichung der Verknüpfung des Clusters mit anderen Wirtschaftsbereichen werden beispielhaft die Bereiche Forst- und Holzwirtschaft sowie Erneuerbare Energien mit aufgeführt.

3.1 Volkswirtschaftliches Rechnungswesen

Das Volkswirtschaftliche Rechnungswesen vermittelt als Teil der amtlichen Statistiken zeitraumbezogen ein zahlenmäßiges Gesamtbild des Wirtschaftsablaufes in einer Volkswirtschaft. Folgende Teilbereiche bauen aufeinander auf:

- Die Kreislaufanalyse liefert die konzeptionelle Basis. Sie ist Teil der Makroökonomik, die das Zusammenwirken volkswirtschaftlicher Globalgrößen betrachtet. Hier werden Wirtschaftssubjekte zu Gruppen (Sektoren) zusammengefasst (aggregiert) und die Beziehungen untereinander dargestellt (NEUBÄUMER/HEWEL, 2005, S. 163ff.).
- Die Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) füllen das von der Kreislaufanalyse entwickelte Gerüst mit Zahlen. Im Rahmen der amtlichen Statistik dienen die Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen dazu, ein umfangreiches Bild des wirtschaftlichen Ablaufes und der damit verbundenen Vorgänge zu geben (THÜRINGER MINISTERIUM FÜR LANDWIRTSCHAFT, NATURSCHUTZ UND UMWELT, 2006, S. 10).
- Mit ergänzenden Rechnungen werden z.B. die Vermögensbestände einer Volkswirtschaft, die Kreditverflechtungen zwischen den Sektoren, die Geldbestände sowie Transaktionen mit dem Ausland ausgewiesen (NEUBÄUMER/HEWEL, 2005, S. 164).

3.1.1 Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen

Die Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) sind somit ein Teilbereich des volkswirtschaftlichen Rechnungswesens. Sie ermitteln zeitraumbezogen ein zahlenmäßiges Gesamtbild des Wirtschaftsablaufes innerhalb einer Volkswirtschaft. Bei den VGR handelt es sich um ein sekundärstatistisches Rechenwerk, das aus der Einbindung einer Vielzahl von Primärstatistiken entsteht (RANSCHT, 2009, S. 62). Somit verfolgen die VGR das Ziel, das Wirtschaftsgeschehen innerhalb einer Volkswirtschaft für einen zurückliegenden und abgeschlossenen Zeitraum auf quantitativer Ebene möglichst umfassend zu beschreiben (FRENKEL/JOHN, 1999, S. 4).

Die VGR weisen folgende ökonomische Kennzahlen einer Volkswirtschaft aus:

- das Bruttoinlandsprodukt
- die Bruttowertschöpfung
- den Produktionswert
- die Vorleistungen.

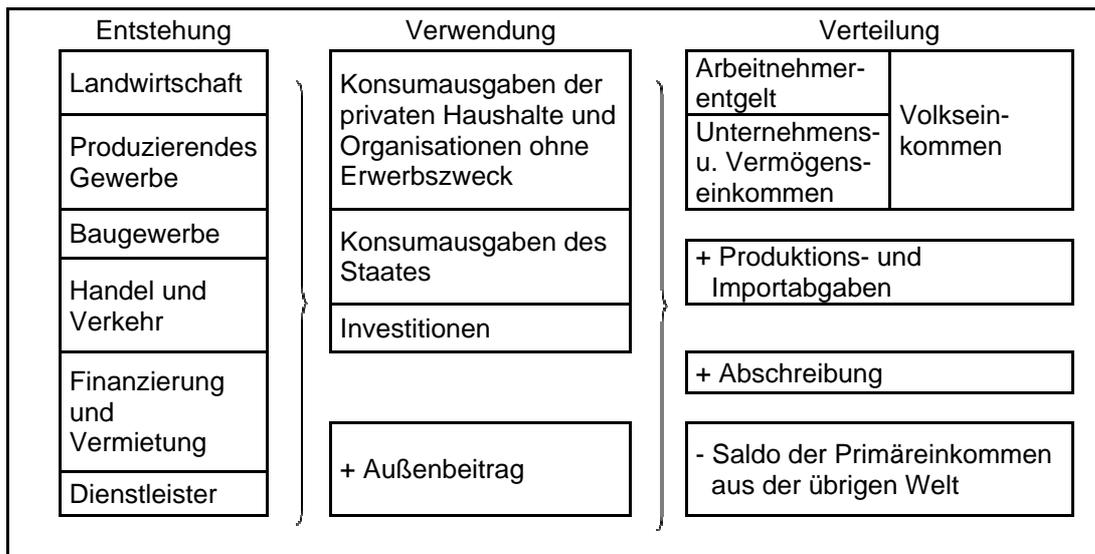
Systematisch zugeordnet ist zudem die Ermittlung der Erwerbstätigenzahl nach Wirtschaftsbereichen und im gesamtwirtschaftlichen Kontext.

Wie oben angeführt ist die Ermittlung des Bruttoinlandsproduktes (BIP) zentrales Ziel der VGR. Das BIP ist das Maß der wirtschaftlichen Leistung innerhalb einer Volkswirtschaft in einem definierten Zeitraum. Es benennt den Wert, der in einer Volkswirtschaft im Inland hergestellten Waren und Dienstleistungen (Wertschöpfung). Es entspricht der Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftsbereiche zuzüglich Gütersteuern und abzüglich Gütersubventionen. Die Bruttowertschöpfung, die zu Herstellungspreisen bewertet wird, ergibt sich für jeden Wirtschaftsbereich aus dem Bruttoproduktionswert zu Herstellungspreisen abzüglich zugehörigen Vorleistungen zu Anschaffungspreisen (STATISTISCHE ÄMTER DER LÄNDER, 2009).

Das BIP wird nach dem Inlandskonzept berechnet. Hier werden alle Güter und Leistungen einbezogen, die im Inland produziert worden sind, auch wenn es sich bei den Eigentümern um Ausländer handelt. Somit werden von Ausländern im Inland produzierte Güter in der Berechnung berücksichtigt.

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) wird sowohl von der Entstehungs- als auch von der Verwendungsseite her berechnet. Die Entstehungsrechnung zeigt den Anteil der einzelnen Wirtschaftsbereiche am BIP auf. Zwischen den beiden resultierenden Berechnungsergebnissen der Entstehungs- und Verwendungsseite findet ein Abgleich statt, der zum Veröffentlichungsergebnis des BIP und seiner Aggregate führt (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2007d, S. 18).

Übersicht 3.1: Berechnungsweg des Bruttoinlandsproduktes



Quelle: STATISTISCHES BUNDESAMT, 2007d, S. 18

Bei den Berechnungen der Bruttowertschöpfung sowie der Produktionswerte und Vorleistungen anhand der Entstehungsrechnung bilden Sektoren und einzelne Wirtschaftseinheiten die Grundlage. Die Darstellung erfolgt hier in aggregierter Form nach Wirtschaftsbereichen. Dabei umfasst ein Wirtschaftsbereich alle Wirtschaftseinheiten mit gleicher schwerpunktmäßiger Aktivität. Als Grundlage für die Gliederung der Wirtschaftsbereiche dient die Klassifikation der Wirtschaftszweige (RANSCHT, 2009, 62ff.).

3.1.2 Klassifikation der Wirtschaftszweige

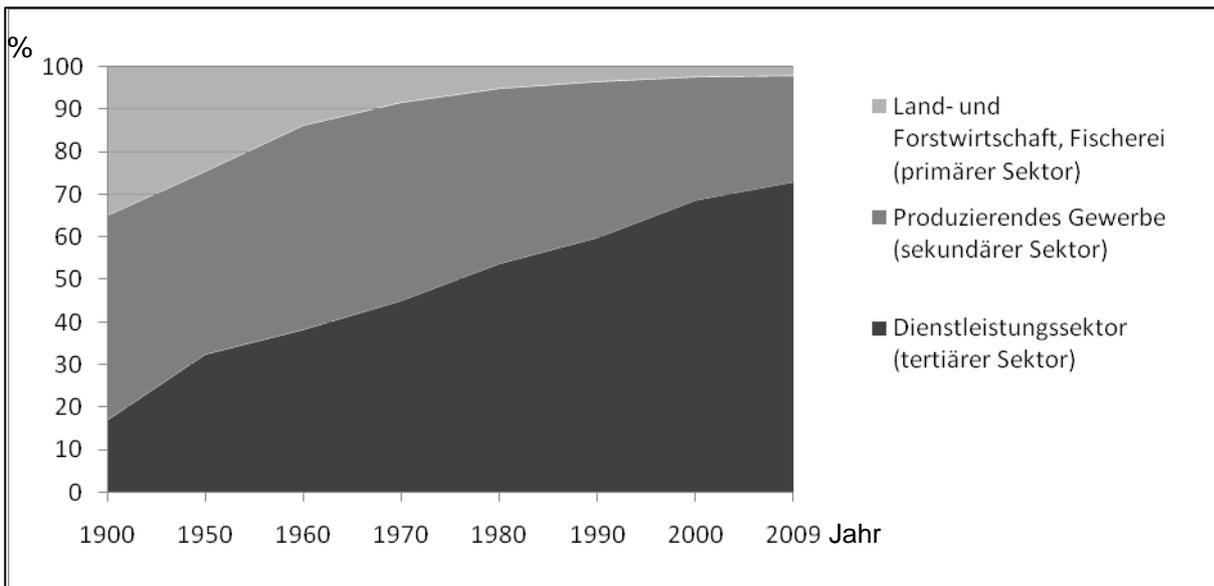
Grundvoraussetzung für die oben erläuterte statistische Arbeit ist die Existenz einer einheitlichen Klassifizierung, die auf einem anerkannten System beruht. Anhand einer solchen Klassifizierung werden vorhandene Daten einheitlich dargestellt und analysiert (EMMEL, 2008, S. 20). Zudem fordert die Internationalisierung und Globalisierung der Wirtschaft international vergleichbare Wirtschaftsstatistiken. Für die Statistiken wird eine Wirtschaftszweigklassifikation zugrunde gelegt, die diese international vergleichbare und aktuelle Zuordnung der verschiedenen Wirtschaftseinheiten ermöglicht. Mit dieser einheitlichen Vorgehensweise wird eine Vergleichbarkeit der ermittelten wirtschaftlichen Kennzahlen gewährleistet.

In Europa dient die europäische Systematik der Wirtschaftszweige (NACE) als Bezugssystem für die Erstellung und Verbreitung statistischer Daten. Hierdurch ist ein Rahmen vorgegeben, der die Zuordnung und Darstellung von statistischen Daten aus dem Erhebungsbereich „Wirtschaft“ ermöglicht. Die NACE ist innerhalb der Europäischen Union bindend. Sie ermöglicht somit eine Vergleichbarkeit der Daten innerhalb der EU und darüber hinaus. Die Wirtschaftszweigklassifikation untergliedert die Wirtschaft in Wirtschaftszweige.

3.1.3 Anpassung der Wirtschaftszweigklassifikation

Um Beobachtungen und Analysen von Entwicklungen im Zeitablauf durchführen zu können, ist zu gewährleisten, dass eine Klassifikation während eines längeren Zeitraums angewendet werden kann. Gleichwohl erfordern wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen ab einer bestimmten Größenordnung eine Überarbeitung einer geltenden Klassifikation (SEIDEL, 2010, S. 255ff). Deutlich wird dies anhand der in Abbildung 3.1 aufgezeigten Strukturveränderung am Beispiel der Erwerbstätigen in Deutschland und ihrem Anteil an den unterschiedlichen Wirtschaftssektoren.

Abbildung 3.1: Erwerbstätige in Deutschland nach Wirtschaftssektoren



Quelle: Eigene Darstellung, STATISTISCHES BUNDESAMT, 2010a; HENKEL, 2004, S. 101 (bis 1990 früheres Bundesgebiet. 1950-1959 ohne Berlin und Saarland)

Seit Jahrzehnten sind tiefgreifende Strukturveränderungen in der deutschen Volkswirtschaft zu verzeichnen. Der tertiäre Sektor (Dienstleistungssektor) gewinnt zunehmend an Bedeutung, während Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei (primärer Sektor) und das Produzierende Gewerbe (sekundärer Sektor) an Gewicht verloren haben. Somit hat sich Deutschland von einer Industrie- zu einer Dienstleistungsgesellschaft gewandelt. Waren im Jahr 1970 noch 46,5 % der Erwerbstätigen in Deutschland im Produzierenden Gewerbe und 45,1 % im Dienstleistungssektor tätig, stieg der Anteil der Erwerbstätigen im Dienstleistungssektor bis 2009 auf 73 %. Dies zeigt die zunehmende Bedeutung des Dienstleistungssektors, die durch die Schaffung zahlreicher neuer Beschäftigungsmöglichkeiten begünstigt wird (SEIDEL, 2010, S. 256; STATISTISCHES BUNDESAMT, 2010a).

Zudem veränderten sich innerhalb der einzelnen Wirtschaftssektoren die Bedeutungsschwerpunkte der einzelnen Wirtschaftsbereiche in großem Umfang. Die internationalen und nationalen Wirtschaftszweigklassifikationen sowie die darauf aufbauenden Statistiken wur-

den aufgrund dessen an die geänderten Gegebenheiten angepasst. Die Anpassung der geltenden Wirtschaftszweigklassifikationen begann auf Ebene der Vereinten Nationen mit der ISIC Rev. 4. Im Januar 2008 ist in der EU die revidierte Klassifikation NACE Rev. 2 in Kraft getreten. Sie löst die NACE Rev. 1.1 ab. Damit ist in den Mitgliedstaaten der EU die entsprechende Anpassung der NACE und der nationalen Wirtschaftszweigklassifikationen an die internationalen Standards umgesetzt worden.

In Deutschland gilt seit 2008, wie auch schon bei den vorangegangenen Versionen der NACE, eine nationale Version, die Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008. Die Klassifikation der Wirtschaftszweige 2003 (WZ 2003) wurde auf die Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008 (WZ 2008) umgestellt. Die nationale Klassifikation der Wirtschaftszweige systematisiert Wirtschaftseinheiten gemäß ihrem wirtschaftlichen Schwerpunkt und baut dabei auf der „Statistischen Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft“ (NACE) auf (EMMEL, 2008, S. 20f).

In den amtlichen Konjunkturstatistiken, die als Grundlage zur Berechnung des BIP verwendet werden, ist bereits seit Januar 2009 die neue Klassifikation der Wirtschaftszweige WZ 2008 bindend. Für die Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen ist dagegen bis zum Kalenderjahr 2011 noch die bisherige WZ 2003 maßgeblich.

Wie oben beschrieben führt der Übergang auf die neue Klassifikation zu tief greifenden Umstrukturierungen innerhalb der einzelnen Wirtschaftszweige und zu einer entsprechenden Änderung der Gliederungsstruktur.

Übersicht 3.2: NACE Re. 1.1/WZ 2003 und NACE Rev. 2/WZ 2008 im Vergleich

Ebene	NACE Rev. 1.1 / WZ 2003		NACE Rev. 2 / WZ 2008	
	Anzahl	Kodierung	Anzahl	Kodierung
Abschnitte	17	A bis Q	21	A bis V
Unterabschnitte	31	AA bis QA	-	-
Abteilungen	62/60	01 bis 99	88	01 bis 99
Gruppen	224/222	01.1 bis 99.0	272	01.1 bis 99.0
Klassen	514/513	01.11 bis 99.00	615	01.11 bis 99.00
Nationale Unterklassen	1041	01.11.1 bis 9.00.3	838	01.11.0 bis 9.00.0

Quelle: EMMEL, 2008, S. 21

Folgende Veränderungen lassen sich aus Übersicht 3.2 ablesen:

- Die Ebene „Abschnitte“ ist um vier erweitert worden.
- Die Ebene „Unterabschnitte“ ist nicht mehr vorhanden.
- Die Ebene „Nationale Unterklasse“ ist um 203 gesunken.

Die Anzahl innerhalb der verbliebenen einzelnen Ebenen hat sich aufgrund der höheren Detailliertheit in der NACE Rev. 2 erhöht. Ausnahme macht die Ebene „Nationale Unterklassen“, die um 203 Unterklassen reduziert wurde.

Grundvoraussetzung für die statistische Analyse und für eine allgemein akzeptierte Clusterabgrenzung ist die Erstellung einer „Liste Agribusiness“, die stringent aus den amtlichen Klassifizierungen abgeleitet ist. Mit einer solchen Vorgehensweise können vorhandene Daten systematisch dargestellt und analysiert werden. Zudem wird mit dieser einheitlichen Vorgehensweise eine Vergleichbarkeit der Daten im Zeitablauf gewährleistet. Die WZ 2008 ist deshalb Grundlage für die Erstellung der „Liste Agribusiness“, mit der der Cluster Agribusiness definiert und die Landwirtschaft als Teil dieses Clusters separat ausgewiesen wird. Da die Erstellung der Liste in die Umstellungsphase von WZ 2003 auf WZ 2008 fällt, ist eine doppelte Schlüsselung anhand des Umsteigeschlüssels vorgenommen worden.

3.2 Entwicklung der „Liste Agribusiness“

Wie in Kapitel 2 erläutert, sind in den letzten Jahrzehnten zunehmend Arbeitsbereiche aus der Landwirtschaft ausgegliedert und von anderen Wirtschaftseinheiten übernommen worden. Somit hat sich eine starke Verflechtung unterschiedlichster Wirtschaftszweige zwischen den in Abbildung 3.1 abgebildeten Wirtschaftssektoren ergeben. Diese Wirtschaftsbereiche sind im Hinblick auf die Wirtschaftsbeziehungen zur Landwirtschaft unter Beachtung der Definitionen des Agribusiness analysiert (vgl. Kapitel 2) und in die „Liste Agribusiness“ einbezogen worden. Neben Literaturrecherchen wurde die Verwendungstabelle der Input-Output-Rechnung herangezogen. Die Verwendungstabelle gibt Aufschluss über die Verflechtung der Landwirtschaft mit den dort angeführten Abteilungen.

Die auf dieser Basis ermittelten Wirtschaftszweige des Agribusiness sind mit der „Liste der zum Agribusiness gehörenden Wirtschaftszweige“ des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) abgeglichen und teilweise ergänzt worden. Das BMELV hat bisher in unregelmäßigen Abständen auf Basis dieser Liste Berechnungen zur volkswirtschaftlichen Bedeutung des Agribusiness vorgenommen. Einbezogen wurden zudem Zusammenstellungen der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE).

Wie oben erläutert, ist für die Entwicklung einer transparenten und fortzuschreibenden „Liste Agribusiness“ die einheitliche Anwendung der Wirtschaftszweigklassifikation 2008 notwendig. Deshalb war aufgrund der Umstellung der WZ 2003 auf die WZ 2008 ein Umsteigeschlüssel zu entwickeln, der eine Verknüpfung zwischen der hier entwickelten „Liste Agribusiness“ mit der „Liste der zum Agribusiness gehörenden Wirtschaftszweige“ des BMELV ermöglicht. Im Rahmen der Forschungsarbeit wurde dazu durchgehend eine doppelte Schlüsselung der „Liste Agribusiness“ auf Basis der WZ 2003 und WZ 2008 durchgeführt. Sie ermöglicht in der Übergangsphase bis 2011 eine Verknüpfung von Daten aus Statistiken, die noch nach der WZ 2003 klassifiziert sind mit der Klassifizierung nach WZ 2008 (vgl. Übersicht 3.3).

Die „Liste Agribusiness“ ist differenziert in die Kategorien „Vorgelagerte Wirtschaftsbereiche“, „Landwirtschaft, Jagd und Fischerei“ sowie „Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche“. In der Kategorie „Vorgelagerte Wirtschaftsbereiche“ sind alle Wirtschaftszweige berücksichtigt, von denen sich real existierende Unternehmen zumindest zum Teil auf die Landwirtschaft als Marktpartner spezialisiert haben. Die Kategorie „Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche“ beinhaltet alle Wirtschaftszweige, in denen Agrarprodukte verarbeitet oder vermarktet werden.

Die Zuordnung zur „Liste Agribusiness“ wurde zusätzlich über die Verwendungstabelle der Input-Output-Rechnung überprüft. Die so erstellte „Liste Agribusiness“ ist Basis für die Ermittlung der volkswirtschaftlichen Kennzahlen des Clusters „Agribusiness“ mit separater Ausweisung o.a. Kategorien.

Im Hinblick auf die Umstellung von der WZ 2003 auf die WZ 2008 sind für die „Liste Agribusiness“ folgende Veränderungen von Bedeutung:

- Abschnitte A „Landwirtschaft und Forstwirtschaft“ und B „Fischerei“ der WZ 2003 sind zu dem Abschnitt A „Land- und Forstwirtschaft, Fischerei“ in WZ 2008 zusammengefasst worden.
- Gruppe 01.4 „Erbringung von landwirtschaftlichen und gärtnerischen Dienstleistungen“ der WZ 2003 ist in der WZ 2008 als Gruppe 01.6 „Erbringung von landwirtschaftlichen Dienstleistungen“ aufgeführt. Zudem ist sie in der Anzahl der Klassen reduziert worden. In dieser neu definierten Gruppe sind ausschließlich Dienstleistungen enthalten, die direkt für die Landwirtschaft ausgeführt werden. Gärtnerische Dienstleistungen sind in der WZ 2008 unter der Abteilung N „Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen“ Gruppe 81.3 „Garten- und Landschaftsbau sowie Erbringung von sonstigen gärtnerischen Dienstleistungen“ enthalten. Somit wird sich im Jahr 2011 aufgrund des Wegfalls der „Gärtnerischen Dienstleistungen“ ein Bruch in der Reihe ergeben, da der gesamte Garten- und Landschaftsbau in der WZ 2008 nicht mehr zur Landwirtschaft gezählt wird.

- Klasse 15.81 „Herstellung von Backwaren“ und 15.82 „Herstellung von Dauerbackwaren“ waren bisher unter WZ 2003 in der Gruppe 15.8 „Sonstiges Ernährungs-gewerbe“ integriert. In der WZ 2008 sind sie als eigene Gruppe 10.7 „Herstellung von Back- und Teigwaren“ aufgeführt.
- Gruppe 15.9 „Getränkeherstellung“ ist in der WZ 2008 als Abteilung 11 aufgeführt.
- Abteilung 29 „Maschinenbau“ (WZ 2003) ist in der WZ 2008 in Abteilung 28 umbenannt worden. Zudem sind die innerhalb der Abteilung 29 integrierten Unterklassen 29.31.2 „Instandhaltung und Reparatur von land- und forstwirtschaftlichen Maschinen“ und 29.32.2 „Instandhaltung und Reparatur von sonstigen land- und forstwirtschaftlichen Maschinen“ in die Abteilung 33 „Reparaturen und Instandhaltung von Maschinen und Ausrüstungen“ einbezogen worden und nicht mehr explizit ausgewiesen. Diese Änderungen erschweren die Darstellung der Kennzahlen für diese Bereiche. Bisher wurde die Reparatur von Maschinen und deren Instandhaltung in den entsprechenden Gruppen der Herstellung der speziellen Maschinen und Waren mit aufgeführt, dies ist entfallen.
- Abschnitt H (WZ 2003) „Gastgewerbe“ mit nur einer Abteilung 55 „Gastgewerbe“ ist in der WZ 2008 als Abschnitt I „Gastgewerbe“ aufgeführt. Hier ist die Aufgliederung in Abteilungen 55 „Beherbergung“ und Abteilung 56 „Gastronomie“ verfeinert worden. Durch diese Gliederung ist die Verschiedenartigkeit und Spezialisierungen innerhalb des Gastgewerbes besser zu unterscheiden und statistisch zu erfassen.
- Aus Abschnitt N „Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen“ (WZ 2003) wurde der Wirtschaftsbereich Veterinärwesen in Abschnitt M „Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen“ (Abteilung 75) überführt. „Gesundheits- und Sozialwesen“ ist in der WZ 2008 als Abschnitt Q eingruppiert.
- Die Gruppe 50.5 „Tankstellen“ (WZ 2003) wechselt in der WZ 2008 in die Gruppe 47.3 Einzelhandel mit Motorenkraftstoffen.

In folgender Übersicht 3.3 sind die ermittelten und in die „Liste Agribusiness“ einbezogenen Wirtschaftsbereiche aufgeführt. Die einzelnen Wirtschaftsbereiche sind jeweils nach der WZ 2003 und WZ 2008 aufgeschlüsselt. Somit wird gewährleistet, dass die Wirtschaftsbereiche mit Daten aus verschiedenen Statistiken und Wirtschaftszweigklassifikationen hinterlegt werden können. Wirtschaftsbereiche, die nicht als Ganzes zum Agribusiness hinzuzuzählen sind, sind mit ex (= heraus) gekennzeichnet.

Übersicht 3.3: Liste Agribusiness-Verknüpfung WZ 2008 mit WZ 2003

WZ 2008	Bezeichnung	WZ 2003
Vorgelagerte Wirtschaftsbereiche:		
Herstellung, Installation und Instandhaltung von Idw. Produktionsmitteln		
ex 08.91	Bergbau auf chemische und Düngemittelminerale	ex 14.30
10.91.0	Herstellung von Futtermitteln für Nutztiere	15.71.0
20.15.0	Herstellung von Düngemitteln und Stickstoffverbindungen	24.15.0
20.20	Herstellung von Schädlingsbekämpfungs- und Pflanzenschutzmitteln	24.20.0
ex 23	Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	ex 26
25.73.4	Herstellung von Geräten für die Landwirtschaft	28.62.5
28.30.0	Herstellung von land- und forstwirtschaftlichen Maschinen, einschließlich Reparatur und Instandhaltung	29.3
	Herstellung von land- und forstwirtschaftlichen Zugmaschinen	29.31.1
	Herstellung von sonstigen land- und forstwirtschaftlichen Maschinen	29.32.1
ex 33.11.0	Reparatur von Metallerzeugnissen (Herstellung von Geräten für die Landwirtschaft)	ex 28.62.5
ex 33.12.0	Reparatur von Maschinen	ex 29.31.2
ex 33.20.0	Installation von Maschinen	ex 29.23.0
ex 43	Baugewerbe (Idw. Bauwesen)	ex 45
Handel mit Idw. Grundstoffen, Maschinen und Geräten		
46.11	Handelsvermittlung von landw. Grundstoffen, lebenden Tieren,	51.11
46.2	Großhandel mit landw. Grundstoffen, lebenden Tieren	51.2
46.61.0	Großhandel mit landw. Maschinen und Geräten	51.88.0
ex 46.75.0	Großhandel mit chemischen Erzeugnissen	ex 51.55.4
	Großhandel mit Düngemitteln	ex 51.55.5
Dienstleister		
ex 38	Sammlung, Behandlung und Beseitigung von Abfällen; Rückgewinnung	ex 90
ex 52.10.0	Lagerei	ex 63.12
	Lagerei (ohne Kühlhäuser)	ex 63.12.1
	Kühlhäuser	ex 63.12.2
ex 58.14.0	Verlag von Fachzeitschriften (Fachmedien)	ex 22.13.1
ex 64.19.5	Kreditinstitute mit Sonderaufgaben (Idw. Rentenbank)	ex 65.12.7
ex 65.12.2	Schaden- und Unfallversicherung (Agrarversicherung)	ex 66.03.2
ex 69.20.3	Praxen von Steuerberatern, Steuerberatungsgesellschaften (Idw.)	ex 74.12.3

ex 70.22.0	Unternehmensberatung	ex 74.14.1
ex 72.19.0	Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur, Agrarwissenschaften und Medizin	ex 73.10.3
ex 73.1	Werbegestaltung (Agrarwerbung)	ex 74.40.2
ex 73.11.0	Werbeagentur	-
ex 73.12.0	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten u. Werbeflächen	-
ex 73.2	Markt- und Meinungsforschung	ex 74.13
	Marktforschung	ex 74.13.1
	Meinungsforschung	ex 74.13.2
ex 74.90.0	Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten (Sachverständige (Sachverständigenwesen))	ex 74.87.2
ex 75.00	Veterinärwesen	ex 85.20
ex 75.00.1	Tierarztpraxen	ex 85.20.1
ex 75.00.9	Sonstiges Veterinärwesen (Sonstige selbstständige Tätigkeiten im Veterinärwesen)	ex 85.20.2
ex 75.00.9	Sonstiges Veterinärwesen (Anstalten und Einrichtungen des Veterinärwesens)	ex 85.20.3
77.31.0	Vermietung von landwirtschaftlichen Maschinen und Geräten	71.31.0
ex 81.29.2	Desinfektion und Schädlingsbekämpfung	ex 74.70.4
ex 94.11.0	Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände (Wirtschaftsverbände)	ex 91.11.1
ex 94.11.0	Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände (Öffentlich-rechtliche Wirtschaftsvertretungen, (Landwirtschaftskammern))	ex 91.11.2
Landwirtschaft, Jagd u. Fischerei:		
Landwirtschaft u. Jagd		
01.0	Landwirtschaft und Jagd	01.0
01.1	Anbau einjähriger Pflanzen	01.1
01.2	Anbau mehrjähriger Pflanzen	01.1
01.3	Betrieb von Baumschulen sowie Anbau von Pflanzen zu Vermehrungszwecken	01.1
01.4	Tierhaltung	01.2
01.5	Gemischte Landwirtschaft	01.3
01.6	Erbringung von landwirtschaftlichen Dienstleistungen	01.4
01.7	Jagd, Fallenstellerei und damit verbundene Tätigkeiten	01.5
Fischerei		
03	Fischerei und Aquakultur	05
03.1	Fischerei	05.01
03.11	Hochsee- und Küstenfischerei	05.01.1

03.12	Fluss- und Seenfischerei	05.01.2
03.2	Aquakultur	05.02
03.21	Meeressaquakultur	05.02.0
03.22	Süßwasseraquakultur	05.02.0
Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche:		
Ernährungsgewerbe u. Tabak		
10.0	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln (Ernährungsgewerbe)	15
10.1	Schlachten und Fleischverarbeitung	15.1
10.2	Fischverarbeitung	15.2
10.3	Obst- und Gemüseverarbeitung	15.3
10.4	Herstellung von pflanzlichen und tierischen Ölen und Fetten	15.4
10.5	Milchverarbeitung	15.5
10.6	Mahl- und Schälmmühlen, Herstellung von Stärke u. Stärkeerzeugnissen	15.6
10.7	Herstellung von Back- und Teigwaren	15.81 15.82
10.8	Herstellung von sonstigen Nahrungsmitteln	15.8
10.9	Herstellung von Futtermitteln (ohne 10.91.0)	15.72
11.0	Getränkeherstellung	15.9
12.0	Tabakverarbeitung	16
Nachrichtlich: Ernährungsindustrie (als Teil der Abteilungen 10.0 und 11.0 der WZ 2008)		
10.0	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln	15
10.1	Schlachten und Fleischverarbeitung	15.1
10.2	Fischverarbeitung	15.2
10.3	Obst- und Gemüseverarbeitung	15.3
10.4	Herstellung von pflanzlichen und tierischen Ölen und Fetten	15.4
10.5	Milchverarbeitung	15.5
10.6	Mahl- und Schälmmühlen, Herstellung von Stärke u.	15.6
10.7	Herstellung von Back- und Teigwaren	15.81 15.82
10.8	Herstellung von sonstigen Nahrungsmitteln	15.8
10.9	Herstellung von Futtermitteln (ohne 10.91.0)	15.72
11.0	Getränkeherstellung	15.9
Nahrungsmittelhandel		
46.17	Handelsvermittlung von Nahrungsmitteln, Getränken u. Tabakwaren	51.17
46.3	Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren	51.3
47.11	Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	52.11

47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	52.2
ex 47.3	Einzelhandel mit Motorenkraftstoffen (Tankstellen)	ex 50.5
47.76	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, zoologischem Bedarf, lebenden Tieren und Sämereien	52.49.1
47.81.0	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren an Verkaufsständen und auf Märkten	52.62.1
ex 47.91.9	Sonstiger Fachversandhandel (dar. mit Wein, Spirituosen, Nahrungsm.)	ex 52.61.3
56	Gastronomie	55

Quelle: Eigene Darstellung

Das Ernährungsgewerbe umfasst sowohl das Ernährungshandwerk wie auch die Ernährungsindustrie und wird in der „Liste Agribusiness“ als Ganzes erfasst. Nachrichtlich ist in der „Liste Agribusiness“ der Wirtschaftsbereich „Ernährungsindustrie“ als separate Unterposition ausgewiesen und mit ökonomischen Kennzahlen hinterlegt, die jedoch ausschließlich informativen Charakter haben.

Der Außer-Haus-Markt ist neben dem Lebensmitteleinzelhandel der zweite wichtige Absatzkanal für die Ernährungsindustrie (BUNDEVEREINIGUNG DER DEUTSCHEN ERNÄHRUNGSINDUSTRIE, 2010). In der „Liste Agribusiness“ ist jedoch auf eine separate Abbildung des Außer-Haus-Marktes verzichtet worden. Die Daten hierzu sind im nachgelagerten Bereich enthalten. Sie sind neben der Gastronomie im Ernährungsgewerbe (z.B. Bäcker, Fleischer) und im Nahrungsmittelhandel (z.B. Kiosk, Tankstellen) integriert. Sollten die Zahlen zum Außer-Haus-Markt gesondert abgebildet werden, sind sie aus der jeweiligen Kategorie heraus zurechnen.

3.3 Ökonomische Kennzahlen des Agribusiness

Ziel der Arbeit ist die Entwicklung eines einheitlichen Berechnungssystems zur Darstellung der ökonomischen Kennzahlen des Clusters „Agribusiness“. Die Entwicklung eines einheitlichen Systems fördert die Transparenz und Akzeptanz der Ergebnisse in der wissenschaftlichen und politischen Diskussion. Aufgrund dessen ist besonderer Wert auf eine abgestimmte Aufarbeitung und Darstellung des verfügbaren Datenmaterials gelegt worden. Die im Rahmen des Forschungsprojektes entwickelten Verfahren und verwendeten Daten zur Ermittlung der Bedeutung des Agribusiness anhand ökonomischer Kennzahlen sind mit Vertretern des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, des Statistischen Bundesamtes, des Deutschen Bauernverbandes und der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie abgeglichen worden. Durch

diesen Abgleich wurde eine verlässliche, nachvollziehbare und einheitliche Abgrenzung der „Liste Agribusiness“ und damit des Clusters „Agribusiness“ sicher gestellt.

Die „Liste Agribusiness“ ist Basis für die Ermittlung zentraler volkswirtschaftlicher Kennzahlen des Clusters in Relation zur gesamten Volkswirtschaft. Diese Kennzahlen werden in strenger Anlehnung an die Methodik der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen ermittelt. Dazu ist ein Berechnungssystem entwickelt worden, das auf Disaggregationsfaktoren und auf Schätzungen anhand der Verwendungstabelle basiert. Das Verfahren ermöglicht die abgestimmte Fortschreibung des Clustersystems in der Zukunft.

3.3.1 Datenquellen und Berechnungen

Aufgrund des makroökonomischen Fokus dieser Arbeit sind zur Berechnung der ökonomischen Kennzahlen des Clusters „Agribusiness“ die Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen mit folgenden zentralen Größen als Ausgangsstatistiken genutzt worden:

- Anzahl der Erwerbstätigen
- Produktionswert
- Bruttowertschöpfung.

Die Daten werden zu den einzelnen Wirtschaftsbereichen, bezogen auf Deutschland, in absoluten Größen und in Relation zur Gesamtwirtschaft dargestellt.

Da die makroökonomischen Statistiken der VGR bezüglich der zu ermittelnden Kennzahlen nur bis zu den Wirtschaftsabteilungen (2-Steller) ausgewiesen sind und diese Ebene nicht immer ausreicht, erfolgt mit Hilfe von „Indikatoren“ eine Näherung an tiefere Ebenen. Für diese Berechnungen sind Fachstatistiken als Indikatoren genutzt worden, über die die Wirtschaftsabteilungen der VGR bis zu den 5-Stellern disaggregiert werden konnten.

Zu berücksichtigen ist, dass verschiedene Statistiken auf unterschiedlichen Erhebungsformen bzw. Datenquellen beruhen. So unterscheiden sich beispielsweise die im Rahmen der VGR veröffentlichten Daten von den Daten der Fachstatistiken zu ähnlichen bzw. scheinbar gleichen Merkmalen. Begründet ist dies durch methodische Unterschiede. Da es sich bei der VGR als Gesamtrechnungssystem um ein sekundärstatistisches Verfahren handelt, geht hier eine Vielzahl unterschiedlicher Datenquellen zur Berechnung eines Merkmals ein. Beispielsweise wird zur Berechnung des Produktionswertes im Handel (einschließlich Handelsware) neben der monatlichen Groß- und Einzelhandelsstatistik auch auf die Handels- und Gaststättenzählung, die Jahresehebung im Groß- und Einzelhandel sowie auf die Umsatzsteuerstatistik zurückgegriffen. In der Fachstatistik wird dieses Merkmal primär erhoben. Deutlich wird hier, dass sich in diesen Fällen die Merkmale inhaltlich durch den unterschiedlichen Fokus unterscheiden, einerseits den mikroökonomischen innerhalb der Fachstatistiken und andererseits den makroökonomischen, gesamtwirtschaftlichen im Falle der VGR. Doch auch

innerhalb verschiedener Fachstatistiken als Primärstatistiken sind aufgrund unterschiedlicher Erhebungsformen abweichende Ergebnisse zu scheinbar gleichen Merkmalen enthalten (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2009c, S. 14; STATISTISCHES BUNDESAMT, 2007d, S. 21).

Aufgrund dessen ist bei den Berechnungen der ökonomischen Kennzahlen zu den einzelnen Wirtschaftszweigen der „Liste Agribusiness“ besonderer Wert auf die konsequente Nutzung einer Statistik innerhalb einer Wirtschaftsabteilung gelegt worden. Eine Vermischung unterschiedlich erhobener Statistiken als Indikatoren würde eine unzulässige Summierung unterschiedlich erhobener Daten zur Folge haben.

Berechnung der Erwerbstätigen

Um in der „Liste Agribusiness“ eine einheitliche Vorgehensweise zu sichern, wird zur Berechnung der Erwerbstätigen im Agribusiness die in die VGR eingebettete Erwerbstätigenrechnung genutzt.

Die in den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen aufgeführten Zahlen zu den Erwerbstätigen schließen alle Personen ein, die als Arbeitnehmer (Arbeiter, Angestellte, Beamte, geringfügig Beschäftigte, Soldaten) oder als Selbstständige bzw. als mithelfende Familienangehörige eine auf wirtschaftlichen Erwerb gerichtete Tätigkeit ausüben, unabhängig vom Umfang dieser Tätigkeit. Hier wird das Personenkonzept zugrunde gelegt. Somit werden Personen mit mehreren gleichzeitigen Beschäftigungsverhältnissen nur einmal mit ihrer Haupterwerbstätigkeit erfasst (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2009e).

Die Zahl der Erwerbstätigen in den VGR wird auf Basis aller zu einem bestimmten Berechnungszeitpunkt verfügbaren erwerbsstatistischen Quellen ermittelt. Diese Quellen werden mit Hilfe spezieller Berechnungen, insbesondere der Umrechnung von Stichtagswerten auf entsprechende Periodendurchschnitte und durch Ergänzung fehlender Teile beziehungsweise Bereinigung von Doppelerfassungen gewonnen. Insgesamt fließen in die Erwerbstätigenrechnung 48 auf unterschiedlichsten Berichtswegen gewonnene Statistiken ein. Neben den einzelnen monatlichen, vierteljährlichen und jährlichen Statistiken für einzelne Wirtschaftsbereiche sind insbesondere folgende Statistiken zu nennen (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2005b, S. 5):

- Statistik der Bundesagentur für Arbeit über die sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten
- Mikrozensus
- Personalstandstatistik über das Personal im öffentlichen Dienst.

Zur Disaggregation der Wirtschaftsabteilungen innerhalb der Erwerbstätigenrechnung der VGR ist die Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit genutzt worden. Hier

lassen sich die Anzahl und die prozentuale Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den einzelnen Wirtschaftszweigen bis zu den Unterklassen (5-Stellern) ermitteln. Um die Zahlen zu den Erwerbstätigen in den VGR bis auf die Unterklassen disaggregieren zu können, werden durch die Division der 5-Steller mit den zugehörigen 2-Stellern der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit Disaggregationsfaktoren ermittelt. Sind Zahlen zu Klassen zu ermitteln, wird zur Berechnung des Disaggregationsfaktors anstelle des 5-Stellers der 4-Steller eingesetzt. Die Kennzahlen der VGR auf 2-Stellerebene werden durch Multiplikation mit dem Disaggregationsfaktor auf 3-, 4- bzw. 5-Stellerebene aufgeschlüsselt.

Die Erwerbstätigen einzelner Wirtschaftsbereiche im vorgelagerten Bereich, die nicht vollständig dem Agribusiness zuzuzählen sind, wurden anhand der Verwendungstabelle der Input-Output-Rechnung anteilig ermittelt. Somit konnten die zum Agribusiness zählenden Wirtschaftszweige differenziert, einschließlich Wirtschaftsunterklassen, in die Berechnung einbezogen werden.

Die Beschäftigungsstatistik wird jährlich zum Stichtag 30.07. durch die Bundesagentur für Arbeit erstellt. Die Gliederung der Wirtschaftszweige nach der Wirtschaftszweigklassifikation erfolgt bis in die Ebene der Wirtschaftsgruppen (3-Steller) (BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT, 2007). Tiefer gehende Gliederungen können jedoch von der Bundesagentur für Arbeit bezogen werden. Sie dürfen aus Datenschutzgründen nicht veröffentlicht werden, konnten aber im Rahmen der Untersuchung als Grundlage für die Berechnung von Relationen genutzt werden und gehen somit als „Indikatoren“ für die Ermittlung von Daten der tiefen Gliederung ein.

Berechnung des Produktionswertes, der Vorleistungen und der Bruttowertschöpfung

Zur Berechnung des Produktionswertes, der Vorleistungen und der Bruttowertschöpfung sind u.a. Daten aus der Umsatzsteuerstatistik und der Kostenstrukturerhebung des produzierenden Gewerbes als Indikatoren genutzt worden (vgl. Übersicht 3.5). Für die nicht umsatzsteuerpflichtigen Wirtschaftsbereiche wurden andere Fachserien hinzugezogen. Diese sind ebenfalls ausschließlich als Indikatoren zur Berechnung des Disaggregationsfaktors genutzt worden.

Die Umsatzsteuerstatistik wurde als Indikator verwendet, da sie die Wirtschaftszweige bis zu den 5-Stellern ausweist. Hingegen würde die Verwendung von Umsätzen der berücksichtigten Wirtschaftsbereiche als Kennzahl der Leistungsfähigkeit einer Branche bzw. hier des Agribusiness nicht die Realität widerspiegeln.

Im Gegensatz zum Produktionswert ist in den Zahlen zu den Umsätzen die Summe aller Ansprüche enthalten, die ein Unternehmen innerhalb eines Zeitraumes durch den Verkauf von Waren und Dienstleistungen erwirbt. Umsätze werden zu Verkaufspreisen bewertet, d.h. in Umsätzen sind sowohl Gewinnaufschläge als auch die Umsatzsteuer enthalten. Im Gegensatz dazu werden Bestandsveränderungen sowie selbsterstellte Anlagen nicht berücksichtigt. Umsatzwachstum kann somit durch Preisanstiege oder durch Abbau von Lagerbeständen verursacht werden, was nicht auf Wachstum innerhalb des Wirtschaftszweiges zurückzuführen wäre (OSTWALD, 2009, S. 37).

Der Produktionswert hingegen errechnet sich aus der Summe aller in einer Volkswirtschaft (von In- und Ausländern) produzierten Waren und Dienstleistungen. Er setzt sich aus dem Wert der Verkäufe von Waren und Dienstleistungen aus eigener Produktion, aus dem Wert der Bestandsveränderung an Halb- und Fertigwaren aus eigener Produktion und aus dem Wert der selbsterstellten Anlagen zusammen (NEUBÄUMER/HEWEL, 2005, S. 180).

Doch auch der Produktionswert als Kennzahl für die Beurteilung der Wirtschaftsleistung eines Wirtschaftssektors ist nur bedingt aussagekräftig, da hier die erbrachten Vorleistungen enthalten sind. Da der Produktionswert Ausgangsgröße zur Berechnung der Bruttowertschöpfung ist, wird er mit aufgeführt.

Die Bruttowertschöpfung bietet sich als ökonomische Kennzahl an, da hier der Produktionswert abzüglich der Vorleistungen bewertet wird. Vorleistungen sind Waren und Dienstleistungen, die in Anspruch genommen wurden, also von anderen Unternehmen im In- und Ausland gekauft und im Produktionsprozess der laufenden Periode eingesetzt wurden (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2008a, S. 17).

3.3.2 Disaggregation der ökonomischen Kennzahlen

Wie oben beschrieben, dienen für diese Forschungsarbeit die in den VGR aufgeführten Kennzahlen der Entstehungsrechnung und der Erwerbstätigenrechnung als Datengrundlage zur Ermittlung der Kennzahlen des Agribusiness. Der beschriebene Wertschöpfungsansatz berücksichtigt die Erwerbstätigenzahlen, die Zahlen zu Produktionswerten und Vorleistungen sowie die Bruttowertschöpfung dieser Sekundärstatistik. Das Statistische Bundesamt veröffentlicht diese Kennzahlen innerhalb der VGR auf Abteilungstiefe (A 60). Somit liegen die veröffentlichten Daten ausschließlich auf Ebene der 2-Steller (Abteilung) vor. Wie aus der in Abschnitt 3.2 aufgeführten „Liste Agribusiness“ ersichtlich, sind hier neben Wirtschaftsabschnitten auch Gruppen, Klassen und Unterklassen enthalten. Aufgrund dessen sind die in den VGR angeführten Daten zu den o.g. Kennzahlen unter Zuhilfenahme von Fachstatistiken in Gruppen (3-Steller), Klassen (4-Steller) und Unterklassen (5-Steller) disaggregiert worden.

Im Gegensatz zur Aggregation beschreibt der Begriff der Disaggregation das Aufteilen einer Gesamtgröße auf unterschiedliche Einzelgrößen, die im Vorfeld nach gleichen Merkmalen zusammengefasst worden sind. Im Bereich der Statistiken bezeichnet Disaggregation die Aufschlüsselung von statistischen Daten bestimmter Merkmale in tiefer liegende Ebenen; hier das Aufteilen einer Abteilung in einzelne Gruppen, Klassen oder Unterklassen. In Abstimmung mit dem Statistischen Bundesamt ist die Aufschlüsselung der jeweiligen Kennzahlen der VGR auf 2-Stellerebene über Disaggregationsfaktoren als mögliche Methode gewählt worden. Hervorzuheben ist, dass es sich hier um eine Näherung handelt, die jedoch die tatsächlichen Gegebenheiten realistisch widerspiegelt.

Die Ermittlung des Disaggregationsfaktors erfolgt in dieser Arbeit nach einer durchgängig einheitlichen Vorgehensweise. Im Vorfeld jeder Berechnung ist eine Basisstatistik ermittelt worden, die den relevanten Wirtschaftsbereich bis zu den 5-Stellern (Unterklassen) differenziert. Die Daten der ausgewählten Statistik werden zur Anteilswertberechnung verwendet. Somit sind nicht die absoluten Werte der Statistiken von Bedeutung sondern die Anteile der einzelnen Gruppen, Klassen und Unterklassen an den übergeordneten Aggregationen. Die prozentualen Anteile aller Unterklassen einer bestimmten Klasse geben in ihrer Summe die Gesamtheit (100 %) dieser Klasse wieder.

Übersicht 3.4: Berechnung des Disaggregationsfaktors am Beispiel der Umsatzsteuerstatistik

Beispiel:
$$\frac{Umsatz_{5\text{-Steller}}}{Umsatz_{2\text{-Steller}}} = \text{Disaggregationsfaktor}$$

Quelle: Eigene Darstellung

Somit entsprechen die errechneten Disaggregationsfaktoren den Anteilswerten für Gruppen, Klassen und Unterklassen und ergeben in ihrer Summe immer eins. Die Anteilswerte werden den unterschiedlichen Kennzahlen der VGR entsprechend über unterschiedliche Basisstatistiken berechnet und mit den veröffentlichten VGR-Daten multipliziert. Diese Vorgehensweise ermöglicht es, Daten auf 3-, 4- und 5-Stellerebene auszuweisen.

Hierdurch wird gewährleistet, dass die Daten der VGR z.B. einer Abteilung immer als Ganzes auf die zugehörigen Gruppen, Klassen bzw. Unterklassen verteilt werden. Um dies zu gewährleisten, werden die Disaggregationsfaktoren einer Gruppe, Klasse usw. immer auf Basis einer Statistik berechnet (OSTWALD, 2009, S. 52).

Die Mehrzahl der angeführten Wirtschaftsbereiche mit ihren ökonomischen Kennzahlen sind über einheitliche Basisstatistiken disaggregiert worden. In Übersicht 3.5 sind die Basisstatistiken aufgeführt, die zur Berechnung der einzelnen ökonomischen Kennzahlen zum Kalenderjahr 2008 genutzt worden sind. Diese Statistiken sind je nach Kalenderjahr zu aktualisieren.

Übersicht 3.5: Basisstatistiken zur Disaggregation

Kennzahlen zu 2008	Basisstatistiken für die Disaggregation
Produktionswert Vorleistungen Bruttowertschöpfung	<ul style="list-style-type: none"> - Statistisches Bundesamt (2010): Fachserie 14 Reihe 8. Umsatzsteuerstatistik zu 2008. (Tab. 2.3 der Jahrespublikation). - Statistisches Bundesamt (2009): Fachserie 4 Reihe 4.3. Kostenstrukturerhebung zu 2007. - Genesis Tabelle: Unternehmen, Umsatz und weitere betriebs- und volkswirtschaftliche Kennzahlen im Handel, Jahresstatistik im Handel 2007. - Ernährungsindustrie berechnet nach Umsatz aus dem "Jahresbericht für Betriebe des verarbeitenden Gewerbes mit 20 und mehr Personen 2008", Prozentualer Anteil von der Umsatzsteuer des Ernährungsgewerbes aus der Umsatzsteuerstatistik 2008 Spalte D (Tabelle 2.3 der Jahrespublikation, Fachserie 14 Reihe 8) von Unternehmen ab einer tätigen Person.
Erwerbstätige	<ul style="list-style-type: none"> - Bundesagentur für Arbeit: Beschäftigtenstatistik, Stand 31.12.2008.
Schätzung prozentualer Anteile einzelner Wirtschaftsbereiche	<ul style="list-style-type: none"> - Statistisches Bundesamt, Fachserie 18, Reihe 2, 2006. Input-Output-Berechnung.

Quelle: Eigene Darstellung

3.3.3 Schätzungen anhand der Verwendungstabelle

Zur Ermittlung der ökonomischen Kennzahlen sind neben der Disaggregation der in der „Liste Agribusiness“ aufgeführten Wirtschaftsbereiche teilweise Schätzungen mit Hilfe der Verwendungstabelle vorgenommen worden. Angewandt wurde diese Schätzung bei vorgelagerten Wirtschaftsbereichen, deren zugehörige Wirtschaftseinheiten nur teilweise der Landwirtschaft zuarbeiten bzw. sich auf die Landwirtschaft als Marktpartner spezialisiert haben. Die Verwendungstabelle bietet sich für diese Schätzungen an, da aus ihr die von der Landwirtschaft genutzten Vorleistungen differenziert nach Wirtschaftsabteilungen abgelesen werden können. Auf diese Weise ist der prozentuale Anteil der von der Landwirtschaft bezogenen Güter einzelner Wirtschaftsabteilungen ermittelbar. Dieser Prozentwert ist auf die in Abschnitt 3.3.1 erläuterten Kennzahlen der VGR angewandt worden.

Exkurs zur Verwendungs- und Aufkommenstabelle als Basis der Input-Output-Tabellen

Die Verwendungs- und die Aufkommenstabelle werden in der deutschen Input-Output-Rechnung als „Basistabellen“ bezeichnet, da aus ihnen die Input-Output-Tabellen abgeleitet werden. Die Verwendungstabelle zeigt die Verwendung der Güter in kombinierter Gliederung nach Gütergruppen und Wirtschaftsbereichen bzw. Kategorien der letzten Verwendung, ergänzt um die Wertschöpfung, auf. Sie verdeutlicht den Anteil einzelner Wirtschaftsbereiche an der gesamten Wertschöpfung der einzeln betrachteten Wirtschaftsabteilung in ihrer Gesamtheit. Zudem sind Aufkommens- und Verwendungstabelle das Bindeglied zwischen Inlandsproduktsberechnung und Input-Output-Rechnung. Aufkommens- und Verwendungstabelle basieren auf Daten verschiedener Wirtschaftsstatistiken. Dadurch ist es möglich, einzelne Wirtschaftsbereiche und spezielle Gütergruppen in einem gesamtwirtschaftlichen Rahmen darzustellen. So können z.B. mit der Aufkommenstabelle die Produktionsstrukturen und mit der Verwendungstabelle die Vorleistungsstrukturen von Gütergruppen und Wirtschaftsbereichen näher untersucht werden. Sowohl die Aufkommens- und die Verwendungstabelle als auch die Input-Output-Tabellen stellen den Produktionsprozess der Volkswirtschaft als Ganzes dar. Die Verwendungstabelle weist den Einsatz der Güter in den Wirtschaftsbereichen – d.h. ihre Verwendung – nach. Input-Output-Tabellen ähneln der Verwendungstabelle, sie erfassen den gleichen wirtschaftlichen Tatbestand, also den Einsatz der Güter nach Bereichen und für die letzte Verwendung. Allerdings erfolgt dieser Ausweis in anderer Gliederung der Spalten. Bei den Input-Output-Tabellen des Statistischen Bundesamtes handelt es sich um Tabellen vom Typ Güter x Güter, während Verwendungstabellen kombinierte Angaben nach Gütergruppen und institutionell abgegrenzten Wirtschaftsbereichen enthalten. Der Verwendungstabelle sind Angaben zur Güterverwendung und Wertschöpfung zu entnehmen (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2010b, S. 21f).

3.3.4 Vorläufige Zahlen und Schätzungen

Kalenderjahr 2009

Die Berechnungen für das Kalenderjahr 2009 basieren auf vorläufigen Zahlen. Da zum Zeitpunkt der Bearbeitung die Kennzahlen der VGR für das Jahr 2009 nur bis zu den Wirtschaftsabschnitten ausgewiesen und als vorläufig gekennzeichnet waren, konnte in dieser Berechnung das Verfahren der Disaggregation nicht angewendet werden.

Über die im Folgenden aufgeführten Statistiken des Statistischen Bundesamtes wurden die prozentualen Veränderungen für einzelne Wirtschaftsbereiche ermittelt und auf die Kennzahlen von 2008 übertragen:

- Fachserie 4 Reihe 4.1.1, 2010. Produzierendes Gewerbe, Beschäftigung und Umsatz der Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden. Zahlen zu 2009
- Monatsstatistiken der Genesis-Online Datenbank, Zahlen zu 2009

Diese Statistiken weisen die prozentualen Veränderungen des Umsatzes einzelner Wirtschaftsbereiche zum Vorjahr auf. Die prozentualen Umsatzveränderungen des Kalenderjahres 2009 zu 2008 sind auf die für 2008 ermittelten Kennzahlen zum Produktionswert und zur Bruttowertschöpfung übertragen worden. Auf diese Weise sind vorläufige Zahlen für 2009 ermittelt worden.

Die vorläufigen Zahlen für 2009 zu den Erwerbstätigen sind über den Vergleich der Zahlen 2009 zu 2008 der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten aus der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit ermittelt worden. Aus den prozentualen Veränderungen in diesem Zeitraum ergeben sich, differenziert nach Wirtschaftsbereichen, die vorläufigen Zahlen für 2009.

Kalenderjahr 2010

Für 2010 sind Schätzungen zu den einzelnen ökonomischen Kennzahlen vorgenommen worden. Veränderungen innerhalb einzelner Wirtschaftsbereiche sind auf Basis folgender Statistiken ermittelt worden:

- VGR des Bundes - Bruttowertschöpfung: Deutschland, Quartale, Wirtschaftsbereiche 1. und 2. Quartal 2009 zu 2010)

Über diese Statistik der VGR sind Mittelwerte der Bruttowertschöpfung zu den ersten beiden Quartalen der Wirtschaftsjahre 2009 und 2010 ermittelt und in Relation gesetzt worden. Über die so ersichtlichen Entwicklungen innerhalb der einzelnen Wirtschaftsbereiche sind der Produktionswert und die Bruttowertschöpfung zu 2010 geschätzt worden.

- Beschäftigungsstatistik „Arbeitsmarkt in Zahlen, August 2010“

Die Beschäftigungsstatistik August 2010 liefert Zahlen zu den einzelnen Wirtschaftsabschnitten. Hier sind die Mittelwerte der Monate Mai und Juni 2010 und der Monate Mai und Juni des Vorjahres in Relation gesetzt worden. Aus diesen erkennbaren Entwicklungen innerhalb der einzelnen Wirtschaftsabschnitte wurden die Zahlen zu den Erwerbstätigen für 2010 geschätzt.

3.4 Ergebnisse zum Cluster Agribusiness

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Agribusiness wird im Folgenden auf Basis einer umfassenden Analyse anhand der zentralen Größen Erwerbstätige, Produktionswert und Bruttowertschöpfung aufgezeigt. Wie in Abschnitt 3.3 beschrieben, sind die Kennzahlen des Agribusiness auf Grundlage der VGR berechnet worden. Die Methodik wurde mit einschlägigen Institutionen und Organisationen abgestimmt.

Die Kennzahlen zu den 2-Stellern liegen bis zwei Jahre vor dem jeweiligen Erscheinungsjahr der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen vor, während die Kennzahlen des Vorjahres nur bis zu den Wirtschaftsabschnitten abgebildet werden. Deshalb sind detaillierte Berechnungen für 2007 und 2008 durchgeführt worden. Vorläufige Zahlen wurden für 2009 ermittelt. Die Daten für 2010 sind geschätzt (vgl. Abschnitt 3.3).

Die komplexe „Liste Agribusiness“ mit den einbezogenen Wirtschaftsbereichen und den jeweils zugehörigen ökonomischen Kennzahlen für das Jahr 2008 ist im Anhang beigefügt. Die Werte pro Wirtschaftsbereich sind dort einzusehen.

Im Folgenden werden die Ergebnisse bezogen auf Erwerbstätige, Produktionswert und Bruttowertschöpfung jeweils für die Kalenderjahre 2007 bis 2010 zusammenfassend vorgestellt. Die „Liste Agribusiness“ umfasst insgesamt 80 Positionen (vgl. Abschnitt 3.2 und Anhang). In komprimierter Form sind die Ergebnisse für den Cluster „Agribusiness“ in den folgenden Übersichten dargestellt. Die Übersichten weisen folgende Kategorien aus und beziehen die ermittelten Ergebnisse für den Cluster auf die Volkswirtschaft insgesamt. Der Bereich Landwirtschaft wird ergänzend separat ausgewiesen:

Vorgelagerte Wirtschaftsbereiche:

- Herstellung, Installation u. Instandhaltung von ldw. Produktionsmitteln (inkl. Baugewerbe)
- Handel mit ldw. Grundstoffen, Maschinen u. Geräten sowie
- Dienstleister

Landwirtschaft, Jagd und Fischerei

Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche:

- Ernährungsgewerbe u. Tabakverarbeitung
- Nahrungsmittelhandel sowie
- Gastronomie.

3.4.1 Erwerbstätige im Agribusiness

Ausgehend von der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit, die als Basisstatistik genutzt wurde, sind die Erwerbstätigen über den Disaggregationsfaktor der einzelnen Wirtschaftsbereiche bis zu den 5-Stellern der Wirtschaftszweigklassifikation berechnet worden. Über diese Berechnung lassen sich Anzahl und prozentuale Verteilung der Erwerbstätigen der einzelnen Wirtschaftsbereiche ermitteln. Die Erwerbstätigen einzelner Wirtschaftsbereiche, die nicht zu 100 % dem Agribusiness zu zurechnen sind, wurden zudem anteilig über die Verwendungstabelle der Input-Output-Rechnung ermittelt. Somit konnten die Erwerbstätigen der zum Agribusiness zählenden Wirtschaftsbereiche differenziert und einschließlich der Unterklassen in die Berechnung einbezogen werden. Bei den Zahlen zu den Wirtschaftsjahren 2009 und 2010 handelt es sich um vorläufige bzw. geschätzte Zahlen (vgl. Abschnitt 3.3.4).

Im Agribusiness waren in den Jahren 2007-2010 (vgl. Übersicht 3.7) im Durchschnitt mehr als 5 Mio. Erwerbstätige beschäftigt. Bezogen auf die Gesamtbeschäftigung von mehr als 40 Mio. Erwerbstätigen in Deutschland, beläuft sich der Anteil der im Agribusiness tätigen Personen auf ca. 12,5 %.

- Die nähere Betrachtung der einzelnen Wirtschaftsbereiche des Agribusiness verdeutlicht, dass der vorgelagerte Bereich der Landwirtschaft über 6 % der Erwerbstätigen des gesamten Agribusiness ausmacht; mit steigender Tendenz.
- Die Erwerbstätigen innerhalb der Landwirtschaft, Jagd und Fischerei zeigen absolut eine positive Entwicklung auf. Aufgrund der ebenfalls steigenden Zahl der Erwerbstätigen auf dem Arbeitsmarkt insgesamt bleibt hier der prozentuale Anteil der Landwirtschaft konstant. Der Anteil der Landwirtschaft, Jagd und Fischerei am Agribusiness ist hingegen leicht rückläufig.
- In dem der Landwirtschaft nachgelagerten Bereich sind mehr als 75 % der Erwerbstätigen des Agribusiness beschäftigt. Trotz der Wirtschaftskrise 2008 hat sich die Anzahl der Erwerbstätigen im nachgelagerten Bereich konstant gehalten.

Insgesamt verdeutlichen die Zahlen, dass es sich beim Agribusiness bezogen auf die Erwerbstätigen, um einen relativ stabilen Sektor handelt. Trotz der Wirtschaftskrise sind die Zahlen der Erwerbstätigen nicht eingebrochen; sie haben sich stabil gehalten mit steigender Tendenz.

Übersicht 3.6: Agribusiness - Erwerbstätige

Wirtschaftsbereiche	Erwerbstätige							
	2007	2007 % vom Agribusiness	2008	2008 % vom Agribusiness	2009p	2009 % vom Agribusiness	2010s	2010 % vom Agribusiness
Vorgelagerte Wirtschaftsbereiche	303.117	6,28	311.600	6,43	326.791	6,54	331.693	6,67
- Herstellung, Installation u. Instandhaltung von ldw. Produktionsmitteln	132.677	2,75	137.241	2,79	143.674	2,80	-	-
- Handel mit ldw. Grundstoffen, Maschinen u. Geräten	85.654	1,77	86.416	1,76	86.808	1,69	-	-
- Dienstleister	84.786	1,76	87.943	1,79	96.309	2,05	-	-
Landwirtschaft, Jagd u. Fischerei	818.000	16,93	829.000	16,87	830.008	16,58	830.000	16,69
Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche	3.709.728	76,79	3.773.362	76,79	3.850.008	76,90	3.811.508	76,64
- Ernährungsgewerbe u. Tabak	916.616	18,97	952.208	19,38	955.339	18,62	-	-
- Nahrungsmittelhandel	1.536.535	31,81	1.551.481	31,57	1.577.466	28,43	-	-
- Gastronomie	1.256.577	26,01	1.269.674	25,84	1.317.203	25,68	-	-
Agribusiness	4.830.844	100,00	4.913.962	100,00	5.006.808	100,00	4.973.201	100,00
Volkswirtschaft insgesamt	39.724.000		40.276.000		40.271.000		40.267.000	
Anteil der Landwirtschaft	2,06 %		2,06 %		2,06 %		2,06 %	
Anteil des Agribusiness	12,16 %		12,20 %		12,43 %		12,35 %	

Zeichenerklärung: p = vorläufige Zahlen; s = geschätzte Zahlen auf Grundlage der VGR des Bundes und der Beschäftigungsstatistik "Arbeitsmarkt in Zahlen, August 2010".

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Liste Agribusiness

3.4.2 Produktionswert im Agribusiness

Produktionswert und Vorleistungen dienen als Grundlage zur Berechnung der Bruttowertschöpfung. Ausgehend von den in Übersicht 3.5 genannten Basisstatistiken sind Produktionswerte und Vorleistungen zu den einzelnen Wirtschaftsbereichen über den Disaggregationsfaktor bis hin zu den Unterklassen (5-Stellern) der Wirtschaftszweigklassifikation berechnet worden. Von einzelnen Wirtschaftsbereichen, die nicht zu 100 % dem Agribusiness zuzurechnen sind, wurden die ökonomischen Kennzahlen zusätzlich zur Disaggregation anteilig über die Verwendungstabelle der Input-Output-Rechnung ermittelt. Somit konnten die ökonomischen Kennzahlen der zum Agribusiness zählenden Wirtschaftszweige differenziert und bis einschließlich der Wirtschaftsunterklassen in die Berechnung einbezogen werden. Bei den Zahlen zu den Wirtschaftsjahren 2009 und 2010 handelt es sich auch hier um vorläufige bzw. geschätzte Zahlen (vgl. Abschnitt 3.3.4).

In den Jahren 2007-2010 schwankte der Produktionswert des Agribusiness zwischen 362 und 387 Mrd. Euro. Der prozentuale Anteil des Agribusiness am Produktionswert der gesamten Volkswirtschaft stieg jedoch konstant von 8,1 % in 2007 auf 8,7 % in 2010. Die nähere Betrachtung der Übersicht 3.8 verdeutlicht, dass diese Entwicklung nicht in allen aufgeführten Kategorien analog verläuft:

- Der vorgelagerte Bereich des Agribusiness erzielte 2007 einen Produktionswert von 32,3 Mrd. Euro und somit einen Anteil von 8,9 % des Agribusiness. Bis 2010 sank der Produktionswert im vorgelagerten Bereich leicht auf 8,4 % des Agribusiness. Ausreißer ist das Jahr 2008. Hier stieg der Produktionswert um 6 Mrd. Euro auf einen prozentualen Anteil am Agribusiness von 9,9 %.
- Bei der Landwirtschaft, Jagd und Fischerei verhielt sich diese Entwicklung bei den absoluten Zahlen ähnlich. Der erzielte Produktionswert von 47,3 Mrd. Euro in 2007 sank auf 45,8 Mrd. Euro in 2010. Wie auch im vorgelagerten Bereich weist der Produktionswert im Jahr 2008 mit 49,7 Mrd. Euro einen außerordentlich hohen Wert aus. Der prozentuale Anteil des Produktionswertes der Landwirtschaft am Agribusiness ist im Zeitraum von 2007 bis 2010 von 13,0 % auf 11,9 % zurückgegangen.
- Der im nachgelagerten Bereich erwirtschaftete Produktionswert betrug 2007 annähernd 285 Mrd. Euro und somit 78,2 % des Agribusiness. Im Jahr 2008 stieg der Produktionswert auf 298,8 Mrd. Euro, der prozentuale Anteil am Agribusiness sank hingegen auf 77,2 %. In den folgenden zwei Jahren ist der prozentuale Anteil am Agribusiness bis auf über 79 % gestiegen.

Übersicht 3.7: Agribusiness - Produktionswert

Wirtschaftsbereiche	Produktionswert in jeweiligen Preisen							
	2007 in Mrd. EUR	2007 % vom Agribusiness	2008 in Mrd. EUR	2008 % vom Agribusiness	2009p in Mrd. EUR	2009 % vom Agribusiness	2010s in Mrd. EUR	2010 % vom Agribusiness
Vorgelagerte Wirtschaftsbereiche	32,28	8,86	38,43	9,93	31,28	8,62	32,47	8,42
- Herstellung, Installation u. Instandhaltung von ldw. Produktionsmitteln	18,48	5,07	22,92	5,93	18,07	4,98	-	-
- Handel mit ldw. Grundstoffen, Maschinen u. Geräten	10,69	2,93	12,34	3,19	10,78	2,97	-	-
- Dienstleister	3,11	0,85	3,16	0,82	2,42	0,67	-	-
Landwirtschaft, Jagd u. Fischerei	47,26	12,97	49,68	12,84	45,70	12,59	45,76	11,87
Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche	284,90	78,17	298,80	77,23	286,01	78,79	307,17	79,70
- Ernährungsgewerbe u. Tabak	150,52	41,30	158,89	41,07	152,23	41,94	-	-
- Nahrungsmittelhandel	89,55	24,57	94,31	24,38	90,00	24,79	-	-
- Gastronomie	44,83	12,30	45,60	11,79	43,76	12,06	-	-
Agribusiness insgesamt	364,44	100,00	386,91	100,00	362,99	100,00	385,40	100,00
Volkswirtschaft insgesamt	4.496,06 Mrd. EUR		4.615,51 Mrd. EUR		4.239,68 Mrd. EUR		4.434,71 Mrd. Euro	
Anteil der Landwirtschaft	1,05 %		1,08 %		1,08 %		1,03 %	
Anteil des Agribusiness	8,11 %		8,38 %		8,56 %		8,69 %	

Zeichenerklärung: p = vorläufige Zahlen; s = geschätzte Zahlen auf Grundlage der VGR des Bundes (1. und 2. Quartal 2010 der Wirtschaftsbereiche)
 Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der „Liste Agribusiness“

3.4.3 Bruttowertschöpfung im Agribusiness

Der Produktionswert abzüglich der Vorleistungen ergibt die Bruttowertschöpfung. Produktionswerte und Vorleistungen der Wirtschaftsbereiche des Agribusiness sind auf Grundlage der VGR berechnet worden (vgl. Abschnitt 3.3.). Details sind der im Anhang einzusehenden „Liste Agribusiness“ exemplarisch für 2008 zu entnehmen. Bei den Zahlen zu den Kalenderjahren 2009 und 2010 handelt es sich um vorläufige bzw. geschätzte Zahlen (vgl. Abschnitt 3.3.4).

Die Auswertungen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen zeigen, dass das Agribusiness in 2007 eine Bruttowertschöpfung von insgesamt ca. 145 Mrd. Euro erzielt hat. Gemessen an der gesamten Bruttowertschöpfung der deutschen Volkswirtschaft in Höhe von 2.181 Mrd. Euro entfällt auf das Agribusiness in diesem Jahr ein Anteil von knapp 6,6 %. Für 2008 ist eine Steigerung um 4,5 Mrd. Euro ausgewiesen. In 2009 war absolut und relativ ein Rückgang zu verzeichnen. In 2010 ist wieder mit einem Anstieg auf den Stand von 2007 zu rechnen.

- Im vorgelagerten Wirtschaftsbereich spiegelt sich die Entwicklung des Produktionswertes wider. Hier wird für 2008 ein relativ hoher Wert ausgewiesen. In den anderen Jahren sind es weniger als 10 %.
- Der Bereich des Agribusiness „Landwirtschaft, Jagd und Fischerei“ erwirtschaftete im Jahr 2007 mit 18,3 Mrd. Euro mehr als 12,5 % der Bruttowertschöpfung des Agribusiness und 0,8 % der Gesamtwirtschaft. Jedoch verdeutlichen die ökonomischen Kennzahlen der folgenden Jahre eine stetig sinkende Bruttowertschöpfung, sowohl absolut wie auch relativ.
- Im Jahr 2007 erwirtschaftete der nachgelagerte Bereich 112,3 Mrd. Euro und einen Anteil von 77,5 % der BWS des Agribusiness. Im Jahr 2008 wird trotz einer steigenden Bruttowertschöpfung auf 114,9 Mrd. Euro eine leichte prozentuale Abnahme, bezogen auf das Agribusiness insgesamt, deutlich. In den folgenden Jahren hat der prozentuale Anteil am Agribusiness wieder zugenommen.

Übersicht 3.8: Agribusiness - Bruttowertschöpfung

Wirtschaftsbereiche	Bruttowertschöpfung in jeweiligen Preisen							
	2007 in Mrd. EUR	2007 % vom Agribusiness	2008 in Mrd. EUR	2008 % vom Agribusiness	2009p in Mrd. EUR	2009 % vom Agribusiness	2010s in Mrd. EUR	2010 % vom Agribusiness
Vorgelagerte Wirtschaftsbereiche	14,18	9,79	16,70	11,19	13,86	9,91	14,39	9,68
- Herstellung, Installation u. Instandhaltung von ldw. Produktionsmitteln	6,13	4,23	7,48	5,01	5,88	4,20	-	-
- Handel mit ldw. Grundstoffen, Maschinen u. Geräten	6,25	4,31	7,43	4,97	6,49	4,64	-	-
- Dienstleister	1,80	1,25	1,80	1,21	1,49	1,07	-	-
Landwirtschaft, Jagd u. Fischerei	18,30	12,64	17,64	11,82	16,17	11,56	16,19	10,90
Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche	112,28	77,56	114,94	76,99	109,83	78,53	117,96	79,42
- Ernährungsgewerbe u. Tabak	36,86	25,47	35,28	23,64	33,74	24,12	-	-
- Nahrungsmittelhandel	51,22	35,38	55,03	36,87	52,46	37,51	-	-
- Gastronomie	24,19	16,71	24,62	16,49	23,63	16,90	-	-
Agribusiness insgesamt	144,75	100,00	149,28	100,00	139,86	100,00	148,54	100,00
Volkswirtschaft insgesamt	2.180,73 Mrd. EUR		2.224,80 Mrd. EUR		2.140,61 Mrd. EUR		2.239,08 Mrd. EUR	
Anteil der Landwirtschaft	0,84 %		0,79 %		0,76 %		0,72 %	
Anteil des Agribusiness	6,64 %		6,71 %		6,53 %		6,63 %	

Zeichenerklärung: p = vorläufige Zahlen; s = geschätzte Zahlen auf Grundlage der VGR des Bundes (1. und 2. Quartal 2010 der Wirtschaftsbereiche)

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Liste Agribusiness

3.5 Zahl der Unternehmen im Cluster Agribusiness

Neben den ökonomischen Kennzahlen werden im Folgenden die Zahlen der zum Agribusiness gehörenden Unternehmen als weitere bedeutende Eckdaten zur Bewertung des Agribusiness im gesamtwirtschaftlichen Kontext analysiert.

Unternehmen im Agribusiness

Die Einordnung von Unternehmen in einen bestimmten Wirtschaftszeit erfolgt nach der Haupttätigkeit des Unternehmens. Dabei handelt es sich um die Tätigkeit, die den größten Anteil an der Bruttowertschöpfung erbringt (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2003a, S. 13ff.). Jedes Unternehmen lässt sich auf diese Weise einem bestimmten Wirtschaftszweig zuordnen, sodass letztlich alle Unternehmen durch die Klassifikation der Wirtschaftszweige erfasst werden (vgl. Abschnitt 3.1.2). Nachteil der Einordnung auf Grundlage der Klassifikation der Wirtschaftszweige ist die einmalige Zuordnung der Unternehmen nach deren Hauptproduktionsrichtung. Somit wird die Herstellung oder Vermarktung anderer Produkte aus der Einordnung nicht ersichtlich. Ein Wechsel innerhalb der Wirtschaftszweigklassifikation durch Veränderungen innerhalb der Hauptproduktionsrichtung wird durch eine Nachmeldung des Unternehmens bewirkt. Aufgrund dessen erfolgen rückwirkend für die letzten 24 Monate Korrekturen, die auf Revision der Umsatzsteuerstatistik beruhen. Hat ein Unternehmen in diesem Zeitraum seine Haupttätigkeit gewechselt, wird es ab dem Zeitpunkt der Umstellung unter dem neuen Wirtschaftsbereich geführt.

Die Umsatzsteuerstatistik liefert Angaben für beinahe alle Wirtschaftsbereiche bis hin zur Ebene der Unterklassen (5-Steller) der Klassifikation der Wirtschaftszweige. Die Statistik wird jährlich erhoben, wobei diejenigen Unternehmen erfasst werden, deren jährlicher Umsatz über 17.500 € und deren zu leistender Steuerbetrag über 512 € liegt. Des Weiteren enthält die Umsatzsteuerstatistik Informationen über die Anzahl der Steuerpflichtigen, d.h. die Zahl der Unternehmen in den jeweiligen Wirtschaftszweigen der Gesamtwirtschaft.

Zu beachten ist, dass ein großer Teil der landwirtschaftlichen Unternehmen nicht der Regelbesteuerung unterliegt. Somit bietet die Umsatzsteuerstatistik im Bereich der landwirtschaftlichen Unternehmen keine verlässliche Datengrundlage zur Ermittlung der Zahl der Unternehmen (TREECK, 2004, S. 5f).

Da die Wirtschaftsbereiche innerhalb der Umsatzsteuerstatistik bis zu den Unterklassen vorliegen, sind alle in der „Liste Agribusiness“ aufgeführten Wirtschaftsbereiche ausgewiesen. Die Anzahl der landwirtschaftlichen Unternehmen ist dem „Statistischen Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten“ entnommen, einschließlich aller Betriebe mit weniger als 2 ha LF.

Übersicht 3.9: Agribusiness - Unternehmen

Wirtschaftsbereiche	Unternehmen im Agribusiness	
	2008 absolut	in % vom Agribusiness
Vorgelagerte Wirtschaftsbereiche	38.579	5,17
- Herstellung, Installation u. Instandhaltung von ldw. Produktionsmitteln	22.841	3,06
- Handel mit ldw. Grundstoffen, Maschinen u. Geräten	12.454	1,67
- Dienstleister	3.284	0,44
Landwirtschaft, Jagd u. Fischerei	375.479	50,32
Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche	332.155	44,51
- Ernährungsgewerbe u. Tabak	38.525	5,16
- Nahrungsmittelhandel	111.622	14,96
- Gastronomie	182.008	24,39
Agribusiness	746.213	100,00
Volkswirtschaft insgesamt	3.186.878	
Anteil der Landwirtschaft in %	11,78 %	
Anteil des Agribusiness in %	23,42 %	

Quelle: STATISTISCHES BUNDESAMT, 2010d, BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND VERBRAUCHERSCHUTZ, 2009a

Für das Jahr 2008 weist die aktuell vorliegende Umsatzsteuerstatistik 370.734 Unternehmen in den vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen des Agribusiness aus. Auf die Landwirtschaft entfallen 375.479 Unternehmen. Somit gehören mehr als 50 % der Unternehmen des Agribusiness zur Landwirtschaft. Auf die nachgelagerten Wirtschaftsbereiche entfallen annähernd 45 %. Hiervon wiederum entfallen knapp 55 % auf die Gastronomie. Der vorgelegte Bereich umfasst mit weniger als 40.000 Unternehmen 5 % der Unternehmen des Agribusiness.

3.6 Verflechtungen zu angrenzenden Wirtschaftsbereichen

Wie in Kapitel 2 erläutert, liegt der Schwerpunkt des Agribusiness auf der Nahrungsmittelproduktion. Aufgrund dessen ist die Forstwirtschaft nicht in die „Liste Agribusiness“ zur Berechnung des Clusters „Agribusiness“ einbezogen worden. Da jedoch der Non-Food-Bereich durch die verstärkte Erzeugung von z.B. nachwachsenden Rohstoffen zunehmend an Bedeutung innerhalb der Landwirtschaft gewinnt, wird im Folgenden die Bedeutung der Forst- und Holzwirtschaft sowie der Erneuerbaren Energien für die Landwirtschaft beschrieben.

3.6.1 Forst- und Holzwirtschaft in Deutschland

In Deutschland sind 31 % der Landesfläche bewaldet. Somit ist die Forstwirtschaft nach der Landwirtschaft die flächenmäßig bedeutendste Landnutzungsform. Vorherrschende Eigentumsform des Waldes in Deutschland ist der Privatwald, er nimmt 44 % (ca. 4,8 Mio. ha) der Gesamtwaldfläche ein (BUNDESWALDINVENTUR 2, 2002). Zum Privatwald werden Waldflächen gezählt, die sich nicht im Eigentum von Städten, Gemeinden (Körperschaftswald), Kirchen oder im Eigentum des Staates (Staatswald) befinden. Privatwald ist Wald, der sich im Eigentum von natürlichen oder juristischen Personen bzw. Personengesellschaften befindet.

Privatwaldeigentümer in Deutschland haben einen überwiegend klein strukturierten Waldbesitz. Insgesamt verteilt sich der Privatwald auf ca. 2 Mio. Waldbesitzer, womit auf jeden Waldbesitzer ca. 2,5 ha Waldfläche entfallen. Von der Privatwaldfläche gehören annähernd 12 % zu Betrieben mit mehr als 1000 ha Wald, 57 % der Privatwaldfläche gehören zu Betrieben mit weniger als 20 ha (WALDBERICHT DER BUNDESREGIERUNG, 2009, S. 37).

Bereits im Jahr 2001 beschrieb VOLZ (2001, S. 51) einen stetigen Rückgang der bäuerlichen Privatwaldbesitzer. Gestützt wird diese Aussage durch die Zahlen des STATISTISCHEN BUNDESAMTES (2008c, S. 173). Hiernach hat sich die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe mit Waldfläche von 1999 bis 2007 um 23,6 % verringert; die Waldfläche im Besitz von landwirtschaftlichen Betrieben sogar um 34 %. Mitverantwortlich für diese Entwicklung ist der fortschreitende Strukturwandel innerhalb der Landwirtschaft. Im Gegenzug nimmt die Zahl der Kleinstwaldbesitzer (< 5 ha) zu. Diese haben meist keine Verbindung mehr zur Landwirtschaft, wodurch sich eine Vielzahl von Eigentümerzielen ergibt, die über rein forstwirtschaftlich-ökonomische Vorstellungen hinausgehen (VOLZ, 2001, S. 51). Wie Übersicht 3.10 verdeutlicht, entfielen im Jahr 2007 auf die landwirtschaftlichen Betriebe ca. 13 % und auf die Forstbetriebe ca. 67 % der Gesamtwaldfläche Deutschlands (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2008c, S. 173).

Übersicht 3.10: Waldeigentumsverteilung in Deutschland 2007

Waldfläche gesamt		davon:			
		Ldw. Betriebe mit Waldfläche		Forstbetriebe	
ha	%	ha	%	ha	%
11.075.799	100	1.446.387	13,1	7.378.063	66,6

Quelle: STATISTISCHES BUNDESAMT 2008c, S. 173 und 2008d, S. 47

Die oben angeführten Zahlen zur Waldbesitzstruktur Deutschlands und die aufgezeigte fortschreitende Verschiebung der Eigentumsverhältnisse innerhalb der Gruppe der Privatwaldbesitzer verdeutlichen die abnehmende Bedeutung landwirtschaftlicher Betriebe innerhalb der Forst- und Holzwirtschaft. Neben der Begriffsdefinition des Agribusiness (vgl. Abschnitt 2.1.3) unterstreicht die hier aufgezeigte Entwicklung, dass eine direkte Integration der Forst- und Holzwirtschaft in die „Liste Agribusiness“ nicht angezeigt ist.

Übersicht 3.11: Ökonomische Kennzahlen des Wirtschaftsbereiches Forst und Holz (2008)

WZ 2008	Wirtschaftsbereiche	WZ 2003	Erwerbstätige	Produktionswert in Mrd. EUR	BWS in Mrd. EUR
0.2	Forstwirtschaft und Holzeinschlag		31.000	4,34	2,02
0.2.1	Forstwirtschaft		9.872	2,23	-
02.10.0	Erzeugung von Forstsamen	01.12.4	-	-	-
02.10.0	Forstwirtschaft (ohne Holzeinschlag)		-	-	-
02.2	Holzeinschlag	02.01.0	5.051	-	-
02.20.0	Holzeinschlag	02.01.0	-	-	-
02.3	Sammeln von wild wachsenden Produkten (ohne Holz)		69	-	-
02.30.0	Sammeln von Waldpilzen und Trüffeln	01.12.1	-	-	-
02.30.0	Sammeln von Beeren	01.13.1	-	-	-
02.30.0	Sammeln von Nüssen	01.13.3	-	-	-
02.30.0	Sammeln v. anderen wild wachsenden Erzeugnissen des Waldes	02.01.0	-	-	-
02.4	Erbringung von Dienstleistungen für Forstwirtschaft und Holzgewinnung	02.02	17.009	22,37	1,29
02.40.0	Erbringung von Dienstleistungen für Forstwirtschaft und Holzgewinnung	02.02.0	-	-	-
02.40.0	Forstwirtschaftliche Beratungsleistungen	74.14.1	-	-	-
Volkswirtschaft insgesamt			40.276.000	4.615,51	2.224,80
Anteil Forst und Holz in %			0,08	0,09	0,1

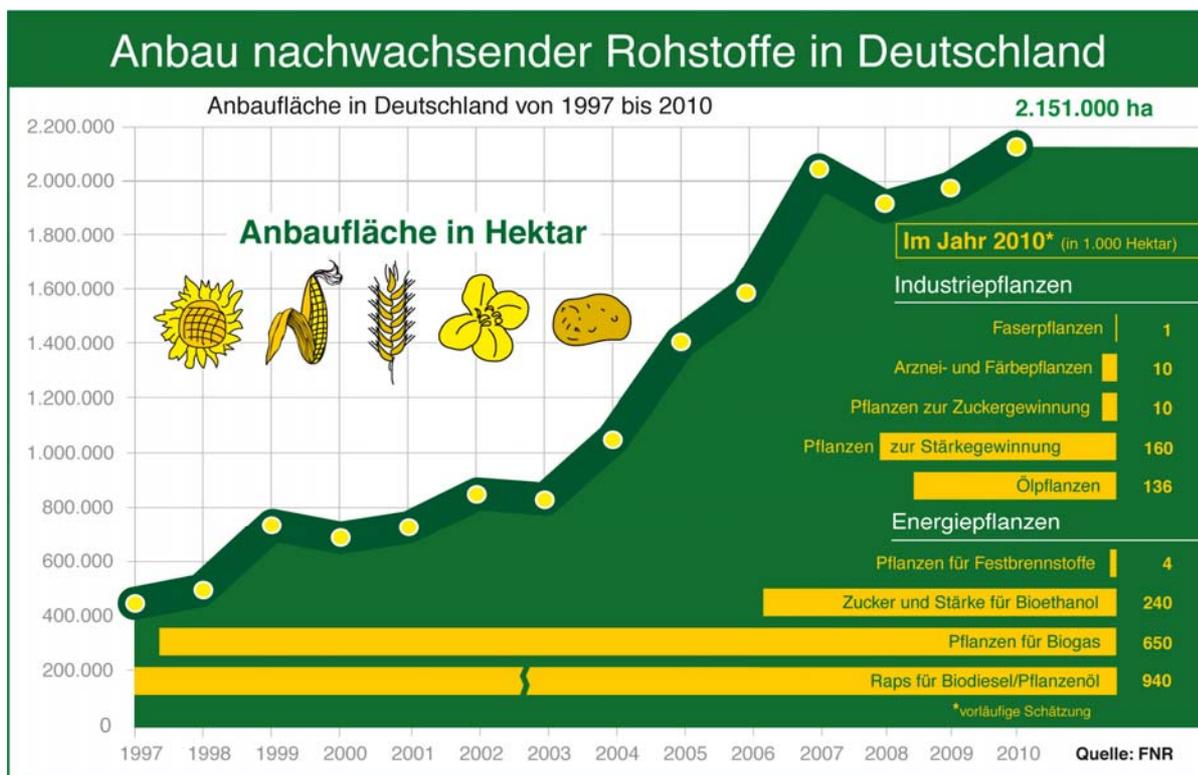
Quelle: Eigene Berechnung in Anlehnung an die „Liste Agribusiness“

In Übersicht 3.11 sind die ökonomischen Kennzahlen des Wirtschaftsbereiches „Forstwirtschaft und Holzeinschlag“ als Teil des Primärsektors für das Jahr 2008 angeführt. Die Forst- und Holzwirtschaft hat mit einem Anteil von 0,1 % an der Bruttowertschöpfung und einem Erwerbstätigenanteil von unter 0,1 % ein geringes wirtschaftliches Gewicht. Um die tatsächliche Bedeutung von Forst und Holz mit seinen vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen für die Wirtschaft und Gesellschaft als Ganzes zu erfassen, ist die Entwicklung einer detaillierten Liste der zugehörigen Wirtschaftsbereiche mit den zugehörigen ökonomischen Kennzahlen des „Clusters Forst und Holz“ notwendig. Darüber hinaus sind die ökonomischen und sozialen Leistungen aufzuzeigen. Vorliegende Ergebnisse zum „Cluster Forst und Holz“ (vgl. SEINTSCH, 2008, S. 59) sind vor dem Hintergrund der im Rahmen dieser Untersuchung entwickelten Methode zu überprüfen.

3.6.2 Erneuerbare Energien

Die Erzeugung von Energie aus erneuerbaren Quellen ist für die deutsche Landwirtschaft zu einem zusätzlichen Standbein geworden. Von einem Rückgang der Anbaufläche in 2008 abgesehen, stieg der Anbau nachwachsender Rohstoffe in Deutschland kontinuierlich. Nach vorläufigen Schätzungen für 2010 macht er mit 2,15 Mio. ha Anbaufläche einen Anteil von 12,7 % der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche Deutschlands aus. Gegenüber 2009 steigerte sich der Anbau nachwachsender Rohstoffe um 7,8 %.

Übersicht 3.12: Anbau nachwachsender Rohstoffe



Quellen: Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe, 2010

Der Energiepflanzenanbau (Zucker und Stärke für Bioethanol, Pflanzen für Biogas und Raps für Biodiesel und Pflanzenöl) beansprucht rund 85 % dieser Anbaufläche.

Insgesamt waren den Erneuerbaren Energien in 2009 339.500 Arbeitsplätze zuzurechnen. Den größten Anteil machte hier der Bereich Biomasse mit 128.000 Arbeitsplätzen bzw. ca. 38 % aus. Zum Bereich Biomasse zählen feste und flüssige Biomasse, Biogas, Biomassebrennstoffe und Biokraftstoffe. Die genaue Anzahl an direkten Arbeitsplätzen in der deutschen Landwirtschaft mit Bezug zu Erneuerbaren Energien lässt sich nur abschätzen, Studien gehen von rund 18.300 Erwerbstätigen in 2010 aus (vgl. NUSSER, 2007; BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT, 2010).

Die Bereitschaft der Landwirte, im Bereich der Erneuerbaren Energien zu investieren ist in den letzten Jahren stark von den Förderbedingungen, bspw. des EEG abhängig gewesen. Umfragen bzgl. der Investitionsbereitschaft zeigen jedoch, dass für die Quartale 04/2010 und 01/2011 von insgesamt 7 Milliarden Euro Investitionssumme 4 Mrd. Euro im Bereich Erneuerbare Energien, in erster Linie Photovoltaik und Biogasanlagen, fließen sollen. Diese Entwicklung stellt eine Zunahme gegenüber dem Vorjahreszeitraum dar, Erneuerbare Energien verzeichnen also auch im landwirtschaftlichen Sektor Zuwächse (PRODUKT UND MARKT, 2010, S. 7). In der „Liste Agribusiness“ sind die Nachwachsenden Rohstoffe im Bereich der Pflanzenproduktion enthalten.

3.7 Zwischenfazit

Der Sektor „Landwirtschaft, Jagd und Fischerei“ hat in den Jahren 2007 bis 2010 mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der deutschen Volkswirtschaft mit unter 1 % und einem Anteil der Erwerbstätigen von ca. 2,1 % auf den ersten Blick geringes wirtschaftliches Gewicht. Wesentliche Ursache dafür ist die Spezialisierung innerhalb der Landwirtschaft. Die ursprünglichen Tätigkeiten einzelner landwirtschaftlicher Betriebe sind ausgelagert worden. Durch Arbeitsteilung und technischen Fortschritt sind heterogene Aktivitäten entstanden, die vielfältig miteinander verknüpft sind. Der niedrige Anteil des Agrarsektors ist deshalb ein Zeichen volkswirtschaftlicher Stärke. Er steht für einen hohen Grad an Spezialisierung und Arbeitsteilung in der Agrar- und Lebensmittelkette, für niedrige bzw. im Zeitablauf sinkende Stückkosten.

Diese hohe Spezialisierung und gleichzeitig enge Verflechtung der Landwirtschaft mit vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen erfordert eine gemeinsame Betrachtung der miteinander verbundenen Wirtschaftsbereiche. Nur so kann eine zeitgemäße volkswirtschaftliche Einschätzung agrarwirtschaftlicher Aktivitäten und der mit ihnen verbundenen Bereiche vorgenommen werden.

Der auf Basis der „Liste Agribusiness“ definierte „Cluster Agribusiness“ hält mit über 12 % der Erwerbstätigen einen wichtigen Anteil am deutschen Arbeitsplatzangebot. Trotz Wirtschaftskrise ist die Zahl der Erwerbstätigen nicht eingebrochen; sie hat sich stabil gehalten. Im Jahr 2009 hat sie nach vorläufigen Berechnungen überdurchschnittlich zugenommen.

Zudem ergibt sich für den Cluster Agribusiness von 2007 bis 2010 ein durchschnittlicher Produktionswert von 375 Mrd. Euro pro Jahr, das entspricht über 8 % des Produktionswertes für Deutschland insgesamt.

Der Anteil an der Bruttowertschöpfung beläuft sich für die Jahre 2007 bis 2010 auf über 6,5 %. Auf die vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche des Agribusiness entfallen im Mittel ca. 5,9 % der Bruttowertschöpfung sowie über 10 % aller Erwerbstätigen der deutschen Volkswirtschaft.

Insgesamt verdeutlichen die Zahlen, dass Agribusiness ein relativ stabiler Sektor ist. Trotz Wirtschaftskrise ist die Zahl der Erwerbstätigen und die Höhe der Bruttowertschöpfung nicht eingebrochen; sondern stabil geblieben.

Der Blick auf Wirtschaftsbereiche, die an die Landwirtschaft angrenzen, zeigt eine hohe Bereitschaft der Landwirte, im Bereich Erneuerbare Energien zu investieren. Dem gegenüber ergibt sich für die Forst- und Holzwirtschaft, dass die Zahl landwirtschaftlicher Betriebe mit Waldfläche stark abnimmt. Mitverantwortlich für diese Entwicklung ist der fortschreitende Strukturwandel innerhalb der Landwirtschaft. Damit verbunden ist die Zunahme der Kleinstwaldbesitzer.

Die Forst- und Holzwirtschaft hat mit einem Anteil von 0,1 % der Bruttowertschöpfung und einem Erwerbstätigenanteil von unter 0,1 % ebenfalls auf den ersten Blick ein geringes wirtschaftliches Gewicht. Um die tatsächliche Bedeutung von Forst und Holz mit seinen vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen für die deutsche Wirtschaft als Ganzes zu erfassen, ist die Entwicklung einer Liste der zugehörigen Wirtschaftsbereiche und die Ermittlung von ökonomischen Kennzahlen auf Basis der für den Cluster Agribusiness entwickelten Methode angezeigt. Darüber hinaus sollten die ökologischen und sozialen Leistungen dieses Sektors konsistent abgebildet werden.

Insgesamt ist zu beachten, dass die Berechnungen des Clusters Agribusiness die nicht-marktgängigen, gesellschaftlichen Leistungen der Landwirtschaft wie die Pflege und den Erhalt der Kulturlandschaft nicht berücksichtigen, aber auch nicht eventuell für die Gesellschaft entstehende Kosten.

4 Landwirtschaftliche Schwerpunktregionen

Landwirtschaftliche Produktionsrichtungen sind regional differenziert. Daraus ergeben sich für den Cluster „Agribusiness“ spezifische Ausprägungen. Die Identifikation dieser Ausprägungen erfolgte in der ersten Phase des Forschungsprojektes über die Berechnung von „Konzentrationsquotienten“. Die Ergebnisse sind Basis für die Auswahl von Modellregionen.

4.1 Definition Konzentrationsquotient

Der Konzentrationsquotient versteht sich im Rahmen der vorliegenden Arbeit als eine Maßzahl zur Messung der Konzentration einzelner landwirtschaftlicher Produktionsrichtungen bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche. Untersucht werden die Verhältnisse in einzelnen Teilräumen sowie in einem festgelegten Gesamttraum. Die beiden ermittelten Werte werden zueinander ins Verhältnis gesetzt, indem die erste Größe durch die zweite dividiert wird. Der so berechnete Quotient der beiden Größen ist der Konzentrationsquotient (vgl. Formel). Hat der Konzentrationsquotient den Wert 1, so entspricht das Ausmaß einer landwirtschaftlichen Produktionsrichtung in einem Teilraum bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche dem Durchschnitt. Ein berechneter Wert < 1 (bzw. > 1) gibt an, dass die landwirtschaftliche Produktionsrichtung im Teilraum unter- (bzw. über-) proportional konzentriert ist. Der Konzentrationsquotient kann somit als Indikator für gehäuftes Auftreten einer landwirtschaftlichen Produktionsrichtung innerhalb einer Region dienen und Verdichtungsschwerpunkte, die auf einen regionalen Cluster hindeuten, aufzeigen. Berechnet wird der Konzentrationsquotient anhand folgender Formel:

Formel Konzentrationsquotient der landwirtschaftlichen Produktionsrichtungen

$$KQ_{LWP} = \frac{LWP_i}{LF_i} : \frac{\sum_{i=1}^n LWP_i}{\sum_{i=1}^n LF_i}$$

Quelle: Eigene Darstellung

Erläuterung der Formel:

- KQ → Konzentrationsquotient
- LWP → Jeweilige landwirtschaftliche Produktionsrichtung
- LF → Landwirtschaftlich genutzte Fläche
- i → Jeweiliger Teilraum
- $\sum_{i=1}^n$ → Summe aller Teilräume (=gesamter Wirtschaftsraum)

Die Berechnung bezieht sich dabei immer auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche im betrachteten Teilraum und im Gesamttraum. Somit bringt der Konzentrationsquotient zum Ausdruck, inwieweit eine landwirtschaftliche Produktionsrichtung innerhalb der gesamten landwirtschaftlichen Produktion in einzelnen Regionen einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Der Konzentrationsquotient lässt sich für beliebige landwirtschaftliche Produktionsrichtungen berechnen. Als Teilräume können z.B. Landkreise oder Bundesländer eingesetzt werden, den Gesamttraum kann z.B. die Fläche der Bundesrepublik bilden, wenn ein bundesweiter Vergleich vorgenommen werden soll.

4.2 Methodik der Berechnungen

In der vorliegenden Arbeit dienen die Berechnungen der landwirtschaftlichen Konzentrationsquotienten als Basis für die Auswahl von Modellregionen für die schriftlichen Befragungen und ergänzenden Interviews (vgl. Abschnitte 5.2 und 5.3). Der Konzentrationsquotient ist für die folgenden landwirtschaftlichen Produktionsrichtungen berechnet worden:

- Ackerbau
- Veredlung
- Milchproduktion
- Gartenbau
- Weinbau.

Als untersuchte Teilräume sind als kleinste regionale Einheit die Regierungsbezirke der Bundesländer (einschließlich der ehemaligen Regierungsbezirke in Niedersachsen, Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt) herangezogen worden. In Bundesländern ohne Regierungsbezirke (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland, Schleswig-Holstein und Thüringen) stellt die jeweilige Landesfläche den Teilraum dar. Das Bundesgebiet bildet in der vorliegenden Untersuchung den Gesamttraum (Summe aller Teilräume).

Für die Berechnung der Konzentrationsquotienten der einzelnen Produktionsrichtungen in den Teilräumen wurden im Wesentlichen die Daten der Agrarstrukturerhebung des Statistischen Bundesamtes herangezogen. Die angegebenen Werte beziehen sich auf das Jahr 2005, das zum Zeitpunkt der Untersuchung letzte Jahr mit gesicherten Daten. Wie bereits beschrieben bildet die landwirtschaftlich genutzte Fläche in den Teilräumen die Basis der Berechnungen. Übersicht 4.1 stellt die Anteile der landwirtschaftlich genutzten Flächen (LF) in den Bundesländern bezogen auf die jeweilige Gesamtfläche dar. Die in verschiedenen Statistiken häufig angeführte „Landwirtschaftsfläche“ findet in der vorliegenden Untersuchung keine Verwendung, da sie im Unterschied zur LF zusätzlich z.B.

auch Flächen von Bewirtschaftern, die nicht zur Bodennutzungshaupterhebung auskunftspflichtig sind, umfasst. Außerdem werden auch Flächen, die derzeit nicht wirtschaftlich von landwirtschaftlichen Betrieben genutzt werden (z.B. Brachflächen) dazugezählt. Die landwirtschaftlich genutzte Fläche stellt somit einen präziseren Wert der Flächennutzung dar und wird regelmäßig im Rahmen der Agrarstrukturerhebung erfasst.

Übersicht 4.1: Landwirtschaftlich genutzte Fläche nach Bundesländern

Teilraum	Gesamtfläche ¹⁾ (in km ²)	Landwirtschaftlich genutzte Fläche ²⁾	
		in ha LF	in % der Gesamtfläche
Baden-Württemberg	35.751,65	1.446.464	40,5
Bayern	70.551,57	3.248.227	46,0
Berlin	891,85	2.406	27,0
Bremen	404,28	8.421	20,8
Brandenburg	29.478,61	1.336.335	45,3
Hamburg	755,16	14.139	18,7
Hessen	21.114,79	771.810	36,6
Mecklenburg-Vorpommern	23.180,14	1.358.119	58,6
Niedersachsen	47.624,20	2.634.501	55,3
Nordrhein-Westfalen	34.085,29	1.511.861	44,4
Rheinland-Pfalz	19.853,36	718.883	36,2
Saarland	2.568,70	78.628	30,6
Sachsen	18.415,51	913.120	49,6
Sachsen-Anhalt	20.446,31	1.174.257	57,4
Schleswig-Holstein	15.799,38	1.007.366	63,8
Thüringen	16.172,10	799.422	49,4
Deutschland gesamt	357.092,90	17.023.959	47,7

Quelle: Eigene Berechnungen, STATISTISCHES BUNDESAMT, 2005a

¹⁾ Stichtag 31.12.2005

²⁾ Agrarstrukturerhebung 2005

Die Übersicht veranschaulicht, dass in Deutschland knapp die Hälfte der Gesamtfläche landwirtschaftlich genutzt wird. Dabei zeigen sich deutliche regionale Unterschiede: Besonders in den nördlichen Bundesländern Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt und Niedersachsen finden sich hohe Anteile der landwirtschaftlich genutzten

Fläche an der Gesamtfläche. In diesen Regionen ist die vorhandene Fläche damit besonders stark durch die landwirtschaftliche Nutzung geprägt.

Die Berechnung der Konzentrationsquotienten verdeutlicht darüber hinaus, inwieweit die landwirtschaftliche Nutzung durch einzelne Produktionsschwerpunkte geprägt ist. Für die oben angeführten Produktionsrichtungen „Ackerbau“, „Veredlung“, „Milchproduktion“, „Gartenbau“ und „Weinbau“ wurden deshalb die Konzentrationsquotienten in den einzelnen Regierungsbezirken bzw. Bundesländern berechnet.

Als Ergebnis sind Kartierungen für die einzelnen Produktionsrichtungen vorgenommen worden, die nachfolgend zunächst in einer „Gesamtkarte“ zusammengefasst sind (vgl. Abbildung 4.1).

In der Abbildung sind Regionen mit einem überdurchschnittlichen Konzentrationsquotienten für eine Produktionsrichtung mittels eines Symbols kenntlich gemacht worden. Dabei bedeutet:



Konzentrationsquotient Ackerbau $\geq 1,1$



Konzentrationsquotient Veredlung $\geq 1,1$



Konzentrationsquotient Milchproduktion $\geq 1,1$



Konzentrationsquotient Gartenbau $\geq 1,1$



Konzentrationsquotient Weinbau $\geq 1,1$

Als Voraussetzung für die Zuteilung eines entsprechenden Symbols gilt somit ein errechneter Konzentrationsquotient von mindestens 1,1 bei der entsprechenden Produktionsrichtung im jeweiligen Teilraum (Bundesland oder Regierungsbezirk).

Die Berechnungen der Konzentrationsquotienten werden im Anschluss detailliert für die fünf untersuchten Produktionsrichtungen dargestellt.

4.3 Ergebnisse

Die zusammenfassende Darstellung der Berechnungsergebnisse in Abbildung 4.1 weist ausschließlich auf überproportionale Konzentrationen hin. Durchschnittliche oder unterproportionale Konzentrationen sind nicht ausgewiesen. Anhand der Karte wird deutlich, in welchen Bundesländern und Regierungsbezirken Schwerpunkte hinsichtlich der untersuchten landwirtschaftlichen Produktionsrichtungen bezogen auf die jeweilige landwirtschaftlich genutzte Fläche vorliegen.

Abbildung 4.1: Konzentration landwirtschaftlicher Produktionsrichtungen (2005)



Quelle: Eigene Darstellung, Datenbasis 2005

Die Abbildung verdeutlicht, dass die untersuchten landwirtschaftlichen Produktionsrichtungen in Deutschland regional unterschiedlich konzentriert sind.

So finden sich überdurchschnittliche Flächenanteile für den Ackerbau insbesondere in den nordöstlichen Bereichen Deutschlands. Die Schweinehaltung zeigt die stärksten Konzentrationen im Nordwesten Deutschlands. Bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche ist die Milchviehhaltung im Süden Deutschlands am stärksten konzentriert. Daneben finden sich auch Schwerpunkte im äußersten Westen sowie im Nordwesten. Eine Konzentration der gartenbaulichen Nutzung liegt in den südlichen und in den westlichen Bundesländern vor. Erhöhte Konzentrationsquotienten für den Weinbau liegen aufgrund der klimatischen Voraussetzungen ausschließlich im Südwesten Deutschlands.

Es fällt auf, dass in einigen Regionen überdurchschnittliche Konzentrationsquotienten für mehrere der in die Untersuchung einbezogenen Produktionsschwerpunkte vorliegen. Eine dunklere Färbung von Teilräumen weist darauf hin, dass - bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche - in diesen Teilräumen gleichzeitig zwei oder sogar drei der betrachteten Produktionsrichtungen überdurchschnittlich stark vertreten sind. Besonders deutlich wird dies in den nordwestdeutschen Regierungsbezirken, in denen im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt auffällig viel Veredlung, Milchproduktion und Gartenbau betrieben wird.

In Teilen von Hessen sowie im Saarland weisen die betrachteten Produktionsrichtungen bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche keine überdurchschnittlichen Werte auf. Im bundesweiten Vergleich und bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche ist die Intensität der untersuchten Produktionsrichtungen hier eher durchschnittlich oder unterproportional. In der Abbildung sind diese Teilräume deshalb weiß dargestellt.

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Berechnung der Konzentrationsquotienten separat für die untersuchten Produktionsrichtungen dargestellt und weitergehend erläutert. Auf Basis dieser Berechnungen wird für jede der Produktionsrichtungen beispielhaft eine Modellregion ausgewählt, in der schriftliche Befragungen und vertiefend Interviews mit ausgewählten Landwirten durchgeführt worden sind (vgl. Abschnitt 5.2 und 5.3).

4.3.1 Konzentrationsquotient Ackerbau

Der Berechnung des Konzentrationsquotienten für den Ackerbau liegt der Anteil der Ackerfläche an der gesamten landwirtschaftlich genutzten Fläche zugrunde. Der Anteil der Ackerfläche einzelner Teilräume wird dem Anteil der Ackerfläche auf Bundesebene gegenübergestellt.

Formel Konzentrationsquotient Ackerbau

$$KQ_{\text{Ackerbau}} = \frac{AF_i}{LF_i} : \frac{\sum_{i=1}^n AF_i}{\sum_{i=1}^n LF_i}$$

Quelle: Eigene Darstellung

Erläuterung der Formel:

KQ	→	Konzentrationsquotient
AF	→	Ackerfläche
LF	→	Landwirtschaftlich genutzte Fläche
i	→	Jeweiliger Teilraum
$\sum_{i=1}^n$	→	Summe aller Teilräume (=gesamter Wirtschaftsraum)

Für die Berechnungen wurden als Teilräume – wie bereits oben beschrieben – die Bundesländer, bzw. die (teilweise ehemaligen) Regierungsbezirke der Bundesländer herangezogen. Das Bundesgebiet stellt die Summe aller Teilräume dar und ist damit die Vergleichsgröße. Ein errechneter Wert für den Konzentrationsquotienten Ackerbau von < 1 (bzw. > 1) gibt an, dass der Anteil der Ackerfläche an der landwirtschaftlich genutzten Fläche im untersuchten Teilraum unter- (bzw. über-) proportional konzentriert ist.

Die Berechnungen zum Konzentrationsquotienten Ackerbau sind in Abbildung 4.2 graphisch dargestellt. Eine entsprechende Wertetabelle ist im Anhang beigefügt.

Insgesamt werden in Deutschland knapp 70 % der landwirtschaftlich genutzten Fläche ackerbaulich genutzt (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2005a). Das Ackerland stellt damit mit Abstand den größten Teil der landwirtschaftlich genutzten Flächen dar. Ackerbau wird in allen Bundesländern betrieben und nimmt ebenfalls in allen Bundesländern – bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche - eine besondere Rolle ein. Die errechneten Werte für die Konzentrationsquotienten weichen deshalb insgesamt nur geringfügig voneinander ab. In fast allen untersuchten Teilräumen erreichen sie Werte nahe bei 1.

Abbildung 4.2: Konzentration im Bereich Ackerbau (2005)



Quelle: Eigene Darstellung

In der Abbildung 4.2 sind die positiven Abweichungen vom durchschnittlichen Ackerflächenanteil an der landwirtschaftlich genutzten Fläche farblich dargestellt. Bereits minimale Abweichungen des Konzentrationsquotienten führen in der Darstellung zu einer dunkleren Kennzeichnung. Höhere Ackerflächenanteile finden sich insbesondere in den östlichen Bundesländern. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt weisen die Bundesländer Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Brandenburg und Thüringen überdurchschnittliche Ackerflächenanteile an der gesamten landwirtschaftlich genutzten Fläche auf. Berechnungen auf der Ebene von Regierungsbezirken zeigen, dass besonders hohe Ackerflächenanteile in den ehemaligen Regierungsbezirken Leipzig (1,3), Dessau (1,2) und Halle (1,3) in Sachsen-Anhalt sowie in den ehemaligen Regierungsbezirken Hannover und Braunschweig in Niedersachsen vorliegen. Auch in Nordrhein-Westfalen (Regierungsbezirke Münster und Detmold) und in Bayern (Regierungsbezirk Unterfranken) liegen die berechneten Konzentrationsquotienten über dem Durchschnitt.

Ackerbau in Mecklenburg-Vorpommern

Insgesamt wurden im Jahr 2007 in Deutschland 343.159 landwirtschaftliche Betriebe ab 2 ha gezählt, von denen rund 22 % als Ackerbaubetriebe eingestuft wurden (BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND VERBRAUCHERSCHUTZ, 2009a, S. 34 u. S. 43).

In Mecklenburg-Vorpommern liegt der Anteil der ausgewiesenen Ackerbaubetriebe deutlich über dem Bundesdurchschnitt. In 2007 wurden in diesem Bundesland 5.432 landwirtschaftliche Betriebe gezählt, darunter 2.044 Ackerbaubetriebe (38 %). Die Ackerbaubetriebe erzeugten zu mehr als zwei Dritteln ihrer Wirtschaftstätigkeit Getreide, Hackfrüchte, Ölfrüchte und andere Feldfrüchte, die nicht dem Futterbau dienen. In Mecklenburg-Vorpommern steigt die Konzentration auf den Ackerbau mit zunehmender Flächenausstattung der Betriebe. So hatten sich in 2007 59 % aller Einzelunternehmen mit mehr als 100 Hektar landwirtschaftlich genutzter Fläche auf den Ackerbau spezialisiert (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN, 2009, S. 4). In 2007 zählten 80 % der landwirtschaftlich genutzten Fläche Mecklenburg-Vorpommerns zum Ackerland (STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN, 2007a, S. 5).

Detaillierte Berechnungen haben darüber hinaus gezeigt, dass einzelne Landkreise Mecklenburg-Vorpommerns im Verhältnis zum restlichen Bundesgebiet besonders hohe Anteile Ackerfläche an der gesamten LF aufweisen. Hohe Werte erreichen die Landkreise Nordwestmecklenburg, Demmin, der Landkreis Müritz oder auch der Landkreis Rügen. Aus diesem Grund sind die angeführten Landkreise in Mecklenburg-Vorpommern als „Modellregion Ackerbau“ für die schriftliche Befragung ausgewählt worden (vgl. Abschnitt 5.1).

4.3.2 Konzentrationsquotient Veredlung

Zur Berechnung des Konzentrationsquotienten für die Veredlungswirtschaft wurden die vorhandenen Viehbestände in den einzelnen Teilräumen in Relation zur landwirtschaftlich genutzten Fläche (LF) gesetzt. Die so ermittelten Viehbestände pro ha LF wurden den durchschnittlichen Viehbeständen pro ha LF auf Bundesebene gegenübergestellt.

Formel Konzentrationsquotient Veredlung

$$KQ_{\text{Veredlung}} = \frac{VB_i}{LF_i} : \frac{\sum_{i=1}^n VB_i}{\sum_{i=1}^n LF_i}$$

Quelle: Eigene Darstellung

Erläuterung der Formel:

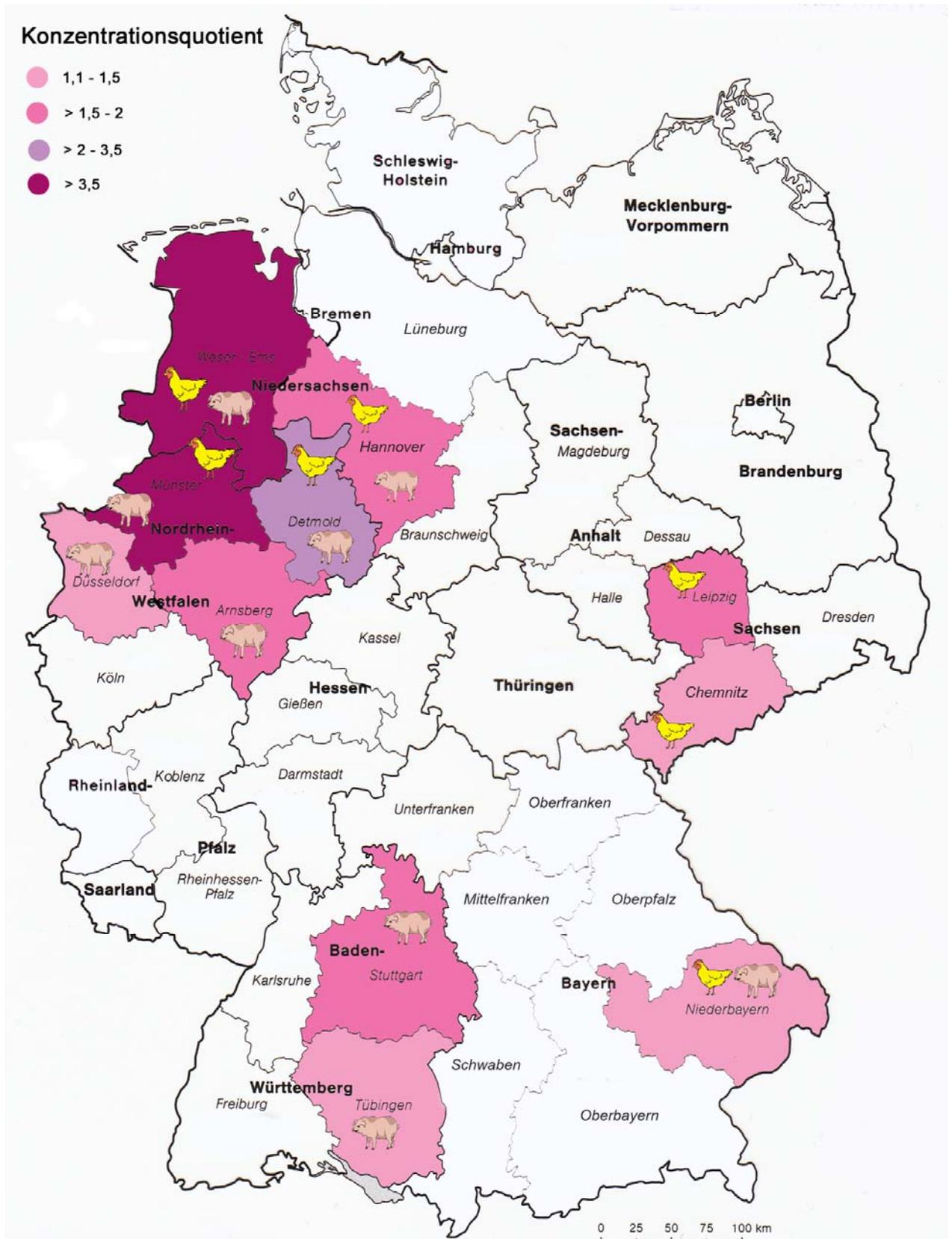
- KQ → Konzentrationsquotient
- VB → Viehbestand (separat berechnet nach Schweine- und Geflügelbestand)
- LF → Landwirtschaftlich genutzte Fläche
- i → Jeweiliger Teilraum
- $\sum_{i=1}^n$ → Summe aller Teilräume (=gesamter Wirtschaftsraum)

Als Teilräume wurden – wie bereits oben beschrieben – die Bundesländer, bzw. die (teilweise ehemaligen) Regierungsbezirke der Bundesländer herangezogen. Das Bundesgebiet stellt die Summe aller Teilräume dar und ist damit die Vergleichsgröße. Ein errechneter Wert für den Konzentrationsquotienten Veredlung von < 1 (bzw. > 1) bedeutet, dass der Viehbestand pro ha LF im untersuchten Teilraum unter- (bzw. über-) proportional konzentriert ist.

Die Berechnungen zum Konzentrationsquotienten Veredlung wurden separat für die Schweinehaltung und die Geflügelhaltung vorgenommen.

In Abbildung 4.3 sind die Ergebnisse der Berechnungen graphisch dargestellt. Eine entsprechende Wertetabelle ist im Anhang beigefügt. Weist ein Teilraum einen Wert von 1 auf, so liegt hier – bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche ein durchschnittlicher Besatz an Schweinen oder Geflügel vor. In der Abbildung sind jeweils Symbole für die Schweine- oder Geflügelhaltung vergeben worden, wenn in einer Teilregion ein entsprechender Konzentrationsquotient von mindestens 1,1 für den jeweiligen Tierproduktionszweig vorliegt.

Abbildung 4.3: Konzentration im Bereich Veredlung (2005)



Quelle: Eigene Darstellung

Die Abbildung 4.3 verdeutlicht, dass erhöhte Konzentrationsquotienten für die Veredlungswirtschaft insbesondere im Nordwesten Deutschlands vorliegen. Innerhalb der ostdeutschen Bundesländer finden sich erhöhte Konzentrationsquotienten für die Veredlungswirtschaft lediglich in Teilregionen Sachsens.

Die abgestufte farbige Kennzeichnung der Teilregionen weist darauf hin, dass die Werte der berechneten Konzentrationsquotienten unterschiedlich hoch ausfallen. Die detaillierten Werte sind den Tabellen im Anhang zu entnehmen. Insgesamt zeigt die Abbildung, dass die Veredlungsregion „Münsterland und Weser-Ems“ im bundesweiten Vergleich die höchste Viehdichte in der Schweine- und Geflügelhaltung aufweist.

Konzentrationsquotient Schweinehaltung

Die Abbildung 4.3 veranschaulicht, dass überdurchschnittliche Konzentrationsquotienten für die Schweinehaltung insbesondere in Teilräumen der Bundesländer Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen vorliegen. In Niedersachsen sind die Konzentrationsquotienten in allen (ehemaligen) Regierungsbezirken – in unterschiedlicher Ausprägung – erhöht. Die höchsten Werte finden sich im Weser-Ems-Gebiet. Gemeinsam mit dem Regierungsbezirk Münster liegen hier die bundesweit höchsten Werte des Konzentrationsquotienten vor. Die errechneten Werte von 5,7 (Regierungsbezirk Münster) bzw. 3,5 (Weser-Ems) verdeutlichen die herausragende Rolle der Veredlungswirtschaft innerhalb der landwirtschaftlichen Produktion in den Regionen. Werden als Teilräume die einzelnen Landkreise eingesetzt, so stellt der im Weser-Ems-Gebiet gelegene Landkreis Vechta im bundesweiten Vergleich den Teilraum mit dem höchsten Konzentrationsquotienten dar. Hier wird ein Wert von 8,9 erreicht. Im Kreis Vechta werden durchschnittlich knapp 14 Schweine pro ha LF gehalten.

Zusätzlich liegen erhöhte Konzentrationsquotienten für die Schweinehaltung in Teilen Baden-Württembergs sowie im bayerischen Regierungsbezirk Niederbayern vor.

Konzentrationsquotient Geflügelhaltung

Der errechnete Konzentrationsquotient für die Geflügelhaltung weist im Nordwesten Deutschlands sowie in Teilen Sachsens und in Niederbayern erhöhte Werte auf (vgl. Abbildung 4.3). Im Regierungsbezirk Weser-Ems liegt ein besonders hoher Wert (6,5) vor. Hier wird 6,5-mal soviel Geflügel pro ha LF gehalten wie im Bundesdurchschnitt. Der hohe Wert ist in erster Linie auf den starken Besatz an Legehennen, Masthühnern und Truthühnern zurückzuführen. Die Schwerpunkte der Geflügelhaltung innerhalb des Weser-Ems-Gebietes liegen in den südoldenburgischen Landkreisen Vechta, Cloppenburg, Emsland sowie in der Grafschaft Bentheim.

Veredlung in Nordwestdeutschland

Die Berechnungen der Konzentrationsquotienten für die Veredlungswirtschaft zeigen deutlich auf, dass die Veredlungswirtschaft im nordwestdeutschen Raum einen Schwerpunkt der landwirtschaftlichen Produktion darstellt.

Aktuelle Untersuchungen zeigen, dass hier von einem Cluster gesprochen werden kann (vgl. LORLEBERG et al., 2010, S. 73ff.). Die Veredlungswirtschaft in der Region ist historisch gewachsen. Im Gegensatz zu typischen Ackerbauregionen in Deutschland standen und stehen die Landwirte vor der Herausforderung, bei oftmals geringer Flächenausstattung und eher geringer Bodengüte Alternativen zu Marktfruchtbetrieben zu entwickeln und dadurch ausreichende Einkommen zu erzielen. Die Veredlungswirtschaft zielt darauf ab, durch die „Weiterverarbeitung“ von erzeugten Feldfrüchten im eigenen Betrieb eine höhere Wertschöpfung zu erreichen.

Der nordrhein-westfälische Regierungsbezirk Münster hat insbesondere in der Schweinehaltung eine herausragende Bedeutung, die Weser-Ems-Region nimmt sowohl in der Schweine- als auch in der Geflügelhaltung eine herausragende Position ein.

Die amtliche Viehzählung ermittelte im Mai 2007 für das Münsterland einen Bestand von 3,5 Mio. Schweinen (6,4 Mio. Schweine in NRW). Unter allen gezählten 12.628 landwirtschaftlichen Betrieben im Münsterland befanden sich 5.869 Schweinehalter. Das ist fast die Hälfte der münsterländischen Betriebe. Im Schnitt wurden mehr als 5 Schweine pro ha LF gehalten (LORLEBERG et al., 2010, S. 76).

Im Weser-Ems-Gebiet wurde in 2007 ein Bestand von 5,4 Mio. Schweinen gezählt (8,2 Mio. Schweine in Niedersachsen). In der Region wurden 20.597 landwirtschaftliche Betriebe gezählt, darunter befanden sich 7.852 Betriebe mit Schweinehaltung. Im Weser-Ems-Gebiet wurden durchschnittlich 685 Schweine pro Betrieb gehalten. (LANDESBETRIEB FÜR STATISTIK UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIE NIEDERSACHSEN, 2007).

Jedes dritte deutsche Schwein wird in der Veredlungsregion der Regierungsbezirke Weser-Ems und Münster gehalten. Zusätzlich finden sich allein im Weser-Ems Gebiet 30 % der in Deutschland gehaltenen Legehennen. Im Jahr 2007 ermittelte die amtliche Viehzählung 16,5 Mio. Legehennen (inklusive Jungtiere) in dieser Region. Auch im Bereich der Hühner- und Putenmast nimmt die Region eine herausragende Rolle innerhalb Deutschlands ein. Aufgrund der vorhandenen Strukturen innerhalb der Veredlungswirtschaft ist die Region Weser-Ems als „Modellregion Veredlung“ für die schriftlichen Befragungen ausgewählt worden (vgl. Abschnitt 5.1).

4.3.3 Konzentrationsquotient Milchproduktion

Zur Berechnung des Konzentrationsquotienten für die Milchproduktion wurden für die jeweiligen Teilräume die vorhandenen Milchkühe in Relation zur landwirtschaftlich genutzten Fläche (LF) gesetzt. Die so ermittelten Milchkuhbestände pro ha LF wurden den durchschnittlichen Milchkuhbeständen pro ha LF auf Bundesebene gegenübergestellt.

Formel Konzentrationsquotient Milchproduktion

$$KQ_{\text{Milchproduktion}} = \frac{M_i}{LF_i} : \frac{\sum_{i=1}^n M_i}{\sum_{i=1}^n LF_i}$$

Quelle: Eigene Darstellung

Erläuterung der Formel:

KQ	→	Konzentrationsquotient
M	→	Anzahl Milchkühe
LF	→	Landwirtschaftlich genutzte Fläche
i	→	Jeweiliger Teilraum
$\sum_{i=1}^n$	→	Summe aller Teilräume (=gesamter Wirtschaftsraum)

Als Teilräume gelten – wie bereits oben beschrieben – die Bundesländer, bzw. die (teilweise ehemaligen) Regierungsbezirke der Bundesländer. Das Bundesgebiet stellt die Summe aller Teilräume dar und ist damit die Vergleichsgröße. Ein errechneter Wert für den Konzentrationsquotienten Milchproduktion von < 1 (bzw. > 1) bedeutet, dass die Bestände an Milchkühen pro ha LF im untersuchten Teilraum unter- (bzw. über-) proportional konzentriert sind.

In Abbildung 4.4 sind die Ergebnisse der Berechnungen graphisch dargestellt. Weist ein Teilraum einen Wert von 1 auf, so liegt in diesem Teilraum - bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche ein durchschnittlicher Bestand an Milchkühen vor. Regionen mit einem erhöhten Konzentrationsquotienten sind dann in der Abbildung kenntlich gemacht worden, wenn mindestens ein Wert von 1,1 errechnet wurde. Eine Wertetabelle für die einzelnen Teilräume ist im Anhang beigefügt.

Abbildung 4.4: Konzentration im Bereich Milchproduktion (2005)



Quelle: Eigene Darstellung

In 2005 wurden in Deutschland insgesamt knapp 4,2 Mio. Milchkühe gezählt. Bezogen auf die gesamte landwirtschaftlich genutzte Fläche von rund 17 Mio. ha bedeutet das eine durchschnittliche „Milchkuhdichte“ von etwa einer Kuh pro vier Hektar LF. Die Milchviehhaltung ist im Bundesgebiet unterschiedlich verteilt; insbesondere in Bayern liegen erhöhte Konzentrationsquotienten für die Milchproduktion vor. Mit Ausnahme des Regierungsbezirks Unterfranken werden in allen bayerischen Regierungsbezirken mehr Milchkühe pro ha LF gehalten als im Bundesdurchschnitt.

Zusätzlich weisen die küstennahen Regionen Niedersachsens sowie Schleswig-Holstein erhöhte Konzentrationsquotienten auf. Auch im äußersten Westen, im Rheinland sowie im ehemaligen rheinland-pfälzischen Regierungsbezirk Trier ist die Anzahl der Milchkühe pro ha LF größer als im Bundesdurchschnitt. Innerhalb der ostdeutschen Bundesländer weist allein der sächsische Direktionsbezirk Chemnitz (bis 2008 Regierungsbezirk Chemnitz) einen überdurchschnittlich hohen Konzentrationsquotienten auf.

Milchviehhaltung in Bayern

Die in 2005 in Deutschland insgesamt gezählten 4,2 Mio. Milchkühe verteilten sich auf 110.000 Milchviehhalter. Durchschnittlich wurden 38 Kühe pro Milchviehbetrieb gehalten (WOCKEN et al., 2008, S. 43).

Große Milchviehbestände finden sich in den östlichen Bundesländern: So erreichte Thüringen in 2006 eine durchschnittliche Anzahl von Milchkühen pro Halter von 154 Tieren, in Brandenburg wurden 218 Tiere pro Halter gezählt. In den bayerischen Milchviehbetrieben wurden dagegen durchschnittlich nur 25 Milchkühe pro Betrieb gehalten. Dennoch hat dieses Bundesland eine herausragende Bedeutung für die Milchproduktion in Deutschland: Von insgesamt 105.800 Milchviehbetrieben in 2006 befanden sich knapp die Hälfte in Bayern, von rund 28 Mio. t Milch, die in 2006 bundesweit erzeugt wurde, steuerte Bayern mit 7,5 Mio. t mehr als ein Viertel der gesamten Erzeugung bei (ZMP, 2007, S. 21ff.).

Bayern ist mit rund 50.000 Milchlieferanten und einer Milchproduktion von ca. 7,5 Mio. Tonnen die wichtigste deutsche Milcherzeugerregion. Die Milchwirtschaft ist in Bayern der bedeutendste Zweig innerhalb des Ernährungssektors und hat im bundesweiten Vergleich eine herausragende Stellung. In 2006 befanden sich 87 aller 273 deutschen Molkereien in Bayern. Die Schwerpunkte der bayerischen Milchproduktion liegen im Allgäu, in Südbayern, den ostbayerischen Mittelgebirgen sowie Mittelfranken (BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN (o.J.).

Für die schriftliche Befragung sind die bayerischen Regierungsbezirke Oberbayern und Schwaben als „Modellregion Milchproduktion“ ausgewählt worden (vgl. Abschnitt 5.1).

4.3.4 Konzentrationsquotient Gartenbau

Zur Berechnung des Konzentrationsquotienten für den Gartenbau wurde in den jeweiligen Teilräumen die vorhandene gärtnerische Nutzfläche (GN) in Relation zur landwirtschaftlich genutzten Fläche (LF) gesetzt. Der so ermittelte Quotient wurde der durchschnittlichen gärtnerischen Nutzfläche pro ha LF auf Bundesebene gegenübergestellt.

Als gärtnerische Nutzflächen gelten Flächen, auf denen Obst, Gemüse, Blumen und Zierpflanzen, Baumschulerzeugnisse sowie Gartenbausämereien zu Erwerbszwecken in Hauptnutzung auf dem Freiland oder in Gewächshäusern angebaut werden. Die gärtnerische Nutzfläche ist keine Teilmenge der landwirtschaftlich genutzten Fläche, denn sie umfasst auch leer stehende Gewächshäuser und Verkaufsgewächshäuser (STATISTISCHES LANDESAMT SACHSEN-ANHALT).

Formel Konzentrationsquotient Gartenbau

$$KQ_{\text{Gartenbau}} = \frac{GN_i}{LF_i} : \frac{\sum_{i=1}^n GN_i}{\sum_{i=1}^n LF_i}$$

Quelle: Eigene Darstellung

Erläuterung der Formel:

- KQ → Konzentrationsquotient
- GN → Gärtnerische Nutzfläche
- LF → Landwirtschaftlich genutzte Fläche
- i → Jeweiliger Teilraum
- $\sum_{i=1}^n$ → Summe aller Teilräume
(=gesamter Wirtschaftsraum)

Das Statistische Bundesamt hat aus der Gartenbauerhebung 2005 keine Ergebnisse auf Kreisebene veröffentlicht. Teilräume für die Berechnungen bildeten deshalb die Bundesländer. Das Bundesgebiet stellt die Summe aller Teilräume dar und ist damit die Vergleichsgröße. Ein errechneter Wert für den Konzentrationsquotienten Gartenbau von < 1 (bzw. > 1) bedeutet, dass die gärtnerische Nutzfläche bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche im untersuchten Bundesland unter- (bzw. über-) proportional konzentriert ist.

In Abbildung 4.5 sind Ergebnisse der Berechnungen graphisch dargestellt. Eine entsprechende Wertetabelle ist im Anhang beigefügt. Weist ein Teilraum einen Wert von 1 auf, so liegt in dieser Region, bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche ein durchschnittlicher Anteil an Gartenbaufläche vor.

Abbildung 4.5: Konzentration im Bereich Gartenbau (2005)



Da der Konzentrationsquotient Gartenbau ausschließlich auf Bundesländerebene berechnet wurde, können Gartenbauregionen innerhalb der Bundesländer, wie z.B. das Rheinland in NRW und das nördliche Rheinland-Pfalz in der Abbildung nicht hervorgehoben werden.

In Deutschland betrug die gärtnerische Nutzfläche in 2005 insgesamt rund 210.000 ha (GURRATH, 2006, S. 1038). Damit ist die landwirtschaftlich genutzte Fläche in Deutschland 80-mal so groß wie die gärtnerische Nutzfläche.

Abbildung 4.5 verdeutlicht, dass überdurchschnittliche Konzentrationsquotienten für den Gartenbau innerhalb der Flächenländer in den Bundesländern Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz vorliegen. Hier werden Werte von mindestens 2 erreicht. In diesen beiden Bundesländern ist die gärtnerische Nutzfläche im Verhältnis zur landwirtschaftlich genutzten Fläche damit mindestens doppelt so hoch wie im Bundesdurchschnitt.

In den Stadtstaaten Hamburg und Berlin werden sogar Konzentrationsquotienten von 16,1 bzw. von 13,1 erreicht; diese Werte verdeutlichen, dass die gartenbauliche Nutzung innerhalb der landwirtschaftlichen Nutzung hier eine herausragende Bedeutung hat. Auffällig ist in diesem Zusammenhang besonders die GN in Hamburg, die vom Ausmaß her 60 % der gesamten GN Mecklenburg-Vorpommerns beträgt (vgl. Wertetabelle im Anhang).

Auch in den Bundesländern Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen liegen erhöhte Konzentrationsquotienten für den Gartenbau vor.

Gartenbau im Westen

In 2005 wurden insgesamt 34.702 landwirtschaftliche Betriebe mit Anbau von Gartenbauerzeugnissen gezählt. Gegenüber der landwirtschaftlich genutzten Fläche ist die gärtnerische Nutzfläche in Deutschland vergleichsweise gering. Die Gartenbaufläche macht lediglich 1,3 % der gesamten landwirtschaftlichen Fläche aus. Gleichwohl betrug im Jahr 2006 der Anteil des Gartenbaus am Produktionswert der Landwirtschaft 13,5 %. Wird allein die pflanzenbauliche Produktion betrachtet, liegt der gartenbauliche Anteil am Produktionswert sogar bei 34 % (BUHRMESTER et al., 2007, S. 9). Der Gartenbau ist vergleichsweise arbeitsintensiv. In 2005 waren inklusive Saisonarbeitskräften insgesamt 339.400 Arbeitskräfte im Produktionsgartenbau tätig, das entspricht fast jeder vierten Arbeitskraft in der Landwirtschaft (GURRATH, 2006, S. 1046).

Bezogen auf die Flächenzahlen sind Baden-Württemberg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Bayern die größten Gartenbaustandorte innerhalb Deutschlands.

Der Gartenbau unterteilt sich in den Produktions- und Dienstleistungsbereich. Zur Produktion zählen der Zierpflanzenbau, Staudengärtnereien, der Obst- und Gemüsebau, Baumschulen, die Pflanzenzüchtung und der Samenbau. Je nach Sparte haben die einzelnen Bundesländer unterschiedliche Bedeutung als Gartenbaustandorte. In Baden-Württemberg liegt z.B. die größte Obstanbaufläche vor, Nordrhein-Westfalen hat die größten Anbauflächen im Zierpflanzenbereich (STOMMEL, 2009).

Übersicht 4.2: Gärtnerische Nutzfläche (2005)

Sparten	Gärtnerische Nutzfläche	
	in ha	in % der gesamten GN
Gartenbauliche Nutzung gesamt ¹⁾	209.703	100,0
darunter (u.a.)		
Obstbau ²⁾	82.044	39,1
Gemüsebau ³⁾	97.218	46,4
Zierpflanzenbau ³⁾	8.826	4,2
Baumschulen ²⁾	21.053	10,0

Quelle: GURRATH, 2006, S. 1038, eigene Berechnungen

¹⁾ Erfasst sind Betriebe mit Flächen im Freiland von ≥ 30 a oder Flächen unter Glas von ≥ 3 a

²⁾ Freiland

³⁾ Freiland und Gewächshaus

Die Schwerpunkte der einzelnen gartenbaulichen Sparten sind auf die Bundesländer unterschiedlich verteilt:

Der Obstbau hat seine Schwerpunkte vornehmlich in Baden-Württemberg und in Niedersachsen. In diesen beiden Bundesländern wurden in 2005 rund 48 % der gesamten Obstfreilandfläche bewirtschaftet. Gemüse wird vorwiegend in Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Bayern und Rheinland-Pfalz angebaut. Diese vier Bundesländer vereinen zusammen gut 57 % der gesamten Gemüsefläche in Deutschland.

Der Zierpflanzenbau konzentriert sich hauptsächlich auf Nordrhein-Westfalen. Dort werden allein 37 % der Zierpflanzenfläche bewirtschaftet. Weitere 27 % der gesamten Zierpflanzenfläche vereinen die Bundesländer Bayern und Niedersachsen.

Die Schwerpunkte der Baumschulflächen liegen in Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen. Rund 60 % der gesamten Baumschulfläche befinden sich in diesen drei Bundesländern.

Für die schriftliche Befragung ist der Regierungsbezirk Düsseldorf als „Modellregion Gartenbau“ ausgewählt worden (vgl. Abschnitt 5.1). Hier ist der Gartenbau besonders stark konzentriert; die Region hat insbesondere Bedeutung für den Gemüsebau sowie den Blumen- und Zierpflanzenbau (vgl. GURRATH, 2006).

4.3.5 Konzentrationsquotient Weinbau

Zur Berechnung des Konzentrationsquotienten für den Weinbau wurde für die jeweiligen Teilräume die vorhandene Rebfläche in Relation zur landwirtschaftlich genutzten Fläche (LF) gesetzt. Der so ermittelte Quotient wurde der durchschnittlichen Rebfläche pro Hektar landwirtschaftlich genutzter Fläche auf Bundesebene gegenübergestellt.

Teilräume der Untersuchungen stellen wiederum Regierungsbezirke und ehemalige Regierungsbezirke der Bundesländer dar; dort, wo keine Regierungsbezirke vorhanden sind, bilden die entsprechenden Bundesländer die Teilräume. Der Konzentrationsquotient Weinbau berechnet sich wie folgt:

Formel für den Konzentrationsquotient Weinbau

$$KQ_{\text{Weinbau}} = \frac{RF_i}{LF_i} : \frac{\sum_{i=1}^n RF_i}{\sum_{i=1}^n LF_i}$$

Quelle: Eigene Darstellung

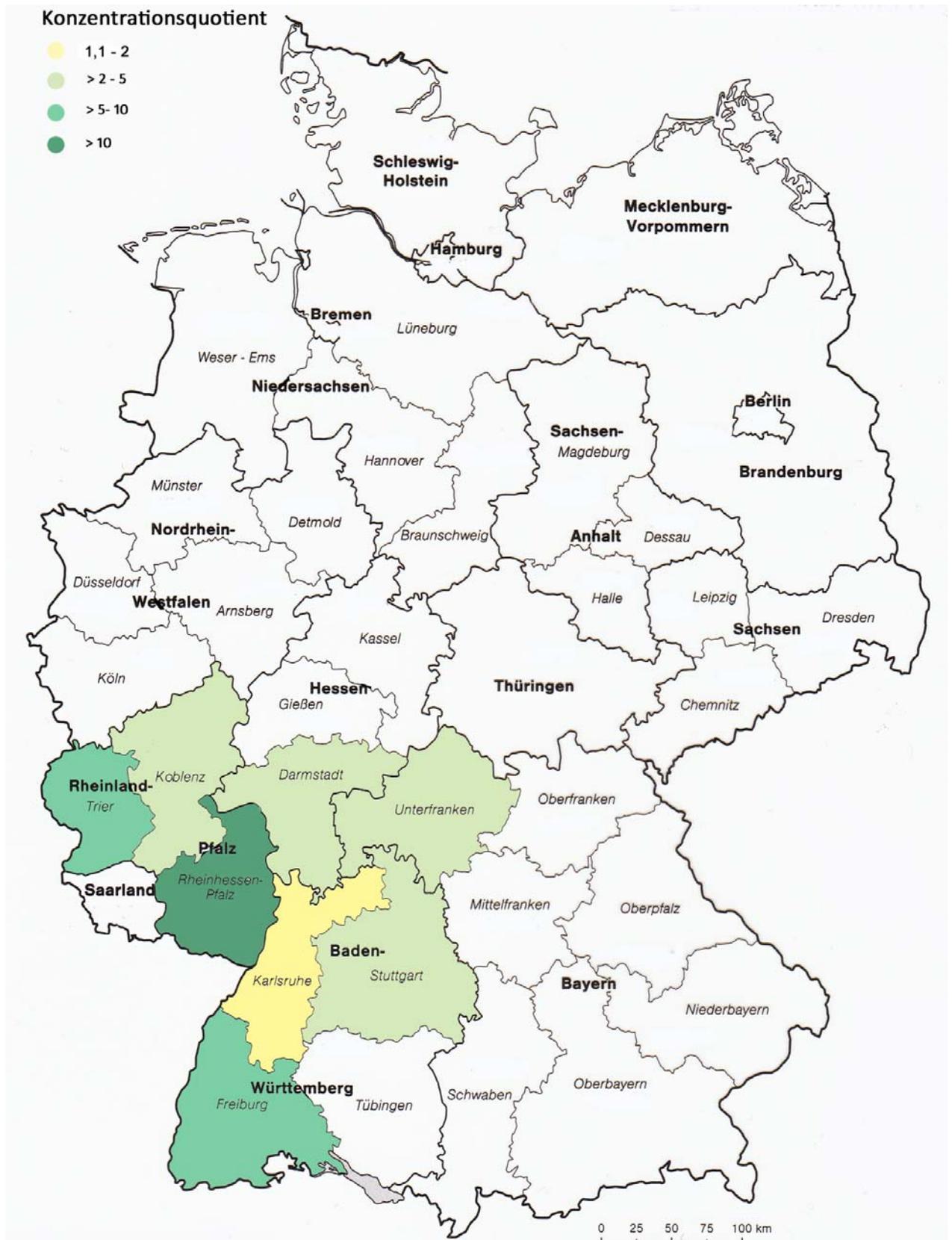
Erläuterung der Formel:

- KQ → Konzentrationsquotient
- RF → Rebfläche
- LF → Landwirtschaftlich genutzte Fläche
- i → Jeweiliger Teilraum
- $\sum_{i=1}^n$ → Summe aller Teilräume
(=gesamter Wirtschaftsraum)

Der Konzentrationsquotient kann für die Teilräume Werte zwischen Null und unendlich annehmen. Weist ein Teilraum einen Wert von 1 auf, so liegt hier – bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche ein durchschnittlicher Anteil an Rebflächen vor. Ist der Wert < 1, so ist der Anteil an Rebflächen innerhalb der landwirtschaftlich genutzten Fläche in der Region im Bundesvergleich unterdurchschnittlich. Werte > 1 deuten auf einen im Verhältnis zum gesamten Wirtschaftsraum überdurchschnittlichen Rebflächenanteil hin.

Im Gegensatz zu den übrigen in diese Untersuchung einbezogenen Produktionsrichtungen besteht im Weinbau die Besonderheit, dass er sich aus geographischen bzw. klimatischen Gründen nur auf wenige Regionen in Deutschland beschränkt. Die folgende Abbildung 4.6 zeigt die Berechnung der Rebfläche auf Regierungsbezirksebene. Eine entsprechende Wertetabelle ist im Anhang beigelegt.

Abbildung 4.6: Konzentration im Bereich Weinbau



Quelle: Eigene Darstellung

Die Abbildung 4.6 zeigt, dass erhöhte Konzentrationsquotienten für den Weinbau ausschließlich im Südwesten Deutschlands erreicht werden. Wichtige Standorte sind insbesondere die Bundesländer Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg. Rheinhessen-Pfalz erreicht sogar einen Konzentrationsquotienten von 27,2. Trier und Freiburg folgen mit 6,3 bzw. 5,4 (vgl. Wertetabelle im Anhang). Zusätzlich zu den beiden Bundesländern werden erhöhte Konzentrationsquotienten im Regierungsbezirk Darmstadt sowie im Regierungsbezirk Unterfranken erreicht. Da im übrigen Bundesgebiet nahezu keine Rebflächen vorhanden sind (vgl. Übersicht 4.3), fallen die Werte für die Konzentrationsquotienten in den ausgewiesenen Weinbaugebieten besonders hoch aus.

Weinbau im Südwesten

Insgesamt beträgt der Anteil an Rebflächen an der landwirtschaftlich genutzten Fläche in Deutschland etwa 0,6 %. Die Weinproduktion betrug in 2006 in Deutschland 9,1 Mio. hl. Damit erreichte sie einen Produktionswert von 1,2 Mrd. Euro (DEUTSCHES WEININSTITUT, 2007).

Übersicht 4.3: Mit Keltertrauben für Qualitätswein bestockte Rebfläche (2008)

Region	Rebfläche	
	in ha	in %
Deutschland gesamt	102.337	100,0
darunter		
Rheinland-Pfalz	63.995	62,6
Baden-Württemberg	27.417	26,8
Bayern	6.097	6,0
Hessen	3.563	3,5
Neue Länder	1.146	1,1
Saarland	99	0,1
Nordrhein-Westfalen	20	0,02

Quelle: STATISTISCHES BUNDESAMT 2009a, S. 15, eigene Berechnungen

Die Rebflächen von insgesamt 102.000 ha verteilen sich auf 13 Anbaugebiete in Deutschland. Die beiden größten Anbaugebiete sind Rheinhessen und Pfalz in Rheinland-Pfalz mit einem Anteil von zusammen 49 % an der gesamten Rebfläche in Deutschland (BUHRMESTER et al., 2007, S. 118ff.).

Aufgrund der vorhandenen Strukturen ist Rheinhessen als „Modellregion Weinbau“ für die schriftlichen Befragungen ausgewählt worden (vgl. Abschnitt 5.1).

4.4 Zwischenfazit

In Deutschland ist knapp die Hälfte der Gesamtfläche als landwirtschaftlich genutzte Fläche ausgewiesen. Besonders in den nördlichen Bundesländern finden sich hohe Anteile der landwirtschaftlich genutzten Fläche an der Gesamtfläche. Landwirtschaftliche Nutzung ist hier besonders prägend. Die Berechnung von Konzentrationsquotienten zeigt darüber hinaus, inwieweit regionale Schwerpunkte für ausgewählte landwirtschaftliche Produktionsrichtungen vorliegen. Dazu wurden die Produktionsrichtungen nach ihrem Umfang ins Verhältnis zur landwirtschaftlich genutzten Fläche gesetzt.

Ackerbau hat innerhalb der landwirtschaftlichen Nutzung flächendeckende Bedeutung. Insgesamt werden in Deutschland knapp 70 % der landwirtschaftlich genutzten Fläche ackerbaulich genutzt, überdurchschnittliche Flächenanteile finden sich insbesondere in den nordöstlichen Teilen Deutschlands.

Die Veredlungswirtschaft, speziell die Schweinehaltung und die Geflügelhaltung, weist innerhalb der landwirtschaftlichen Produktion die stärksten Konzentrationen im Nordwesten Deutschlands auf.

Die Milchviehhaltung ist – bezogen auf die landwirtschaftlich genutzte Fläche – im Süden Deutschlands, und hier speziell in Bayern konzentriert. Konzentrationen finden sich auch im äußersten Westen sowie im Nordwesten Deutschlands.

Die gartenbauliche Nutzung spielt in Deutschland bezogen auf die vorhandenen Flächen innerhalb der landwirtschaftlichen Nutzung eine untergeordnete Rolle. Die hohe Bedeutung ergibt sich aus der hohen Flächenintensität. Schwerpunkte liegen in den südlichen und in den westlichen Bundesländern.

Der Weinbau beschränkt sich aus geographischen und klimatischen Gründen auf wenige Regionen in Deutschland. Erhöhte und dazu äußerst ausgeprägte Konzentrationsquotienten für den Weinbau liegen ausschließlich im Südwesten Deutschlands.

Insgesamt werden die höchsten Werte für die Konzentrationsquotienten bei solchen landwirtschaftlichen Produktionsrichtungen erreicht, die nur in wenigen Teilregionen Bedeutung haben. Beispiele sind Wein oder Hopfen. Produktionsrichtungen, die flächendeckend vorkommen, wie etwa der Ackerbau, erreichen dagegen nur niedrige Werte.

Die Landwirtschaft in Deutschland ist geprägt durch Heterogenität. Allein die Betrachtung der untersuchten fünf Produktionsrichtungen verdeutlicht dies. Landwirtschaftliche Fragestellungen umfassen deshalb einerseits gemeinsame Themen mit bundesweiter Bedeutung, andererseits aber auch Themen mit Relevanz für einzelne Produktionsrichtungen und damit mit regionalem Zuschnitt.

5 Untersuchungen in Modellregionen

In der zweiten Projektphase erfolgte eine vertiefende Analyse des Clusters Agribusiness hinsichtlich der regionaltypischen Bedeutung und der Vernetzungsintensität. Auf Grundlage der ermittelten landwirtschaftlichen Schwerpunktregionen (Kapitel 4) wurden dazu Modellregionen für die weiteren Untersuchungen ausgewählt. Dort wurde zunächst eine schriftliche Befragung von Landwirten durchgeführt (vgl. Abschnitt 5.2). Ziel war die Ermittlung von Strukturen und Ausmaß der Vernetzung der Landwirtschaft innerhalb der in Kapitel 4 beschriebenen Produktionsrichtungen. Ergänzend zu der schriftlichen Befragung erfolgten Interviews mit Betriebsleitern ausgewählter landwirtschaftlicher Unternehmen anhand eines Gesprächsleitfadens. Im Ergebnis werden die Vernetzungsstrukturen und das Vernetzungsausmaß dieser Unternehmen anschließend anhand von Egonetzwerken dargestellt (vgl. Abschnitt 5.3).

5.1 Auswahl der Modellregionen

Anhand der berechneten Konzentrationsquotienten wurden im Rahmen der Forschungsarbeit regionale Schwerpunkte hinsichtlich der fünf verschiedenen Produktionsrichtungen Ackerbau, Veredlung, Milchproduktion, Gartenbau und Weinbau ermittelt (vgl. Kapitel 4). Auf Grundlage dieser regionalen Schwerpunkte wurden innerhalb des Bundesgebietes fünf Modellregionen ausgewählt, in denen eine schriftliche Befragung der landwirtschaftlichen Ausbildungsbetriebe sowie ergänzende detaillierte Interviews und Expertengespräche durchgeführt worden sind.

Als Modellregion kamen nur solche Regionen in Betracht, für die zuvor überproportionale Konzentrationsquotienten für die jeweilige Produktionsrichtung berechnet worden waren. Im Ergebnis wurden für die weiteren Untersuchungen folgende Modellregionen ausgewählt:

Übersicht 5.1: Ausgewählte Modellregionen für die Befragung

Produktionsrichtung		Modellregion
Ackerbau	→	Ausgewählte Landkreise in Mecklenburg-Vorpommern
Veredlung	→	Weser-Ems-Gebiet in Niedersachsen
Milchproduktion	→	Oberbayern und Schwaben in Bayern
Gartenbau	→	Regierungsbezirk Düsseldorf in Nordrhein-Westfalen
Weinbau	→	Rheinhessen in Rheinland-Pfalz

Quelle: Eigene Darstellung

5.2 Schriftliche Befragung

5.2.1 Zielsetzung und Methodik

Die schriftliche Befragung ist in der zweiten Jahreshälfte 2008 durchgeführt worden. Ziel war die Ermittlung verlässlicher Daten zur Abbildung der Vernetzungsintensität von landwirtschaftlichen Betrieben untereinander sowie mit Unternehmen in vor- und nachgelagerten Bereichen. Die Form der schriftlichen Befragung wurde gewählt, um eine möglichst große Stichprobe bei vergleichsweise geringen Kosten zu untersuchen. Schriftliche Befragungen bieten darüber hinaus den Vorteil, exakt quantifizierbare Ergebnisse ohne Interviewereinfluss zu erhalten.

Fragebogenerstellung

Da den Befragten bei schriftlichen Befragungen keine Hilfestellung durch persönliche Interviewer gegeben werden kann, war im Vorfeld besonderer Wert auf gute Verständlichkeit der Fragen geachtet worden, die zusätzlich anhand eines Pretests überprüft wurde.

Der Fragebogen wurde in einer standardisierten Form erstellt. Verwendet wurden vorwiegend geschlossene Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. Die Befragten hatten dabei die Möglichkeit, Antwortalternativen anzukreuzen oder Zahlen einzutragen. Die geschlossenen Fragestellungen vereinfachen einerseits das Ausfüllen für die Befragten und sichern zusätzlich eine Vereinheitlichung der Antworten für die nachfolgende Auswertung. Zusätzlich waren einzelne frei zu formulierende Antwortmöglichkeiten ergänzt worden, um den Befragten Gelegenheit zu geben, weitere Aspekte einzubringen.

Bei Einschätzungs- und Bewertungsfragen wurde eine 6-er-Skalierung verwendet, dadurch mussten sich die Befragten für eine positive oder eine negative Bewertung entscheiden. Die 6-er Skalierung wurde bereits in anderen empirischen Untersuchungen am Soester Fachbereich Agrarwirtschaft verwendet und ist für die Befragten leicht verständlich (vgl. HENSCHKE et al., 2006, S. 81).

Auswahl der Befragten

Für die schriftliche Befragung kamen generell nur solche landwirtschaftlichen Betriebe in Betracht, die in den jeweiligen Modellregionen liegen (s.o.). Konkret ausgewählt wurden Ausbildungsbetriebe. Diese Lösung bot sich an, da die Adressen der Ausbildungsbetriebe in der Regel leicht zugänglich sind. Zusätzlich ist davon auszugehen, dass die Betriebsleiter der Ausbildungsbetriebe selbst auf eine gute landwirtschaftliche Ausbildung zurückgreifen können und zukunftsorientiert und engagiert sind. Die Vorgehensweise erfolgte in Absprache mit dem Auftraggeber.

Versand der Fragebögen

Die Fragebögen wurden in Begleitung eines Anschreibens auf dem Postweg an die ausgewählten Betriebsleiter versandt. Dabei wurde jedem Fragebogen ein frankierter Freiumschlag beigelegt, um den Betriebsleitern die Rücksendung zu vereinfachen und um die Rücklaufquote zu erhöhen. Zwei Wochen nach dem Versenden der Fragebögen fand eine Nachfassaktion statt.

Übersicht 5.2: Versand und Rücklauf der Fragebögen

Modellregion	Versandte Fragebögen	Zurück gesandte Fragebögen	Rücklaufquote in %
Ackerbau	290	66	22,8
Veredlung	352	110	31,3
Milchproduktion	227	56	24,7
Gartenbau	239	34	14,2
Weinbau	154	39	25,3
Zusammen	1.262	305	24,2

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt waren für die Untersuchung 1.262 Betriebsleiter angeschrieben worden, davon haben 305 einen ausgefüllten Fragebogen zurück gesandt. Der Rücklauf von knapp einem Viertel der Fragebögen ist nach den Erfahrungen bisheriger Untersuchungen als hoch einzustufen und zeigt das Interesse der Landwirtschaft an der Thematik. Es ist davon auszugehen, dass auch der gewählte Befragungszeitraum zu diesem guten Rücklauf-Ergebnis beitrug: Im Vorfeld war darauf geachtet worden, die Befragung nicht während allgemeiner landwirtschaftlicher Arbeitsspitzen durchzuführen.

5.2.2 Inhalte der Befragung

Die Befragung umfasste folgende Aspekte:

- Flächenausstattung
- Umsatz
- Arbeitskräfte
- Tierhaltung
- Kontakte und Wege der Informationsbeschaffung
- Bedeutende landwirtschaftliche Organisationen für die Befragten
- Vernetzung mit den Marktpartnern
(differenziert nach Zulieferern, Abnehmern und Dienstleistern)
- Soziale Leistungen und soziales Engagement.

Der verwendete Fragebogen ist als Muster im Anhang beigefügt. Der erste Abschnitt des Fragebogens beinhaltet allgemeine Fragen bezüglich Art und Intensität der Vernetzung des eigenen Betriebes mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben. In diesem Teil wurden auch Wege der Informationsbeschaffung erfragt. Die Befragten wurden aufgefordert, ein „Dreier-Ranking“ hinsichtlich der wichtigsten Organisationen und Vereine mit landwirtschaftlichen Bezug und Auswirkungen auf den betrieblichen Erfolg zu erstellen.

Der zentrale zweite Abschnitt des Fragebogens befasst sich mit der Vernetzung der Betriebe mit Zulieferern, Abnehmern und Dienstleistern. Zu jedem der drei Bereiche sind die Fragen in Form einer Gesamttabelle formuliert worden. Die Betriebsleiter wurden aufgefordert, in den drei Tabellen jeweils die Anzahl ihrer unterschiedlichen Zulieferer, Abnehmer und Dienstleister einzutragen und in verschiedene Entfernungskategorien einzuteilen. Zusätzlich wurde die durchschnittliche jährliche Kontakthäufigkeit der Betriebe zu ihren einzelnen Marktpartnern erfragt. Darüber hinaus sollte eine Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gegenüber den Marktpartnern abgegeben werden. Dazu waren die Antworten anhand einer 6-er Skala (1 = „sehr stark“ bis 6 = „sehr schwach“) einzutragen.

Im dritten Abschnitt wurden weitergehende Informationen zu Verflechtungen mit dem der Landwirtschaft vorgelagerten Bereich erfragt. Dabei wurde insbesondere auf Formen der Zusammenarbeit eingegangen, die über den Einkauf von Waren hinaus gehen. Es wurde eine Einschätzung abgefragt, inwieweit sich die Zusammenarbeit positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit des Betriebes auswirkt.

Im vierten Abschnitt der Befragung wurden weitergehende Informationen zu Verflechtungen mit dem der Landwirtschaft nachgelagerten Bereich abgefragt. Dabei wurde auch auf Formen der Zusammenarbeit mit den Abnehmern eingegangen, die über die Lieferung von Waren hinausgeht. Weiterhin wurden auch Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der landwirtschaftlichen Betriebe abgefragt, die sich aus der Zusammenarbeit mit dem nachgelagerten Bereich ergeben.

Im abschließenden fünften Abschnitt wurden allgemeine Betriebsdaten erhoben. Dabei ging es insbesondere um die Zuteilung zu einer Betriebsform und um betriebliche Kapazitäten wie Flächenausstattung, Stallplätze und Tierbesatz, Familien- und Fremdarbeitskräfte. Zusätzlich wurde das persönliche Engagement der Betriebsleiter erfasst. Dazu wurden Fragen nach der Erbringung gesellschaftlicher Leistungen, z.B. durch ehrenamtliche Tätigkeiten gestellt.

Abschließend wurde den Befragten die Möglichkeit gegeben, Anregungen und Anmerkungen zur Untersuchung zu äußern.

Dateneingabe und Auswertung

Die erhobenen Daten wurden mit dem Programm SPSS elektronisch verarbeitet und ausgewertet. Dazu erfolgte eine Codierung der Antwortmöglichkeiten. Die Ergebnisse der Befragung wurden separat für die jeweilige Modellregion/Produktionsrichtung ausgewertet und werden nachfolgend dargestellt. In einer zusammenfassenden Bewertung werden die Ergebnisse der einzelnen Modellregionen miteinander verglichen.

5.2.3 Ergebnisse der Befragung

5.2.3.1 Befragungsergebnisse Modellregion Ackerbau

In Mecklenburg-Vorpommern erfolgte die schriftliche Befragung im November 2008. Einbezogen waren mit Nordwestmecklenburg, Bad Doberan, Güstrow, Müritzkreis, Demmin, Nordvorpommern und Rügen die sieben Landkreise mit den höchsten ackerbaulichen Konzentrationsquotienten (vgl. Kapitel 4). In der Modellregion Ackerbau konnten insgesamt 66 Ausbildungsbetriebe in die Untersuchung einbezogen werden, zuvor waren 290 Betriebsleiter angeschrieben worden. Die Rücklaufquote lag damit bei 23 %.

33 % der Befragten bezeichneten ihren Betrieb als reinen Ackerbaubetrieb. Rund 60 % der Befragten bezeichneten ihren Betrieb als Gemischtbetrieb, auch in diesen Betrieben wird in größerem Umfang Ackerbau betrieben. Die in die Befragung einbezogenen Betriebe der Modellregion Ackerbau werden nachfolgend als „Ackerbaubetriebe“ bezeichnet.

Betriebliche Daten

Die Bedeutung des Ackerbaus für die Region zeigt sich in der hohen Flächenausstattung der in die Untersuchung einbezogenen Betriebe. Insgesamt 63 Betriebsleiter (95 %) machten Angaben zu ihren landwirtschaftlichen Flächen. Diese Betriebe bewirtschaften durchschnittlich 1.230 ha. 31 Betriebe bewirtschaften Flächen in einer Größenordnung von mindestens 1.000 ha, darunter befinden sich 13 Betriebe, die mindestens 2.000 ha bewirtschaften. Mit Ausnahme von drei Betrieben haben alle in die Untersuchung einbezogenen Betriebe Flächen zugepachtet, durchschnittlich sind 60 % der bewirtschafteten Flächen Pachtfläche. Die Betriebsleiter greifen dabei auf eine große Anzahl von Verpächtern zurück. Durchschnittlich waren zum Zeitpunkt der Befragung Flächen von 51 verschiedenen Verpächtern zugepachtet. Zehn Betriebsleiter gaben sogar an, Flächen von mehr als 100 Verpächtern zugepachtet zu haben.

Übersicht 5.3 stellt die Tierhaltung der in die Untersuchung einbezogenen Ackerbaubetriebe dar. Daran wird deutlich, dass insbesondere auch der Futterbau eine wichtige Rolle in der Region spielt: Zwei Drittel der Befragten halten Rinder, der größte Teil von ihnen hält auch Milchkühe. Die durchschnittlichen Tierbestände pro Betrieb sind in der Modellregion

Ackerbau höher als die Bestände in der untersuchten Modellregionen Veredlung (vgl. Abschnitt 5.2.3.2) und in der untersuchten Modellregion Milchproduktion (vgl. Abschnitt 5.2.3.3).

Übersicht 5.3: Tierhaltung der Ackerbaubetriebe

Tierhaltungszweig	Betriebe mit Tierhaltung		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl Stallplätze
Schweine	13	19,7	2.234
Rinder	44	66,7	656
darunter Milchkühe	37	56,1	299
Geflügel	6	9,1	50.417

Quelle: Befragung Ackerbaubetriebe 2008 n=66
Wortlaut der Frage: „Welche und wie viele Tiere halten Sie?“

Insgesamt 50 Betriebsleiter (76 %) machten Angaben zu ihrem jährlichen Umsatz. Die genannten Beträge schwanken zwischen knapp 200.000 Euro und 5,5 Mio. Euro und weisen damit eine große Spanne auf. Der Durchschnittswert liegt bei rund 2,1 Mio. Euro pro Jahr und Betrieb.

Der Arbeitskräftebesatz der Ackerbaubetriebe in Mecklenburg-Vorpommern ist von Fremdarbeitskräften geprägt. Nur die Hälfte der Befragten gab an, dass Familienarbeitskräfte in Vollzeit im Betrieb mitarbeiten. In diesen Betrieben sind im Durchschnitt zwei Vollzeit-Familienarbeitskräfte beschäftigt. Die Ausstattung mit Fremdarbeitskräften ist ungleich höher: 64 Betriebsleiter gaben an, Fremdarbeitskräfte in Vollzeit zu beschäftigen, durchschnittlich 12,7 Arbeitskräfte pro Betrieb. Zusätzlich werden in geringem Umfang Teilzeit- und Saisonarbeitskräfte angestellt. Die untersuchten Betriebe in der Modellregion Ackerbau haben damit auch eine wichtige Funktion als Arbeitgeber.

Vernetzung der landwirtschaftlichen Betriebe

64 Betriebsleiter (97 %) in der Modellregion Ackerbau gaben an, mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben ihrer Region in Kontakt zu stehen (Übersicht 5.4).

Nahezu alle befragten Betriebsleiter tauschen mit anderen Landwirten in der Region allgemeine Informationen aus. Auch zu konkreten Fragestellungen tauschen sich zwei Drittel der Landwirte mit Berufskollegen aus. Die Hälfte der Befragten gab an, mit anderen Landwirten z.B. in Form einer gemeinsamen Nutzung von Maschinen oder Lagern zusammenzuarbeiten. Knapp die Hälfte der Betriebsleiter tauscht Flächen mit anderen Landwirten. Jeweils weniger als 40 % der Befragten stehen über Mitgliedschaften in Erzeugergemeinschaften in

Kontakt zu anderen Landwirten oder tauschen Wirtschaftsdünger mit Berufskollegen. Tierhaltungskooperationen werden von sieben Betrieben durchgeführt.

Übersicht 5.4: Kontakte der Betriebsleiter (Ackerbau) zu Berufskollegen

Art der Kontakte	Anzahl der Nennungen	
	absolut	in Prozent
Allgemeiner Informationsaustausch	62	93,9
Konkreter, wirtschaftlich wichtiger Informationsaustausch	42	63,6
Zusammenarbeit (z.B. gemeinsame Nutzung von Maschinen, Lagern)	34	51,5
Flächentausch (z.B. für Gemüse oder Kartoffeln)	31	47,0
Erzeugergemeinschaft	25	37,9
Austausch von Wirtschaftsdünger	23	34,8
Tierhaltungskooperation	7	10,6

Quelle: Befragung Ackerbaubetriebe 2008

n=66

Wortlaut der Frage: (Stehen Sie mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben Ihrer Region in Kontakt? Falls „Ja“:) Welche Kontakte treffen zu? (Mehrfachnennungen)

Die Betriebsleiter wurden nach Vereinen bzw. Organisationen mit landwirtschaftlichem Bezug gefragt, die für ihren jeweiligen Betrieb eine besondere Bedeutung haben. 60 Befragte machten dazu Angaben, drei Viertel von ihnen nannten den Bauernverband als wichtige Organisation. Mit großem Abstand wurden außerdem z.B. Zuchtverbände, Erzeugergemeinschaften sowie Bezugs- und Absatzgenossenschaften genannt. Insgesamt gab es eine Reihe von sehr spezifischen Einzelnennungen, die die Befragten als wichtige Organisationen angaben.

Die wichtigste Informationsquelle für die Betriebe sind Fachzeitschriften. Alle Befragten nutzen Fachzeitschriften, um sich Informationen für ihren Betrieb zu beschaffen, 82 % häufig, die übrigen gelegentlich. Weitere wichtige Informationsquellen stellen die Zulieferer und Abnehmer der Betriebe dar, gefolgt von den landwirtschaftlichen Beratern. Bis auf eine Ausnahme gaben darüber hinaus alle Betriebsleiter an, Informationen für den Betrieb bei Berufskollegen einzuholen, davon 43 % häufig und 57 % gelegentlich. Auch die Informationsbeschaffung über das Internet hat Bedeutung: 94 % der Landwirte beziehen Informationen für ihren Betrieb über das Internet, die Hälfte von ihnen nutzt diese Informationsquelle häufig, die andere Hälfte gelegentlich.

Zulieferer

Übersicht 5.5 stellt die am häufigsten genannten Zulieferer der Ackerbaubetriebe in Mecklenburg-Vorpommern dar. Eine besondere Bedeutung kommt - gemessen an der Anzahl der Nennungen - den Landmaschinenhändlern, den Betriebsstoffhändlern und dem privaten Landhandel zu. Mit Landmaschinenhändlern stehen alle Befragten in Kontakt. Zulieferer wie Energieanlagenbauer und Brütereien spielen nur für einen geringen Teil der Befragten eine Rolle.

Mit Ausnahme der Brütereien, zu denen offensichtlich eine enge Bindung besteht, greifen die Befragten auf durchschnittlich mehr als einen Zulieferer aus den jeweiligen Bereichen zurück. Besonders auffällig ist die Anzahl der Landmaschinenhändler, zu denen die Ackerbaubetriebe in Kontakt stehen: Im Durchschnitt bezieht jeder Betrieb Maschinen und Zubehör von mehr als sieben verschiedenen Landmaschinenhändlern. Wenn andere Landwirte Zulieferer der Betriebe sind, greifen die Befragten auf Vorleistungen von fast sieben verschiedenen Berufskollegen zurück.

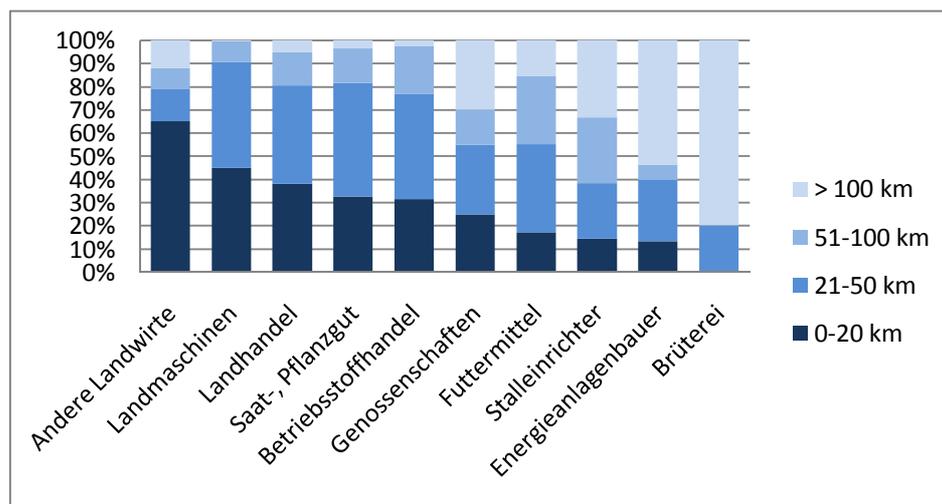
Übersicht 5.5: Zulieferer der Ackerbaubetriebe

Zulieferer	Landwirte mit Kontakten zu Zulieferern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Zulieferer
Landmaschinen/Reparatur	66	100,0	7,4
Betriebsstoffhändler	61	92,4	2,1
Privater Landhandel	61	92,4	3,0
Saatgut/Pflanzgut	52	78,8	2,7
Futtermittel	39	59,1	3,3
Stalleinrichter	35	53,0	1,8
Andere Landwirte	35	53,0	6,8
Genossenschaften	29	43,9	1,4
Energieanlagenbauer	11	16,7	1,4
Brütereien	5	7,6	1,0

Quelle: Befragung Ackerbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=66
Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Zulieferer.

Die räumliche Entfernung zu den verschiedenen Zulieferern der Ackerbaubetriebe ist in Abbildung 5.1 dargestellt. Auffällig ist dabei, dass die Zulieferer sich tendenziell eher nicht im direkten Umfeld (Radius bis zu 20 km) der Betriebe befinden. Lediglich unter den „anderen Landwirten“ als Zulieferer der Betriebe befinden sich mehr als 60 % in einer Entfernung von bis zu 20 km. Landmaschinenhändler, privater Landhandel, Saat- und Pflanzguthändler sowie der Betriebsstoffhandel als Zulieferer befinden sich zu 75 % oder mehr in einer räumlichen Entfernung von bis zu 50 km zu den jeweiligen Betrieben. Die Energieanlagenbauer und die Brütereien, von denen einzelne Landwirte Vorleistungen beziehen, haben ihre Standorte überwiegend weiter als 100 km von den Betrieben entfernt. Die durchschnittlich größte Distanz zu den landwirtschaftlichen Betrieben weisen erwartungsgemäß die Brütereien auf. Sie sind gleichzeitig auch diejenigen Zulieferer, mit denen die wenigsten Landwirte in Kontakt stehen. Je spezifischer der Zulieferer, desto größer ist offensichtlich das Einzugsgebiet seines Kundenkreises.

Abbildung 5.1: Entfernung der Zulieferer bei Ackerbaubetrieben



Quelle: Befragung Ackerbaubetriebe 2008

n=66

Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Die Betriebsleiter wurden zusätzlich nach der Häufigkeit der Kontakte zu ihren Zulieferern gefragt. Die häufigsten Kontakte bestehen zu den Landmaschinenhändlern und zum privaten Landhandel. Durchschnittlich haben die Befragten 32 Kontakte pro Jahr zu jedem einzelnen Landmaschinenhändler und 28 Kontakte pro Jahr zu jedem privaten Landhändler. Vergleichsweise seltene Kontakte ergeben sich zu Energieanlagenbauern ($\bar{\sigma}$ 10 Kontakte pro Jahr), zu Stalleinrichtern ($\bar{\sigma}$ 9 Kontakte pro Jahr) sowie zu Brütereien ($\bar{\sigma}$ 7 Kontakte pro Jahr).

Weiterhin wurden die Betriebsleiter nach der Einschätzung ihrer Verhandlungsposition gegenüber ihren Zulieferern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sahen sie sich gegenüber den eigenen Berufskollegen, dem privaten Landhandel und den

Landmaschinenhändlern. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stufen sie ihre Verhandlungsposition gegenüber diesen Zulieferern jeweils durchschnittlich bei 2,5 ein. Auch gegenüber den Futtermittelhändlern (Durchschnittswert 2,6) sehen sich die Befragten in einer eher guten Verhandlungsposition. Die schlechteste Verhandlungsposition haben die Befragten nach eigener Aussage gegenüber den Betriebsstoffhändlern (Durchschnittswert 3,3) und gegenüber den Brütereien (Durchschnittswert 4,0). Brütereien als Zulieferer haben allerdings lediglich fünf der Betriebe.

In der Befragung wurde auch auf Formen der Zusammenarbeit mit Zulieferern eingegangen, die über den Einkauf von Waren hinausgehen. Die Befragten wurden gebeten, anhand einer Skala von 1 (= häufig) bis 6 (= selten) einzuschätzen, wie oft sich eine solche Zusammenarbeit ergibt. 60 Betriebsleiter (91 %) gaben dazu eine Einschätzung ab. Insgesamt zwei Drittel dieser Landwirte vergaben Werte von 1, 2 oder 3 und machten damit deutlich, dass sich für die meisten Landwirte eine eher häufige Zusammenarbeit mit ihren Zulieferern über die reine Geschäftsbeziehung hinaus ergibt. 43 Landwirte waren der Meinung, dass die Zusammenarbeit mit den Zulieferern sich tendenziell positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres landwirtschaftlichen Betriebes auswirkt. Als Form der Zusammenarbeit nannten alle 60 Betriebsleiter (91 %) den Austausch von Informationen oder Beratungen. Darüber hinaus gaben 29 Betriebsleiter (44 %) an, mit Zulieferern gemeinsame Projekte, z.B. Versuche durchzuführen.

Abnehmer

Die am häufigsten genannten Abnehmer der Ackerbaubetriebe sind der private Landhandel und der Viehhandel. Molkereien als Abnehmer wurden von 31 Betriebsleitern genannt. Für mehr als ein Drittel der Betriebe zählen auch Energieversorger zu den Abnehmern. Diese Betriebe betreiben offensichtlich Solar- oder Biogasanlagen. Nur sechs Betriebsleiter gaben an, auch an Verarbeiter zu liefern: Teile ihrer Erzeugnisse werden z.B. in einer Stärkefabrik oder in einer Zuckerrübenfabrik verarbeitet.

Direktvermarktung spielt für die Mehrzahl der untersuchten Betriebe keine Rolle: Lediglich vier Betriebe vermarkten direkt an Endverbraucher. Darüber hinaus gab es Einzelnennungen wie die Gastronomie oder Eivermarkter. Diese Angaben sind unter „Sonstige“ zusammengefasst.

In Übersicht 5.6 sind die am häufigsten genannten Abnehmer der Ackerbaubetriebe zusammengefasst.

Übersicht 5.6: Abnehmer der Ackerbaubetriebe

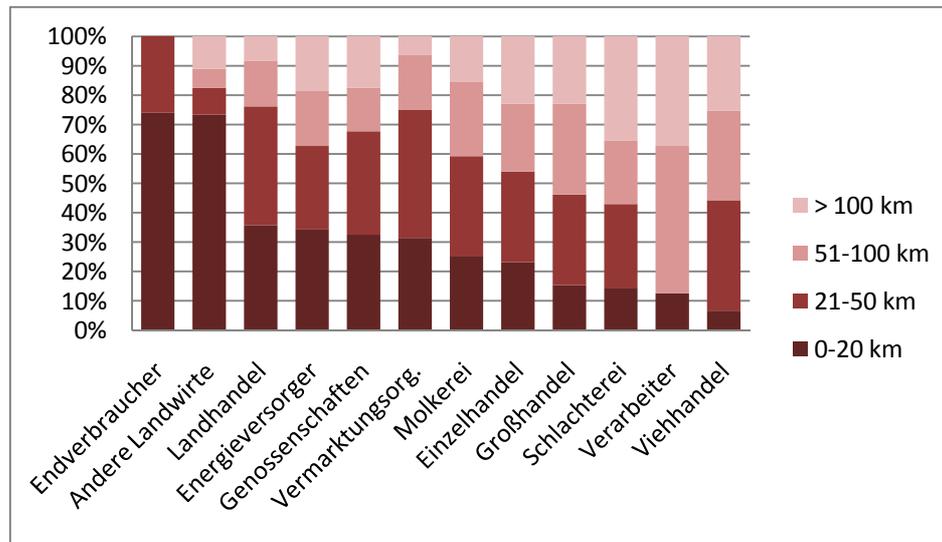
Abnehmer	Landwirte mit Kontakten zu Abnehmern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Abnehmer
Privater Landhandel	51	77,3	2,9
Viehhandel	44	66,7	2,2
Molkerei	31	47,0	1,0
Genossenschaften	26	39,4	1,3
Energieversorger	24	36,4	1,3
Schlachtereien	20	30,3	1,4
Andere Landwirte	15	22,7	3,0
Vermarktungsorganisation	10	15,2	1,6
Verarbeiter	6	9,1	1,4
Großhandel	6	9,1	2,2
Einzelhandel	5	7,6	2,6
Endverbraucher	4	6,1	28,8
Sonstige	9	13,6	

Quelle: Befragung Ackerbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=66
Frage: Vernetzung mit Abnehmern/Weiterverarbeitern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Abnehmer.

Die durchschnittliche Anzahl der jeweiligen Abnehmer pro Betrieb liegt zwischen einem und drei Abnehmern. Ausnahme bilden die Direktvermarkter: Sie gaben durchschnittlich 29 Endverbraucher als Kunden an, was auf einen geringen Umfang der Direktvermarktung hindeutet.

Abbildung 5.2 stellt die räumliche Entfernung der Betriebe zu ihren Abnehmern dar. Darin wird deutlich, dass nur ein geringer Anteil der Abnehmer in der unmittelbaren Region der jeweiligen Betriebe (Radius bis 20 km) angesiedelt ist. Lediglich die Endverbraucher und die Berufskollegen, die allerdings nur für einen geringen Teil der Befragten Abnehmer darstellen, befinden sich zum überwiegenden Teil in enger räumlicher Nähe zu den Betrieben. Unter den meisten Abnehmern befindet sich der überwiegende Teil in einer Entfernung von bis zu 50 km. Werden Erzeugnisse an den Großhandel, an Schlachtereien, Verarbeiter oder den Viehhandel abgegeben, so befindet sich die Mehrzahl der Abnehmer in einer Entfernung von mehr als 50 km zum jeweiligen landwirtschaftlichen Betrieb.

Abbildung 5.2: Entfernung der Abnehmer bei Ackerbaubetrieben



Quelle: Befragung Ackerbaubetriebe 2008

n=66

Frage: Vernetzung mit Abnehmern/Weiterverarbeitern - Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Die Betriebsleiter wurden nach der Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gegenüber ihren Abnehmern gefragt. In einer ausgesprochen guten Position sehen sie sich bei den Endverbrauchern. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stufen die Direktvermarkter ihre Verhandlungsposition gegenüber den Verbrauchern durchschnittlich mit 1,8 ein. In einer guten Verhandlungsposition sehen sich die Befragten auch gegenüber den Vermarktungsorganisationen (Durchschnittswert 2,1), dem privaten Landhandel (Durchschnittswert 2,5) und gegenüber den eigenen Berufskollegen (Durchschnittswert 2,6). Ausgesprochen schlechte Verhandlungspositionen haben die Befragten nach eigener Einschätzung gegenüber den Energieversorgern (Durchschnittswert 4,6) und gegenüber den Molkereien (Durchschnittswert 4,1).

Insgesamt 56 Befragte (85 %) machten Angaben zu einer Zusammenarbeit mit Abnehmern, die über die Lieferung von Waren hinausgeht: Bei 27 Landwirten kommt diese Form der Zusammenarbeit eher häufig vor, 29 Landwirte arbeiten eher selten mit Abnehmern zusammen. 55 Befragte äußerten sich zur Gestaltung dieser Zusammenarbeit. Danach geht es bei allen Betrieben um gegenseitigen Informationsaustausch und Beratung, 15 Betriebsleiter gaben darüber hinaus an, mit ihren Abnehmern konkrete Projekte in Form von z.B. Versuchen durchzuführen.

Dienstleister

Übersicht 5.7 zeigt die verschiedenen Dienstleister der Ackerbaubetriebe. Die am häufigsten genannten Dienstleister sind Steuerberater, Versicherungen, Lohnunternehmer, das Kreditwesen und Tierärzte. Zu diesen Dienstleistern stehen jeweils mehr als drei Viertel der Befragten in Kontakt.

Übersicht 5.7: Dienstleister der Ackerbaubetriebe

Dienstleister	Landwirte mit Kontakten zu Dienstleistern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Dienstleister
Steuerberater	59	89,4	1,0
Versicherungen	57	86,4	1,9
Lohnunternehmer	53	80,3	1,9
Kreditwesen	53	80,3	2,1
Tierarzt	51	77,3	1,3
Sonstige Beratung	42	63,6	1,5
Labore	32	48,5	1,7
Zuchtunternehmen	30	45,5	2,0
Besamungstechniker	25	37,9	1,1
Forschungsanstalten	23	34,8	1,7
Andere Landwirte	11	16,7	2,2
Gutachter	10	15,2	1,0
Maschinenringe	9	13,6	1,2

Quelle: Befragung Ackerbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=66
Frage: Vernetzung mit Dienstleistern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Dienstleister.

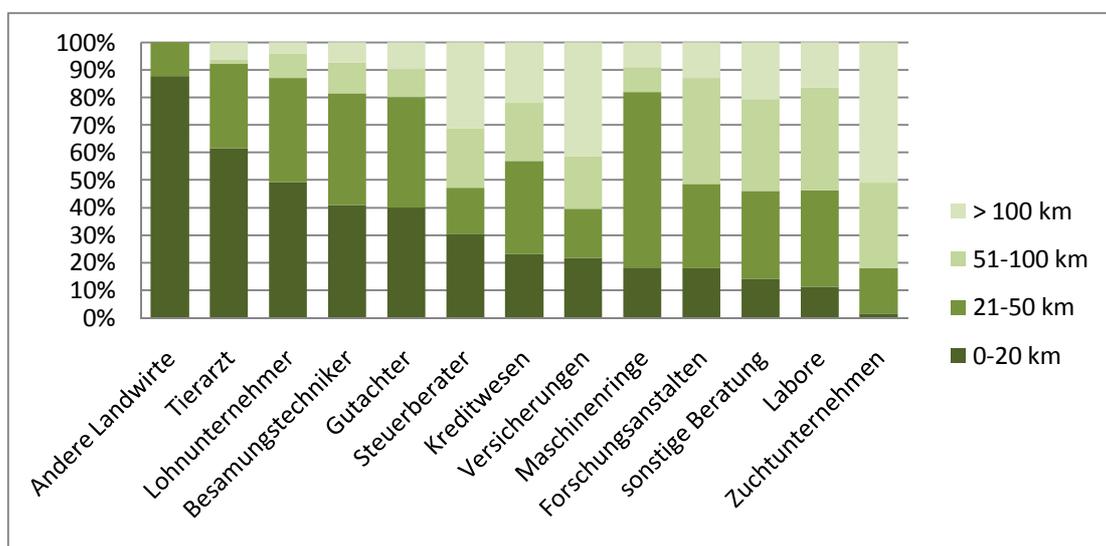
Dienstleister, auf die eher wenige Betriebe zurückgreifen, sind Berufskollegen, Gutachter, und Maschinenringe. Durchschnittlich nehmen die befragten Landwirte jeweils ein bis zwei der jeweiligen Dienstleister in Anspruch. Ausnahme bilden die Berufskollegen und das Kreditwesen: Hier liegt die Anzahl der Dienstleister pro Betrieb bei einem Wert von leicht über 2.

Abbildung 5.3 stellt die räumliche Entfernung zwischen den Ackerbaubetrieben und ihren Dienstleistern dar. Lediglich die Berufskollegen, die Dienstleistungen für die landwirtschaftlichen Betriebe ausführen, sowie die Tierärzte befinden sich zum überwiegenden Teil

in einer räumlichen Entfernung von bis zu 20 km. Lohnunternehmer, Besamungstechniker, Gutachter und Maschinenringe befinden sich zu 80 % oder mehr in einer räumlichen Entfernung von bis zu 50 km zu den jeweiligen Betrieben.

Insgesamt hat die überregionale Vernetzung der Ackerbaubetriebe in Mecklenburg-Vorpommern zu ihren Dienstleistern offensichtlich eine große Bedeutung. Auffällig ist z.B. die große Anzahl der Steuerberater, die aus einer Entfernung von mehr als 100 km für die Betriebe tätig sind. Zu den Zuchtunternehmen, zu denen immerhin etwa die Hälfte der Ackerbaubetriebe in Verbindung steht, beträgt die räumliche Entfernung in 50 % der Fälle mehr als 100 km.

Abbildung 5.3: Entfernung der Dienstleister bei Ackerbaubetrieben



Quelle: Befragung Ackerbaubetriebe 2008

n=66

Frage: Vernetzung mit Dienstleistern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Die Betriebsleiter wurden gebeten, die eigene Verhandlungsposition gegenüber ihren Dienstleistern anhand einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) einzustufen. Insgesamt sehen sie sich in einer eher guten Verhandlungsposition gegenüber ihren Dienstleistern. In der besten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den eigenen Berufskollegen (Wert 2,0), gefolgt von den Lohnunternehmern (Wert 2,3). In der schlechtesten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber Maschinenringen, Banken und Gutachtern. Hier wurden jeweils Durchschnittswerte von 3,0 bis 3,1 angegeben.

Gesellschaftliche Leistungen

Zum Abschluss der Befragung wurden die Landwirte nach der Erbringung gesellschaftlicher Leistungen gefragt. Im Ergebnis zeigt sich ein sehr hohes soziales Engagement der befragten Betriebsleiter in Mecklenburg-Vorpommern: Insgesamt 61 Landwirte (92 %), gaben an, gesellschaftliche Leistungen zu erbringen (Übersicht 5.8).

Die meisten Nennungen bezogen sich auf ehrenamtliche Tätigkeiten wie Vereinsarbeit oder Verbandsarbeit. 86 % aller Befragten bekleiden ein Ehrenamt. Knapp zwei Drittel der Befragten gaben an, Leistungen für Umwelt und Landschaft zu erbringen, dazu zählt z.B. die Pflege von Bäumen, Wegen, Gehölzen oder Gewässerrändern. Insgesamt 30 Landwirte erbringen landeskulturelle Leistungen, indem sie z.B. historische Gebäude unterhalten oder sich an der Ausrichtung von Festen oder kulturellen Veranstaltungen beteiligen.

Übersicht 5.8: Gesellschaftliche Leistungen der Ackerbaubetriebe

Gesellschaftliche Leistungen	Landwirte	
	Anzahl	in Prozent
Ehrenamt	57	86,4
Leistungen für Umwelt und Landschaft	42	63,6
Landeskulturelle Leistungen	30	45,5

Quelle: Befragung Ackerbaubetriebe 2008 n=66
Frage: Erbringen Sie neben ihrer landwirtschaftlichen Tätigkeit gesellschaftliche Leistungen? (Mehrfachnennungen möglich)

5.2.3.2 Befragungsergebnisse Modellregion Veredlung

Die schriftliche Befragung in der Modellregion Veredlung fand im Oktober/November 2008 statt. In den ausgewählten Landkreisen (Osnabrück, Oldenburg, Vechta, Cloppenburg, Emsland, Grafschaft Bentheim) des Weser-Ems-Gebietes konnten insgesamt 110 Ausbildungsbetriebe in die Befragung einbezogen werden. Zuvor waren 352 Betriebsleiter angeschrieben worden, die Rücklaufquote lag damit bei 31 %.

Den überwiegenden Teil der in die Untersuchung einbezogenen Betriebe bilden Veredlungsbetriebe und Gemischtbetriebe mit Veredlung und Ackerbau. Daneben sind auch Betriebe einbezogen, die in größerem Umfang Futterbau betreiben. Die in die Befragung einbezogenen Betriebe der Modellregion Veredlung werden nachfolgend zusammenfassend als „Veredlungsbetriebe“ bezeichnet.

Betriebliche Daten

Die durchschnittlich bewirtschaftete Fläche der Veredlungsbetriebe beträgt rund 100 ha. Zehn der 110 Veredlungsbetriebe wirtschaften ausschließlich auf eigenen Flächen, 100 Betriebe haben Flächen in einer Größenordnung von durchschnittlich 50 ha zugepachtet. Die Pachtflächen werden im Schnitt von sieben Verpächtern zugepachtet. Übersicht 5.9 stellt den Anteil der Betriebe mit Tierhaltung dar. Zusätzlich ist die durchschnittliche Anzahl der Stallplätze angeführt.

Insgesamt 105 Betriebsleiter machten Angaben zu ihrer Tierhaltung. In insgesamt 77 der betreffenden Betriebe (73 %) werden Schweine gehalten, darunter befinden sich 66 Betriebe mit Mastschweinen. Durchschnittlich stehen für die Schweinehaltung rund 1.850 Stallplätze pro Betrieb zur Verfügung. Diese Zahlen verdeutlichen den hohen Stellenwert der Schweinezucht bzw. -mast im Weser-Ems-Gebiet.

Übersicht 5.9: Tierhaltung der Veredlungsbetriebe

Tierhaltungszweig	Betriebe mit Tierhaltung		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl Stallplätze
Schweine	77	73,3	1.847
Rinder	57	54,3	197
Geflügel	15	14,3	32.005

Quelle: Befragung Veredlungsbetriebe 2008 n=105
Wortlaut der Frage: „Welche und wie viele Tiere halten Sie?“

Des Weiteren werden in 57 Betrieben Rinder gehalten, dabei sind in der Rinderhaltung durchschnittlich knapp 200 Stallplätze vorhanden. Unter den Rinderhaltern befinden sich 42 Betriebe mit Milchkühen, die Anzahl der Milchkühe beträgt durchschnittlich 57 Tiere pro Halter. Insgesamt 15 Landwirte gaben an, Geflügel zu halten, dabei liegen durchschnittlich rund 32.000 Geflügelstallplätze vor.

Mehr als drei Viertel der Befragten machten Angaben zu ihrem jährlichen Umsatz. Die genannten Beträge schwankten zwischen 40.000 Euro und 4 Mio. Euro pro Jahr und zeigen damit eine große Spanne. Durchschnittlich erzielen die Betriebe nach Angaben der Betriebsleiter einen Jahresumsatz von 865.300 Euro.

Die untersuchten Betriebe wirtschaften durchschnittlich mit 1,7 ständigen Familienarbeitskräften in Vollzeit. In 51 der 110 Betriebe (46 %) arbeiten nach Angaben der Betriebsleiter zusätzlich Familienarbeitskräfte in Teilzeit mit. Zusätzlich gaben 17 Betriebsleiter (15 %) an, saisonal weitere Familienmitglieder im Betrieb einzusetzen.

Insgesamt 88 Betriebe (80 %) beschäftigen darüber hinaus Fremdarbeitskräfte in Vollzeit oder in Teilzeit. Diese Arbeitskräfte stammen überwiegend aus der eigenen Region (Entfernung bis zu 20 km). Zusätzlich werden in 22 Betrieben (20 %) Saisonarbeitskräfte eingesetzt, auch die saisonalen Fremd-Arbeitskräfte stammen überwiegend aus der eigenen Region.

Vernetzung der landwirtschaftlichen Betriebe

107 der befragten Betriebsleiter in der Modellregion Veredlung äußerten sich zu Kontakten mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben ihrer Region (Übersicht 5.10).

Die Übersicht verdeutlicht, dass nahezu alle befragten Betriebsleiter mit anderen Landwirten in der Region allgemeine Informationen austauschen. Auch zu konkreten Fragestellungen tauschen viele Landwirte Informationen mit Berufskollegen aus. Rund 70 % der Befragten gaben an, mit anderen Landwirten z.B. in Form einer gemeinsamen Nutzung von Maschinen oder Lagern zusammenzuarbeiten. Insgesamt 61 % der Betriebe tauschen Wirtschaftsdünger mit Berufskollegen. Mehr als die Hälfte der Landwirte stehen über Mitgliedschaften in Erzeugergemeinschaften in Kontakt zu anderen Landwirten. Etwa die Hälfte der Betriebsleiter tauscht Flächen mit anderen Landwirten. Tierhaltungskooperationen betreiben 15 % der Betriebsleiter. Die unter „Sonstiges“ zusammengefassten Nennungen beziehen sich beispielsweise auf die Mitgliedschaft in Arbeitskreisen oder auf gemeinsame Betriebsmitteleinkäufe mit anderen Landwirten.

Übersicht 5.10: Kontakte der Betriebsleiter (Veredlung) zu Berufskollegen

Art der Kontakte	Anzahl der Nennungen	
	absolut	in Prozent
Allgemeiner Informationsaustausch	103	96,3
Zusammenarbeit (z.B. gemeinsame Nutzung von Maschinen, Lagern)	76	71,0
Konkreter, wirtschaftlich wichtiger Informationsaustausch	69	64,5
Austausch von Wirtschaftsdünger	65	60,8
Erzeugergemeinschaft	58	54,2
Flächentausch (z.B. für Gemüse oder Kartoffeln)	53	49,5
Tierhaltungskooperation	16	15,0
Sonstiges	12	10,9

Quelle: Befragung Veredlungsbetriebe 2008 n=107

Wortlaut der Frage: Stehen Sie mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben Ihrer Region in Kontakt? Falls „Ja“: Welche Kontakte treffen zu? (Mehrfachnennungen)

Als wichtige Vereine/Organisationen mit besonderer Bedeutung für den eigenen Betrieb benannten die Betriebsleiter in einer offenen Fragestellung in absteigender Rangfolge Beratungsringe, den Niedersächsischen Landvolkverband, Erzeugergemeinschaften, die Landwirtschaftskammer sowie Bezugs- und Absatzgenossenschaften.

Fachzeitschriften stellen für die Betriebe eine wichtige Informationsquelle dar. Alle Befragten nutzen Fachzeitschriften, um sich Informationen für den Betrieb zu beschaffen, 83 % sogar

häufig, die restlichen gelegentlich. Weitere wichtige Informationsquellen stellen die landwirtschaftlichen Berater dar, gefolgt von Zulieferern und Abnehmern der Betriebe. Bis auf eine Ausnahme gaben darüber hinaus alle Betriebsleiter an, Informationen für ihren Betrieb bei Berufskollegen einzuholen, davon etwa ein Drittel häufig und zwei Drittel gelegentlich. Auch die Informationsbeschaffung über das Internet hat Bedeutung: 86 % der Landwirte beziehen Informationen für ihren Betrieb über das Internet, die meisten von ihnen nutzen diese Art der Informationsbeschaffung jedoch nur gelegentlich.

Zulieferer

Übersicht 5.11 stellt die am häufigsten genannten Zulieferer der Veredlungsbetriebe im Weser-Ems-Gebiet dar. Eine besondere Bedeutung kommt - gemessen an der Anzahl der Nennungen - den Landmaschinenhändlern, Bezugs- und Absatzgenossenschaften, Betriebsstoffhändlern, den privaten Landhändlern sowie den Stalleinrichtern zu. Mit Landmaschinenhändlern stehen sogar über 97 % der Befragten in Kontakt. Zulieferer wie Energieanlagenbauer und Brütereien spielen nur für einen geringen Teil der Befragten eine Rolle.

Übersicht 5.11: Zulieferer der Veredlungsbetriebe

Zulieferer	Landwirte mit Kontakten zu Zulieferern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Zulieferer
Landmaschinen/Reparatur	107	97,3	2,0
Genossenschaften	98	89,1	1,4
Betriebsstoffhändler	97	88,2	1,5
Privater Landhandel	85	77,3	2,0
Stalleinrichter	84	76,4	2,1
Futtermittel	70	63,6	2,3
Andere Landwirte	69	62,7	6,3
Saatgut/Pflanzgut	65	59,1	1,8
Energieanlagenbauer	23	20,9	1,4
Brütereien	11	10,0	1,4
Sonstige	10	9,1	1,0

Quelle: Befragung Veredlungsbetriebe 2008

Mehrfachnennungen, n=110

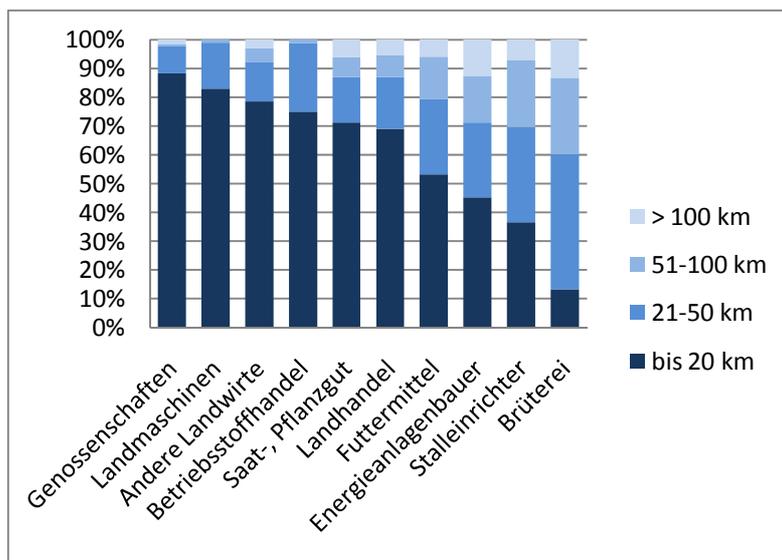
Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Zulieferer.

Die Befragten greifen überwiegend auf ein bis zwei Zulieferer aus den jeweiligen Bereichen zurück. Das deutet insgesamt auf eine enge Bindung zum vorgelagerten Bereich. Eine

Ausnahme stellen andere Landwirte als Zulieferer der Betriebe dar. Betriebe, die von anderen landwirtschaftlichen Betrieben beliefert werden, haben durchschnittlich mehr als sechs verschiedene Landwirte als Zulieferer.

Die räumliche Entfernung zu den verschiedenen Zulieferern der Veredlungsbetriebe ist in Abbildung 5.4 dargestellt. Auffällig ist dabei die vorwiegend regionale Orientierung in Bezug auf die Vorleister. Die Bezugs- und Absatzgenossenschaften und die Landmaschinenhändler befinden sich sogar zu mehr als 80 % im näheren Umfeld (Radius bis zu 20 km) der Betriebe. Mit Ausnahme der Energieanlagenbauer, der Stalleinrichter und der Brütereien befinden sich mehr als die Hälfte der jeweiligen Zulieferer in einer räumlichen Entfernung von bis zu 20 km. Die durchschnittlich größte Distanz zu Zulieferern der landwirtschaftlichen Betriebe besteht zu den Brütereien: 40 % der Brütereien sind weiter als 50 km von den jeweiligen Betrieben entfernt.

Abbildung 5.4: Entfernung der Zulieferer bei Veredlungsbetrieben



Quelle: Befragung Veredlungsbetriebe 2008 n=110

Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Die Betriebsleiter wurden zusätzlich nach der Häufigkeit der Kontakte zu ihren Zulieferern befragt. Die häufigsten Kontakte wurden bei Berufskollegen und Bezugs- und Absatzgenossenschaften mit durchschnittlich jeweils knapp 40 Kontakten pro Jahr angegeben, gefolgt von privaten Landhändlern und Futtermühlen mit durchschnittlich jeweils knapp 30 Kontakten pro Jahr.

Weiterhin wurden die Betriebsleiter nach der Einschätzung ihrer Verhandlungsposition gegenüber ihren Zulieferern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sahen sie sich gegenüber den eigenen Berufskollegen. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stuften sie ihre Verhandlungsposition gegenüber anderen Landwirten durch-

schnittlich bei 2,4 ein. Auch gegenüber Futtermühlen (Durchschnittswert 2,6) sowie gegenüber Bezugs- und Absatzgenossenschaften und privaten Landhändlern (Durchschnittswerte jeweils 2,7) sehen sich die Befragten in einer eher guten Verhandlungsposition. Die schlechteste Verhandlungsposition haben die Befragten nach eigener Einschätzung gegenüber den Brütereien (Durchschnittswert 3,6) und gegenüber den Betriebsstoffhändlern (Durchschnittswert 3,4).

In der Befragung wurde auch auf Formen der Zusammenarbeit mit Zulieferern eingegangen, die über den Einkauf von Waren hinausgeht. Die Befragten wurden gebeten, anhand einer Skala von 1 (= häufig) bis 6 (= selten) einzuschätzen, wie oft sich eine solche Zusammenarbeit ergibt. 90 % der Befragten gaben dazu eine Einschätzung ab. Von diesen Landwirten vergaben insgesamt zwei Drittel Werte von 1, 2 oder 3 und machten damit deutlich, dass die Kontakte zu den Zulieferern für die meisten Landwirte über die reine Abnehmer-Zulieferer-Beziehung hinausgehen. Nur 6 % der Landwirte gaben an, dass eine solche Zusammenarbeit selten (Wert 6), stattfindet.

Knapp drei Viertel der Befragten waren darüber hinaus der Meinung, dass die Zusammenarbeit mit den Zulieferern sich tendenziell positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres landwirtschaftlichen Betriebes auswirkt. Als Form der Zusammenarbeit nannten 94 Befragte (85 %) den Austausch von Informationen. Darüber hinaus gaben 40 Betriebsleiter (36 %) an, mit Zulieferern gemeinsame Projekte, z.B. Versuche durchzuführen.

Abnehmer

Übersicht 5.12 stellt die am häufigsten genannten Abnehmer der Veredlungsbetriebe dar.

An erster Stelle steht dabei der Viehhandel, der für mehr als zwei Drittel der befragten Betriebsleiter zu den Abnehmern zählt. Auch die Bezugs- und Absatzgenossenschaften und der private Landhandel sind für mehr als die Hälfte der Befragten Abnehmer. Jeder zehnte der befragten Landwirte im Weser-Ems-Gebiet vermarktet Erzeugnisse direkt an den Lebensmitteleinzelhandel, neun Befragte vermarkten nach eigenen Angaben direkt an Endverbraucher. Abnehmer, die nur von einzelnen Landwirten genannt wurden, sind z.B. Großmarkt, Gastronomie und Eivermarkter. Diese Abnehmer sind unter „Sonstige“ zusammengefasst.

Durchschnittlich stehen die befragten Betriebsleiter in Kontakt zu einem oder zu zwei der jeweiligen Abnehmer, was auf eine enge Bindung zum nachgelagerten Bereich hindeutet. Eine Ausnahme bilden die Direktvermarkter, die durchschnittlich rund 350 Endverbraucher als Abnehmer haben.

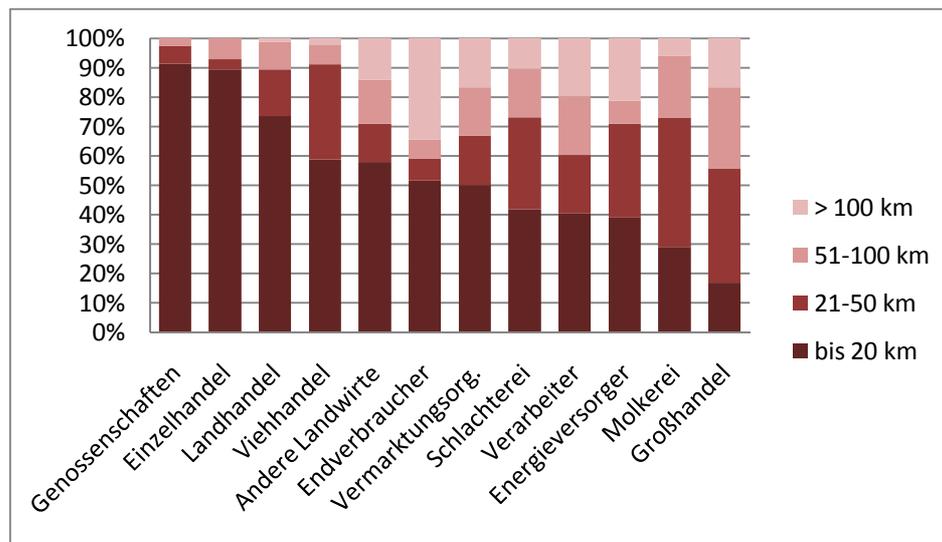
Übersicht 5.12: Abnehmer der Veredlungsbetriebe

Abnehmer	Landwirte mit Kontakten zu Abnehmern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Abnehmer
Viehhandel	75	68,2	1,4
Genossenschaften	70	63,6	1,2
Privater Landhandel	59	53,6	1,6
Energieversorger	46	41,8	1,1
Molkerei	43	39,1	1,1
Andere Landwirte	41	37,2	4,8
Schlachtereie	36	32,7	1,3
Vermarktungsorganisation	15	13,6	1,2
Einzelhandel	11	10,0	2,6
Endverbraucher	9	8,1	353
Großhandel	7	6,4	2,6
Verarbeiter	6	5,5	1,7
Sonstige	16	14,6	2,7

Quelle: Befragung Veredlungsbetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=110
Frage: Vernetzung mit Abnehmern/Weiterverarbeitern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Abnehmer.

Abbildung 5.5 stellt die räumliche Entfernung der Betriebe zu ihren Abnehmern dar. Auch hier zeigt sich, dass sich die Abnehmer hauptsächlich in der unmittelbaren Region (Radius bis 20 km) befinden. Dies trifft insbesondere für die Bezugs- und Absatzgenossenschaften, den Einzelhandel sowie den privaten Landhandel als Abnehmer zu. Jeweils mehr als 70 % dieser Abnehmer sind in einer Entfernung von bis zu 20 km zu den jeweiligen Betrieben angesiedelt. Unter den Molkereien und dem Großhandel als Abnehmer der befragten Betriebe befindet sich jeweils ein großer Teil in Entfernungen von 21 bis 50 km zu den Betrieben.

Abbildung 5.5: Entfernung der Abnehmer bei Veredlungsbetrieben



Quelle: Befragung Veredlungsbetriebe 2008

n=110

Frage: Vernetzung mit Abnehmern/Weiterverarbeitern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Die Betriebsleiter wurden nach der Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gegenüber ihren Abnehmern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den Endverbrauchern und gegenüber den eigenen Berufskollegen. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stufen sie ihre Verhandlungsposition gegenüber den Verbrauchern durchschnittlich bei 1,8 und gegenüber anderen Landwirten durchschnittlich bei 2,3 ein. Die schlechteste Verhandlungsposition haben die Befragten nach eigener Einschätzung gegenüber den Energieversorgern (z.B. Stromabnahme von Biogasanlagen) und den Verarbeitern (Durchschnittswerte 4,6), gegenüber den Molkereien (Durchschnittswert 4,3) und gegenüber dem Großmarkt (Durchschnittswert 4,0).

Insgesamt 87 Landwirte (79 %) machten Angaben zu einer Zusammenarbeit mit Abnehmern, die über die Lieferung von Waren hinausgeht: Bei 44 Landwirten kommt diese Form der Zusammenarbeit eher häufig vor, 43 Landwirte arbeiten eher selten mit Abnehmern zusammen. In den überwiegenden Fällen geht es dabei um Informationsaustausch und Beratungen, 18 Landwirte führen auch gemeinsame Projekte mit ihren Abnehmern durch.

Dienstleister

Übersicht 5.13 zeigt die verschiedenen Dienstleister der Veredlungsbetriebe im Weser-Ems-Gebiet. Die am häufigsten genannten Dienstleister sind Steuerberater, Tierärzte, Lohnunternehmer, Versicherungen und das Kreditwesen. Dienstleister, auf die eher wenige Betriebe zurückgreifen, sind Gutachter, Forschungsanstalten sowie Berufskollegen.

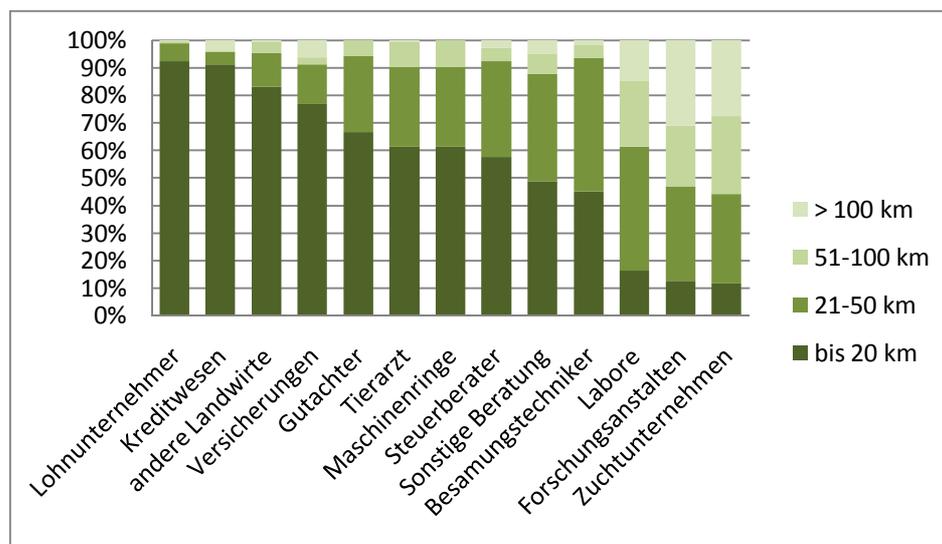
Übersicht 5.13: Dienstleister der Veredlungsbetriebe

Dienstleister	Landwirte mit Kontakten zu Dienstleistern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Dienstleister
Steuerberater	109	99,1	1,1
Tierarzt	106	96,4	1,3
Lohnunternehmer	106	96,4	1,8
Versicherungen	105	95,5	2,1
Kreditwesen	102	92,7	1,5
sonstige Beratung	76	69,1	1,6
Zuchtunternehmen	71	64,5	1,2
Besamungstechniker	56	50,9	1,1
Labore	47	42,7	1,4
Maschinenringe	40	36,4	1,0
Andere Landwirte	27	24,5	6,6
Forschungsanstalten	22	20,0	1,5
Gutachter	13	11,8	1,4

Quelle: Befragung Veredlungsbetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=110
Frage: Vernetzung mit Dienstleistern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Dienstleister.

Durchschnittlich nehmen die befragten Landwirte jeweils ein bis zwei Dienstleister aus den jeweiligen Bereichen in Anspruch. Eine Ausnahme bilden die Berufskollegen: Landwirte, die Dienstleistungen ihrer Berufskollegen in Anspruch nehmen, stehen durchschnittlich in Kontakt zu knapp sieben Landwirten. Größtenteils nutzen die Landwirte Leistungen solcher Dienstleister, die sich in räumlicher Nähe zu ihrem Betrieb befinden (Abbildung 5.6). Dies trifft insbesondere für die Lohnunternehmer, Banken und anderen Landwirte als Dienstleister zu. Insbesondere zu Laboren, Forschungsanstalten und Zuchtunternehmen bestehen auch Kontakte mit räumlichen Entfernungen von mehr als 50 km.

Abbildung 5.6: Entfernung der Dienstleister bei Veredlungsbetrieben



Quelle: Befragung Veredlungsbetriebe 2008

n=110

Frage: Vernetzung mit Dienstleistern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Auch in Bezug auf ihre Dienstleister wurden die Betriebsleiter um eine Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gefragt. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stuften sie ihre Verhandlungsposition gegenüber ihren Dienstleistern durchschnittlich im Mittel bei Werten zwischen 2,4 und 3,0 ein. Ausnahme bilden die Gutachter und Labore, denen gegenüber die Landwirte ihre Verhandlungsposition bei Werten von 3,5 bzw. 3,6 und damit deutlich schlechter einschätzten.

Gesellschaftliche Leistungen

Zum Abschluss der Befragung wurden die Landwirte nach ihrem persönlichen gesellschaftlichen Engagement gefragt. Im Ergebnis zeigt sich ein hohes soziales Engagement der Betriebsleiter im Weser-Ems-Gebiet: Insgesamt 93 Landwirte (85 %), gaben an, gesellschaftliche Leistungen zu erbringen (Übersicht 5.14).

Übersicht 5.14: Gesellschaftliche Leistungen der Veredlungsbetriebe

Gesellschaftliche Leistungen	Landwirte	
	Anzahl	in Prozent
Ehrenamt	92	83,6
Leistungen für Umwelt und Landschaft	29	26,4
Landeskulturelle Leistungen	19	17,3

Quelle: Befragung Veredlungsbetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=110

Frage: Erbringen Sie neben ihrer landwirtschaftlichen Tätigkeit gesellschaftliche Leistungen?

Die meisten Nennungen bezogen sich auf ehrenamtliche Tätigkeiten wie Vereinsarbeit oder Verbandsarbeit. Mehr als ein Viertel der Befragten gab an, Leistungen für Umwelt und Landschaft zu erbringen, dazu zählt z.B. die Pflege von Bäumen, Wegen, Gehölzen oder Gewässerrändern. Insgesamt 19 Landwirte erbringen landeskulturelle Leistungen, indem sie z.B. historische Gebäude unterhalten oder sich an der Ausrichtung von Festen oder kulturellen Veranstaltungen beteiligen.

5.2.3.3 Befragungsergebnisse Modellregion Milchproduktion

Die schriftliche Befragung in der Modellregion Milchproduktion fand im August 2008 statt. Für die Untersuchung waren die bayerischen Landkreise Lindau (Bodensee), Unterallgäu, Oberallgäu, Ostallgäu, Weilheim-Schongau, Miesbach, Ebersberg, Rosenheim, Traunstein, Mühldorf a. Inn, Altötting und Berchtesgadener Land ausgewählt worden. Hier wurden insgesamt 227 Ausbildungsbetriebe angeschrieben, von denen 56 Betriebsleiter einen ausgefüllten Fragebogen zurücksandten. Die Rücklaufquote lag damit bei 25 %.

Von der Betriebsform her sind 52 der 56 in die Untersuchung einbezogenen Betriebe Futterbaubetriebe, drei Betriebsleiter bezeichneten ihren Betrieb als Gemischtbetrieb, ein Betriebsleiter gab an, einen Veredlungsbetrieb mit Schweinehaltung und Rindermast zu bewirtschaften. Die Betriebe in der Modellregion Milchproduktion werden nachfolgend als „Milchviehbetriebe“ bezeichnet.

Betriebliche Daten

Die durchschnittliche bewirtschaftete Fläche der Milchviehbetriebe beträgt 61 ha. Lediglich drei Betriebe bewirtschaften mehr als 100 ha. Insgesamt 50 der 56 Milchviehbetriebe (89 %) bewirtschaften auch gepachtete Flächen, im Durchschnitt haben sie Flächen in einer Größenordnung von 28 ha zugepachtet. Bei diesen Betrieben ist durchschnittlich knapp die Hälfte der bewirtschafteten Fläche Pachtland. Die zugepachteten Flächen verteilen sich im Schnitt auf fünf Verpächter.

Übersicht 5.15 stellt den Anteil der Betriebe mit Tierhaltung dar. Zusätzlich ist die durchschnittliche Anzahl der vorhandenen Stallplätze angeführt. Zur Frage nach der Tierhaltung machte einer der Betriebsleiter keine Angaben. Die übrigen 55 Betriebe halten ausnahmslos Rinder, fast alle halten auch Milchvieh. Das unterstreicht die wirtschaftliche Bedeutung der Milchproduktion für die Landwirtschaft in der Region. In den Milchviehbetrieben werden durchschnittlich 57 Milchkühe gehalten.

Übersicht 5.15: Tierhaltung der Milchviehbetriebe

Tierhaltungszweig	Betriebe mit Tierhaltung		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl Stallplätze
Schweine	9	16,4	186
Rinder	55	100,0	124
davon Milchkühe	53	96,4	57
Geflügel	6	10,9	600 ¹⁾

Quelle: Befragung Milchviehbetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=55
 Wortlaut der Frage: Welche und wie viele Tiere halten Sie?

¹⁾ Die Angaben reichten von 13 bis 3.000

In neun Betrieben werden zusätzlich Schweine gehalten, allerdings in eher kleineren Beständen: Nur drei Betriebe halten 250 oder mehr Tiere. Die Schweinehaltung stellt damit keinen wirtschaftlich wesentlichen Betriebszweig der Milchviehbetriebe dar. Weiterhin gaben sechs Betriebsleiter an, Geflügel zu halten, darunter befinden sich allerdings lediglich drei Betriebe mit mehr als 100 Tieren.

42 der 56 Betriebsleiter (75 % der Befragten) machten Angaben zu ihrem jährlichen Umsatz. Die genannten Beträge schwanken zwischen 70.000 Euro und 500.000 Euro pro Jahr. Durchschnittlich erzielen die Betriebe nach Angaben der Betriebsleiter einen Jahresumsatz von knapp 235.000 Euro je Betrieb.

Die untersuchten Betriebe wirtschaften durchschnittlich mit 1,5 ständigen Familienarbeitskräften in Vollzeit. In 30 der 56 Betriebe (54 %) arbeiten zusätzlich weitere Familienarbeitskräfte in Teilzeit mit. Darüber hinaus gaben neun Betriebsleiter (16 %) an, saisonal weitere Familienmitglieder im Betrieb einzusetzen.

Insgesamt 44 Betriebe (79 %) beschäftigen außerdem Fremdarbeitskräfte in Vollzeit oder in Teilzeit. Diese Fremdarbeitskräfte stammen überwiegend aus der eigenen Region (Entfernung bis zu 20 km). In neun Betrieben werden saisonal bei Arbeitsspitzen in geringem Umfang zusätzliche Fremd-Arbeitskräfte eingesetzt. Die saisonalen Arbeitskräfte stammen ebenfalls größtenteils aus der eigenen Region, nur zwei Betriebe setzen Saisonarbeitskräfte ein, die nicht aus der Region stammen.

Vernetzung der landwirtschaftlichen Betriebe

Insgesamt 55 Betriebsleiter der Milchviehbetriebe äußerten sich zu Kontakten mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben ihrer Region (Übersicht 5.16).

Übersicht 5.16: Kontakte der Betriebsleiter (Milchproduktion) zu Berufskollegen

Art der Kontakte	Anzahl der Nennungen	
	absolut	in Prozent
Allgemeiner Informationsaustausch	54	98,2
Zusammenarbeit (z.B. gemeinsame Nutzung von Maschinen, Lagern)	53	96,4
Konkreter, wirtschaftlich wichtiger Informationsaustausch	43	78,2
Erzeugergemeinschaft	42	76,4
Austausch Wirtschaftsdünger	10	18,2
Flächentausch	6	10,9
Tierhaltungskooperationen	3	5,5

Quelle: Befragung Milchviehbetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=55
 Wortlaut der Frage: Stehen Sie mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben Ihrer Region in Kontakt? Falls „Ja“: Welche Kontakte treffen zu?

Die Übersicht verdeutlicht, dass die Betriebsleiter der Milchviehbetriebe in engem Kontakt zu ihren Berufskollegen stehen. Fast alle Befragten tauschen allgemeine Informationen mit anderen Landwirten der Region aus und arbeiten mit anderen Landwirten zusammen, z.B. in Form einer gemeinsamen Nutzung von Maschinen. Jeweils mehr als drei Viertel der Befragten tauschen wirtschaftlich wichtige Informationen mit Berufskollegen aus bzw. sind Mitglied in einer Erzeugergemeinschaft.

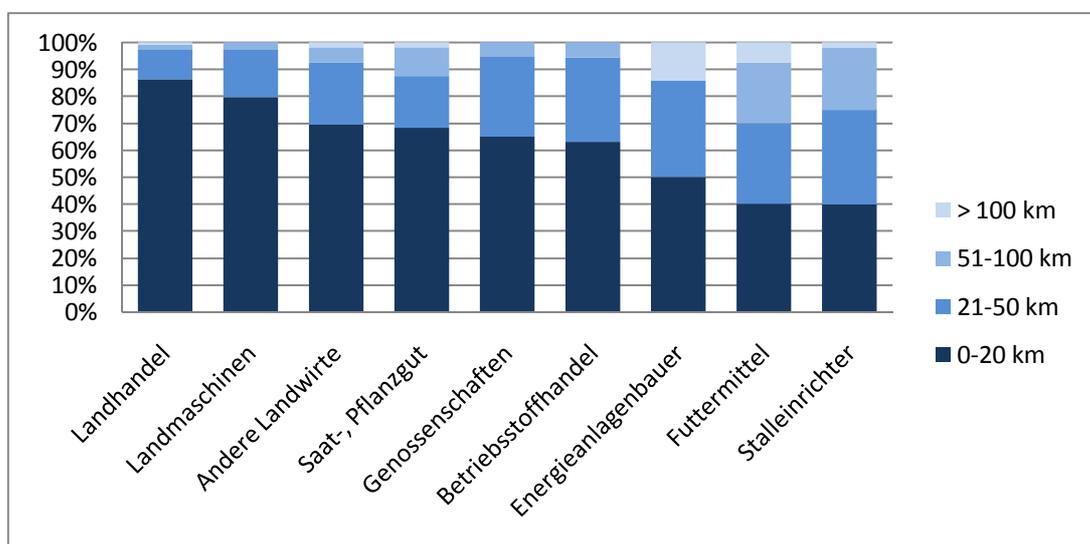
Fachzeitschriften stellen für die Milchviehbetriebe die wichtigste Informationsquelle dar. Alle Befragten gaben an, sich auf diesem Weg Informationen für ihren landwirtschaftlichen Betrieb zu beschaffen, 47 Betriebsleiter (84 %) greifen nach eigenen Angaben sogar häufig auf Informationen aus Fachzeitschriften zurück, neun Betriebsleiter (16 %) gelegentlich. Eine weitere wichtige Informationsquelle ist das Internet: 24 Befragte (43 %) informieren sich häufig, 28 Befragte (50 %) informieren sich gelegentlich über das Internet. Auch Berufskollegen, die jeweiligen Marktpartner und die landwirtschaftliche Beratung stellen wichtige Informationsquellen für die Betriebe dar. Nach Angaben der Befragten findet ein Austausch mit anderen Landwirten und den Marktpartnern häufiger statt als mit der Beratung.

Die Betriebsleiter der Milchviehbetriebe benannten in einer offenen Fragestellung Vereine/Organisationen mit besonderer Bedeutung für den eigenen Betrieb. Nach der Häufigkeit der Nennungen ergibt sich dabei folgende Rangfolge:

die geringe durchschnittliche Anzahl an jeweiligen Zulieferern auf eine enge Bindung zum vorgelagerten Bereich hin.

Abbildung 5.7 stellt die räumliche Entfernung der verschiedenen Zulieferer der Milchviehbetriebe dar. Insgesamt befindet sich die Mehrheit der Zulieferer im näheren Umfeld (Radius bis zu 20 km) der Betriebe. Landmaschinenhändler und privater Landhandel liegen jeweils zu mehr als 75 % in einer Entfernung von bis zu 20 km zu den einzelnen Betrieben. Unter den Energieanlagenbauern, Futtermittelherstellern und Stalleinrichtern befinden sich weniger als die Hälfte der Zulieferer in einer Entfernungskategorie von bis zu 50 km zu den jeweiligen landwirtschaftlichen Betrieben.

Abbildung 5.7: Entfernung der Zulieferer bei Milchviehbetrieben



Quelle: Befragung Milchviehbetriebe 2008

n=56

Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern - Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Die häufigsten Kontakte bestehen nach Aussage der Befragten zum privaten Landhandel und zu anderen Landwirten mit jährlich mehr als 15 Kontakten zu den jeweiligen einzelnen Unternehmen. Auch zu den einzelnen Landmaschinenhändlern und zu den Futtermittellieferanten gibt es durchschnittlich mindestens 10 Kontakte pro Jahr. Zu den Bezugs- und Absatzgenossenschaften bestehen durchschnittlich neun Kontakte pro Jahr.

Außerdem wurden die Betriebsleiter nach der Einschätzung ihrer Verhandlungsposition gegenüber ihren Zulieferern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den eigenen Berufskollegen. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stufen sie ihre Verhandlungsposition gegenüber anderen Landwirten durchschnittlich bei 2,3 ein. In einer eher guten Verhandlungsposition sehen sich die Befragten auch gegenüber dem privaten Landhandel (Wert 2,8). In einer schwachen Verhandlungsposition fühlten sich die Befragten gegenüber dem Betriebsstoffhandel (Wert 3,5) sowie den Saat- und Pflanzgutlieferanten (Wert 3,6).

In der Befragung wurde auch auf Formen der Zusammenarbeit mit Zulieferern eingegangen, die über den Einkauf von Waren hinausgeht. Die Befragten wurden gebeten, anhand einer Skala von 1 (= häufig) bis 6 (= selten) einzuschätzen, wie oft sich eine solche Zusammenarbeit ergibt. 48 Betriebsleiter gaben dazu eine Einschätzung ab, im Durchschnitt wurde ein Wert von 3,7 angegeben, der darauf hindeutet, dass eine solche Zusammenarbeit insgesamt eher selten stattfindet. Gleichwohl vergaben 25 Landwirte einen Wert von 1, 2 oder 3 und wiesen damit auf eine tendenziell häufige Zusammenarbeit mit ihren Zulieferern hin.

Als Form der Zusammenarbeit nannten 44 Befragte (79 %) den Austausch von Informationen. 15 Betriebsleiter (27 %) gaben an, mit ihren Zulieferern gemeinsame Projekte, z.B. Versuche durchzuführen. Die Auswirkungen dieser Zusammenarbeit auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres Betriebes schätzen die Befragten überwiegend positiv ein.

Abnehmer

Die Abnehmer der Milchviehbetriebe sind in Übersicht 5.18 zusammengefasst.

Übersicht 5.18: Abnehmer der Milchviehbetriebe

Abnehmer	Landwirte mit Kontakten zu Abnehmern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Abnehmer
Molkerei	50	89,3	1,0
Viehhandel	43	76,8	1,5
Schlachtereie	41	73,2	1,4
Andere Landwirte	22	39,3	4,6
Privater Landhandel	21	37,5	1,7
Genossenschaften	21	37,5	1,6
Energieversorger	18	32,1	1,1
Vermarktungsorganisation	10	17,9	1,5
Endverbraucher	10	17,9	99,3
Einzelhandel	7	12,5	2,0
Gastronomie/Tourismus	5	8,9	13,6
Großhandel	4	7,1	1,3

Quelle: Befragung Milchviehbetriebe 2008

Mehrfachnennungen, n = 56

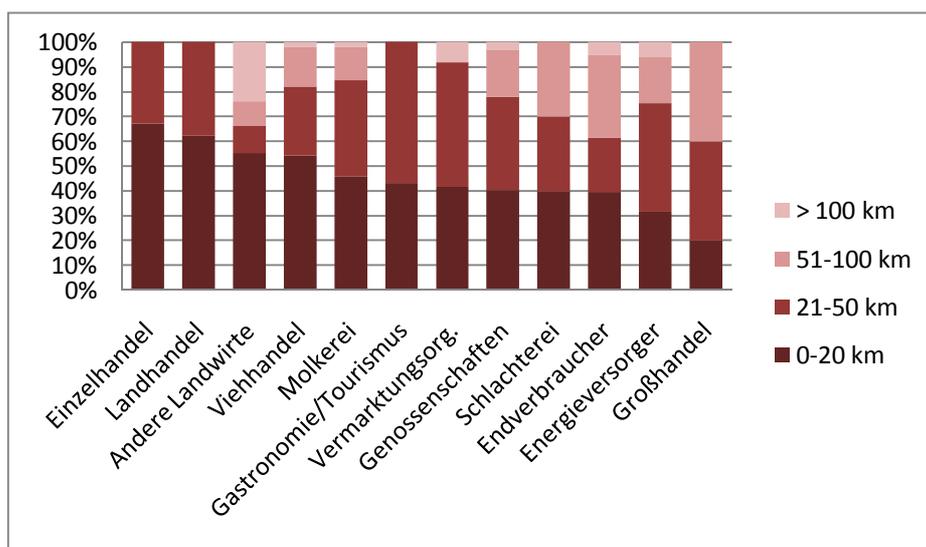
Frage: Vernetzung mit Abnehmern/Weiterverarbeitern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Abnehmer.

Am häufigsten wurden die Molkereien genannt, sie zählen für fast 90 % der Befragten zu den Abnehmern. Diese Angaben unterstreichen die Bedeutung der Milchwirtschaft für die Region. Weitere häufig genannte Abnehmer sind der Viehhandel (77 %) und die Schlachtereien (73 %). Die übrigen angeführten Abnehmer wurden jeweils von weniger als der Hälfte der Betriebsleiter genannt. Insgesamt zehn Betriebe vermarkten Erzeugnisse direkt an Endverbraucher. Mit einer Ausnahme beliefern alle diese Betriebe zusätzlich auch die Gastronomie und/oder den Einzelhandel.

Durchschnittlich haben die Befragten in den meisten Fällen Kontakte zu ein bis zwei der jeweiligen Abnehmer. Mehrere Abnehmer sind es bei den Berufskollegen, bei der Gastronomie und insbesondere bei den Endverbrauchern. Die zehn Direktvermarkter gaben durchschnittlich knapp 100 Kunden als Abnehmer an.

Abbildung 5.8 stellt die räumliche Entfernung der Milchviehbetriebe zu ihren Abnehmern dar. Es wird deutlich, dass sich insgesamt ein großer Teil der jeweiligen Abnehmer in der näheren Region (Radius bis 20 km) zu den jeweiligen Betrieben befindet, dass allerdings auch ein großer Teil der Abnehmer 20 bis 50 km weit entfernt zu den Betrieben liegt. Abnehmer auf Seiten des Einzelhandels, des privaten Landhandels sowie der Gastronomie befinden sich ausnahmslos in einer Entfernung von bis zu 50 km zu den jeweiligen landwirtschaftlichen Betrieben. Die in Übersicht 5.18 häufig genannten Abnehmer Molkerei und Viehhandel befinden sich für mehr als 80 % der Befragten in einer räumlichen Entfernung von bis zu 50 km. Die Schlachthöfe, die ebenfalls häufig als Abnehmer genannt wurden, befinden sich für knapp 70 % der Betriebe in einer Entfernung von bis zu 50 km.

Abbildung 5.8: Entfernung der Abnehmer bei Milchviehbetrieben



Quelle: Befragung Milchviehbetriebe 2008

n=53

Frage: Vernetzung mit Abnehmern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Die Betriebsleiter wurden nach der Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gegenüber ihren Abnehmern gefragt. Insgesamt 53 Landwirte gaben dazu eine Einschätzung ab. In einer guten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den eigenen Berufskollegen und gegenüber den Endverbrauchern. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stufen sie ihre Verhandlungsposition gegenüber diesen beiden Abnehmergruppen bei 2,0 ein. In der schlechtesten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den Energieversorgern (Durchschnittswert 4,5). Auch gegenüber den Molkereien (Durchschnittswert 3,9), den Bezugs- und Absatzgenossenschaften (Durchschnittswert 3,7) und den Schlachtereien (Durchschnittswert 3,6) sehen sie sich in einer eher schwachen Position.

Insgesamt 47 Betriebsleiter (84 %) machten Angaben zu einer Zusammenarbeit mit Abnehmern, die über die Lieferung von Waren hinausgeht: Auf einer Skala von 1 (= häufig) bis 6 (= selten) gaben die Landwirte an, wie oft sich eine solche Zusammenarbeit ergibt. Keiner der Befragten gab den Wert 1 an, lediglich vier Befragte nannten den Wert 2. Der Durchschnittswert der Angaben beträgt 4,5 und deutet darauf hin, dass die Betriebsleiter der Milchviehbetriebe insgesamt eher selten eine solche Zusammenarbeit mit ihren Abnehmern eingehen. In den überwiegenden Fällen (41 Nennungen) geht es dabei um Informationsaustausch und Beratungen, lediglich drei Landwirte führen auch gemeinsame Projekte mit ihren Abnehmern durch.

Dienstleister

Übersicht 5.19 zeigt die verschiedenen Dienstleister der Milchviehbetriebe. Insgesamt nutzen die Befragten ein breites Spektrum an Dienstleistungen, die sich beispielsweise auf Produktionstechnik, Betriebswirtschaft oder Qualitätsprüfung beziehen. Die am häufigsten genannten Dienstleister sind Tierärzte, Maschinenringe, Steuerberater sowie das Kreditwesen. Die Tierärzte werden von allen Befragten in Anspruch genommen. Jeweils mehr als 90 % der Betriebe nutzen die Dienstleistungen von Maschinenringen, Steuerberatern und dem Kreditwesen. Immerhin 17 Betriebe (30 %) nutzen die Dienstleistungen anderer Landwirte. Zu Forschungsanstalten und Gutachtern stehen nur wenige Landwirte in Kontakt.

In der Regel steht jeder Milchviehbetrieb mit ein bis zwei der jeweiligen aufgelisteten Dienstleister in Kontakt, was auf eine enge Bindung hindeutet. Etwas höher liegt die Anzahl, wenn die Berufskollegen als Dienstleister in Anspruch genommen werden.

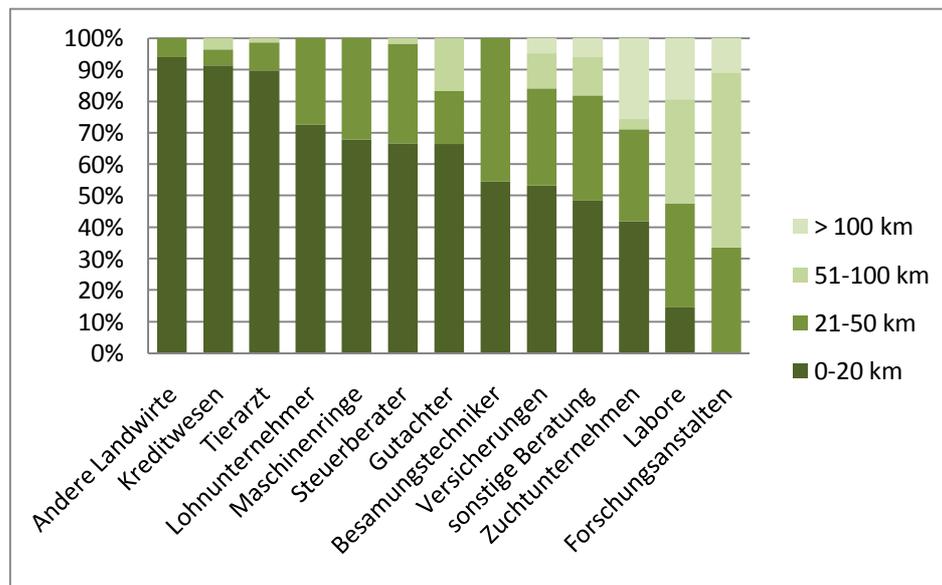
Übersicht 5.19: Dienstleister der Milchviehbetriebe

Dienstleister	Landwirte mit Kontakten zu Dienstleistern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Dienstleister
Tierarzt	56	100,0	1,4
Maschinenringe	54	96,4	1,1
Steuerberater	53	94,6	1,0
Kreditwesen	51	91,1	1,4
Versicherungen	50	89,3	1,9
Lohnunternehmer	48	85,7	2,1
Besamungstechniker	35	62,5	1,2
Zuchtunternehmen	30	53,6	1,3
Sonstige Beratung	23	41,1	1,6
Labore	20	35,7	1,2
Andere Landwirte	17	30,4	3,3
Forschungsanstalten	7	12,5	1,3
Gutachter	7	12,5	1,0

Quelle: Befragung Milchviehbetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=56
Frage: Vernetzung mit Dienstleistern - Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Dienstleister.

Größtenteils nehmen die Landwirte Leistungen von solchen Dienstleistern in Anspruch, die sich in räumlicher Nähe (Entfernung bis 20 km) zu ihrem Betrieb befinden (Abbildung 5.9). Das trifft insbesondere dann zu, wenn Dienstleistungen von anderen Landwirten, dem Kreditwesen und den Tierärzten in Anspruch genommen werden. Insgesamt bestehen nur wenige Verbindungen zu Dienstleistern, die sich in einer räumlichen Entfernung von mehr als 50 km zu den jeweiligen Betrieben befinden. Ausnahmen bilden spezialisierte Unternehmen wie Zuchtunternehmen, Labore und Forschungsanstalten. Diese Dienstleister werden auch dann in Anspruch genommen, wenn sie weiter entfernt zu den Betrieben gelegen sind. Die Forschungsanstalten befinden sich sogar zu fast 70 % in einer Entfernung von mehr als 50 km zu den jeweiligen Betrieben.

Abbildung 5.9: Entfernung der Dienstleister bei Milchviehbetrieben



Quelle: Befragung Milchviehbetriebe 2008

n=56

Frage: Vernetzung mit Dienstleistern - Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Auch die Kontakthäufigkeit zu den Dienstleistern wurde erfragt. Danach pflegen die Milchviehbetriebe die durchschnittlich häufigsten Kontakte pro Jahr zu Besamungstechnikern ($\bar{\varnothing}$ 72 Kontakte pro Jahr) und zu Tierärzten ($\bar{\varnothing}$ 46 Kontakte pro Jahr). Die wenigsten Kontakte bestehen zu Gutachtern ($\bar{\varnothing}$ 4 Kontakte pro Jahr) und Steuerberatern ($\bar{\varnothing}$ 6 Kontakte pro Jahr).

Die Betriebsleiter wurden nach der Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gegenüber ihren verschiedenen Dienstleistern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den eigenen Berufskollegen und gegenüber Gutachtern. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stufen sie ihre Verhandlungsposition gegenüber den anderen Landwirten durchschnittlich bei 2,5 und gegenüber Gutachtern bei 2,3 ein. Auch gegenüber den Versicherungen und Banken sehen sie sich in einer eher guten Verhandlungsposition, gegenüber diesen Dienstleistern wurden Werte von durchschnittlich 2,7 angegeben. In einer eher schlechten Verhandlungsposition sehen sich die Befragten gegenüber den Tierärzten. Hier stufen sie sich jeweils durchschnittlich bei 3,5 ein.

Gesellschaftliche Leistungen

Zum Abschluss der Befragung wurden die Landwirte nach der Erbringung gesellschaftlicher Leistungen gefragt. Im Ergebnis zeigt sich ein sehr hohes soziales Engagement der Betriebsleiter in der Modellregion Milchproduktion. Insgesamt 51 Landwirte (91 %) äußerten sich zu gesellschaftlichen Leistungen, die sie neben ihrer landwirtschaftlichen Tätigkeit erbringen (Übersicht 5.20). Fast alle dieser Landwirte gaben an, ehrenamtlich tätig zu sein, z.B. in Form von Vereinsarbeit oder Verbandsarbeit. Darüber hinaus gab ein Drittel der

Befragten an, landeskulturelle Leistungen zu erbringen, z.B. durch den Erhalt historischer Gebäude oder die Beteiligung an Festen oder kulturellen Veranstaltungen. Auch das Thema Fremdenverkehr wurde in diesem Zusammenhang angesprochen. Weiterhin gaben 30 % der Befragten an, Leistungen für Umwelt und Landschaft zu erbringen, z.B. durch die Pflege von Bäumen, Wegen, Gehölzen oder Gewässerrändern.

Übersicht 5.20: Gesellschaftliche Leistungen der Milchviehbetriebe

Gesellschaftliche Leistungen	Landwirte	
	Anzahl	in Prozent
Ehrenamt	50	89,3
Landeskulturelle Leistungen	19	33,9
Leistungen für Umwelt und Landschaft	17	30,4

Quelle: Befragung Milchviehbetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=56
Frage: Erbringen Sie neben ihrer landwirtschaftlichen Tätigkeit gesellschaftliche Leistungen?

5.2.3.4 Befragungsergebnisse Modellregion Gartenbau

Die Befragung in der Modellregion Gartenbau wurde im August 2008 durchgeführt. Für die Untersuchung waren 229 Gartenbaubetriebe im Regierungsbezirk Düsseldorf in Nordrhein-Westfalen angeschrieben worden. 34 Fragebögen wurden ausgefüllt zurückgesandt, die Rücklaufquote lag damit bei 15 % und ist als niedrig einzustufen.

Der Gartenbau wird in die Bereiche Zierpflanzen-, Obst- und Gemüsebau sowie Baumschulen differenziert. 28 der 34 in die Untersuchung einbezogenen Betriebe sind nach Angaben der Betriebsleiter dem Zierpflanzenbau zuzuordnen, jeweils drei Betriebsleiter bewirtschaften einen Baumschul- bzw. einen Gemüsebaubetrieb. Die in die Befragung einbezogenen Betriebe der Modellregion Gartenbaubau werden nachfolgend als „Gartenbaubetriebe“ bezeichnet.

Betriebliche Daten

Die in die Untersuchung einbezogenen Gartenbaubetriebe bewirtschaften im Durchschnitt eine Fläche von 5,3 ha. Dabei verfügen die Zierpflanzenbetriebe über eine durchschnittliche Flächenausstattung von 3,3 ha, die Baumschulbetriebe über eine Fläche von durchschnittlich 14,0 ha und die Gemüsebaubetriebe über eine Fläche von durchschnittlich 16,3 ha. Insgesamt gaben lediglich drei Betriebsleiter an, zehn oder mehr Hektar zu bewirtschaften.

Tierhaltung spielt für die Gartenbaubetriebe überhaupt keine Rolle. Lediglich ein Betrieb hat 400 Geflügelplätze.

30 der 34 Betriebsleiter und damit fast 90 % der Befragten machten Angaben zu ihrem jährlichen Umsatz. Im Durchschnitt wird nach Angaben der Betriebsleiter ein Jahresumsatz von mehr als 930.000 Euro je Betrieb erzielt. Die genannten Beträge weisen jedoch eine große Spanne auf, die Angaben zum Jahresumsatz schwanken zwischen 75.000 Euro und 3,5 Mio. Euro pro Jahr.

In den Gartenbaubetrieben sind durchschnittlich 1,8 Familienarbeitskräfte in Vollzeit beschäftigt. In 18 der 34 Betriebe (53 %) arbeiten zusätzlich Familienarbeitskräfte in Teilzeit mit. Darüber hinaus gaben acht Betriebsleiter (24 %) an, saisonal bei Arbeitsspitzen weitere Familienmitglieder im Betrieb einzusetzen.

Insgesamt 31 Betriebsleiter (91 %) gaben darüber hinaus an, zusätzlich Fremdarbeitskräfte in Vollzeit oder in Teilzeit zu beschäftigen. Durchschnittlich arbeiten in diesen Betrieben 6,4 familienfremde Vollzeit-Arbeitskräfte und 2,1 familienfremde Teilzeit-Arbeitskräfte mit. Die Fremdarbeitskräfte stammen überwiegend aus der eigenen Region (Entfernung bis zu 20 km).

Zusätzlich beschäftigen 24 Betriebe (71 %) durchschnittlich weitere 7,2 Saison- oder Aushilfskräfte; die Saisonarbeitskräfte stammen bei 18 dieser Betriebe größtenteils nicht aus der eigenen Region.

Vernetzung der landwirtschaftlichen Betriebe

Die befragten Betriebsleiter in der Modellregion Gartenbau äußerten sich zu Kontakten mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben ihrer Region (Übersicht 5.21).

Die Übersicht verdeutlicht, dass die Gartenbaubetriebe in engem Kontakt zu ihren Berufskollegen stehen. So tauschen bis auf eine Ausnahme alle befragten Betriebsleiter mit anderen Landwirten in der Region allgemeine Informationen aus. Auch zu konkreten Fragestellungen kontaktieren rund 60 % der Befragten ihre Berufskollegen. Etwa 40 % der Befragten gaben an, mit anderen Landwirten z.B. in Form einer gemeinsamen Nutzung von Maschinen oder Lagern zusammenzuarbeiten. Darüber hinaus ist fast jeder Dritte Mitglied in einer Erzeugergemeinschaft. Die unter „Sonstiges“ zusammengefassten Nennungen beziehen sich beispielsweise auf den Austausch von Wirtschaftsdüngern oder auf einen Flächentausch.

Übersicht 5.21: Kontakte der Betriebsleiter (Gartenbau) zu Berufskollegen

Art der Kontakte	Anzahl der Nennungen	
	absolut	in Prozent
Allgemeiner Informationsaustausch	33	97,1
Zusammenarbeit (z.B. gemeinsame Nutzung von Maschinen, Lagern)	14	41,2
Konkreter, wirtschaftlich wichtiger Informationsaustausch	21	61,8
Erzeugergemeinschaft	10	29,4
Sonstiges	9	26,5

Quelle: Befragung Gartenbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=34
 Frage: Stehen Sie mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben Ihrer Region in Kontakt?
 Falls „Ja“: Welche Kontakte treffen zu?

Fachzeitschriften stellen für die Gartenbaubetriebe die wichtigste Informationsquelle dar. 31 der insgesamt 34 Befragten nutzen Fachzeitschriften, um sich Informationen für ihren Betrieb zu beschaffen, 27 sogar häufig, die restlichen gelegentlich. Weitere wichtige Informationsquellen stellen die Berufskollegen dar, die von 33 Befragten genannt wurden, 20 Befragte holen häufig Informationen bei Berufskollegen ein, 13 Befragte greifen gelegentlich darauf zurück. Die meisten Befragten gaben zusätzlich an, sich über die Beratung, bei Marktpartnern und im Internet Informationen für ihren Betrieb zu beschaffen, überwiegend nutzen sie diese Informationsquellen nach eigenen Angaben gelegentlich.

Die Betriebsleiter benannten in einer offenen Fragestellung wichtige Vereine/Organisationen mit besonderer Bedeutung für den eigenen Betrieb. Am häufigsten führten sie dabei in absteigender Reihenfolge den Landesverband Gartenbau Rheinland e.V., die Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen und das Unternehmen Landgard, eine Erzeuger- und Vermarktungsorganisation für Gartenbauprodukte, an.

Zulieferer

Übersicht 5.22 stellt die genannten Marktpartner auf Seiten der Zulieferer der befragten Gartenbaubetriebe im Regierungsbezirk Düsseldorf dar. Die am häufigsten genannten Zulieferer sind der Saat- und Pflanzgut- sowie der Landmaschinen- und der Betriebsstoffhandel gefolgt von Bezugs- und Absatzgenossenschaften. Auffällig ist, dass die Betriebe ihre Vorleistungen insgesamt von unterschiedlichen Zulieferern beziehen. Typische Zulieferer, die für (nahezu) alle Befragten Bedeutung haben, sind nur schwer auszumachen. Immerhin mehr als zwei Drittel der Befragten stehen zu Saat- und Pflanzguthändlern in Kontakt.

Dabei beziehen sie durchschnittlich Saat- und Pflanzgut von fast sechs unterschiedlichen Händlern und sind damit relativ breit aufgestellt. Die durchschnittliche Anzahl der übrigen Zulieferer liegt zwischen 1,3 und 3,6. Eine Ausnahme bilden die anderen Landwirte/Gartenbaubetriebe als Zulieferer. Werden Vorleistungen von den Berufskollegen bezogen, greifen die Betriebe im Durchschnitt auf knapp 23 andere Betriebe zurück.

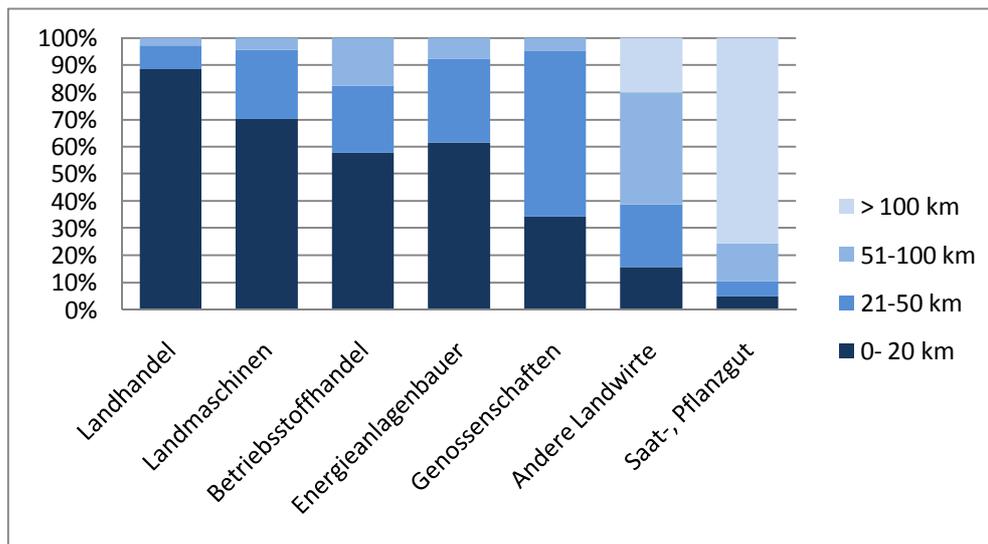
Übersicht 5.22: Zulieferer der Gartenbaubetriebe

Zulieferer	Landwirte mit Kontakten zu Zulieferern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Zulieferer
Saatgut/Pflanzgut	22	70,1	5,6
Landmaschinen/Reparatur	21	61,8	2,2
Betriebsstoffhändler	19	55,9	2,4
Genossenschaften	18	52,9	3,6
Privater Landhandel	14	41,2	2,4
Energieanlagenbauer	10	29,4	1,3
Andere Landwirte /Gartenbaubetriebe	9	26,5	22,7
Sonstige	5	14,7	

Quelle: Befragung Gartenbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=34
Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Zulieferer.

Abbildung 5.10 stellt die räumliche Entfernung der verschiedenen Zulieferer der Gartenbaubetriebe dar. Ein großer Teil der Zulieferer befindet sich im näheren Umfeld (bis zu 20 km) der Gartenbaubetriebe. Dies trifft insbesondere für den privaten Landhandel zu: 88 % der Zulieferer aus diesem Bereich befinden sich in einer Entfernung von bis zu 20 km zu den jeweiligen Betrieben. Auch die Landmaschinenhändler, Betriebsstoffhändler und Energieanlagenbauer, zu denen die Befragten in Kontakt stehen, sind zu mehr als 50 % in der näheren Region bis zu 20 km Entfernung angesiedelt. Sind andere Landwirte/Gartenbaubetriebe die Zulieferer der Betriebe, so ist der überwiegende Teil der Marktpartner in einer Entfernung von mehr als 50 km angesiedelt. Die Lieferanten von Saat- und Pflanzgut, zu denen die meisten der Befragten in Kontakt stehen, befinden sich überwiegend jeweils mehr als 100 km von den Betrieben entfernt.

Abbildung 5.10: Entfernung der Zulieferer bei Gartenbaubetrieben



Quelle: Befragung Gartenbaubetriebe 2008

n=34

Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern – Bitte die jeweilige Anzahl der Unternehmen je Entfernungskategorie eintragen.

Die Betriebsleiter wurden zusätzlich nach der Häufigkeit der Kontakte zu ihren Zulieferern gefragt. Die häufigsten Kontakte bestehen nach Angaben der Befragten zu den Bezugs- und Absatzgenossenschaften mit durchschnittlich rund 80 Kontakten pro Jahr. Einzelne Betriebe beziehen sogar täglich Waren. Betriebe, die den privaten Landhandel als Zulieferer nutzen, haben durchschnittlich 40 Kontakte pro Jahr zu den jeweiligen Landhändlern. Zu Saat- und Pflanzgutlieferanten, Landmaschinenhändlern und Berufskollegen als Zulieferern bestehen durchschnittlich immerhin etwa 15 Kontakte pro Jahr.

Weiterhin wurden die Betriebsleiter nach der Einschätzung ihrer Verhandlungsposition gegenüber ihren Zulieferern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den eigenen Berufskollegen. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stuften sie ihre Verhandlungsposition gegenüber anderen Landwirten/Gartenbauern durchschnittlich bei 2,3 ein. In einer eher guten Verhandlungsposition sehen sich die Befragten auch gegenüber den Energieanlagenbauern (Wert 2,4) und gegenüber dem privaten Landhandel (Wert 2,6). In einer eher schwachen Verhandlungsposition fühlen sich die Befragten gegenüber dem Betriebsstoffhandel (Wert 3,8) und gegenüber den Bezugs- und Absatzgenossenschaften (Wert 3,1).

In der Befragung wurde auch auf Formen der Zusammenarbeit mit Zulieferern eingegangen, die über den Einkauf von Waren hinausgeht. Die Befragten wurden gebeten, anhand einer Skala von 1 (= häufig) bis 6 (= selten) einzuschätzen, wie oft sich eine solche Zusammenarbeit ergibt. 32 der befragten 34 Betriebsleiter gaben dazu eine Einschätzung ab, die jedoch breit gestreut war und ein undifferenziertes Bild bot. Im Durchschnitt wurde ein

Wert von 3,6 angegeben. Als Form der Zusammenarbeit nannten 29 Befragte (85 %) den Austausch von Informationen. Neun Befragte (26 %) gaben darüber hinaus an, mit ihren Zulieferern gemeinsame Projekte, z.B. Versuche durchzuführen. Die Auswirkungen dieser Zusammenarbeit auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres Betriebes schätzen die Befragten unterschiedlich ein.

Abnehmer

Übersicht 5.23 stellt die genannten Abnehmer der Gartenbaubetriebe dar. Darin wird deutlich, dass die Betriebe unterschiedliche Schwerpunkte bei der Vermarktung ihrer Erzeugnisse setzen. Der am häufigsten genannte Abnehmer ist der Großhandel, knapp 60 % der Befragten liefern dorthin. Alle übrigen angeführten Abnehmer wurden von jeweils weniger als der Hälfte der Betriebsleiter genannt.

Übersicht 5.23: Abnehmer der Gartenbaubetriebe

Abnehmer	Landwirte mit Kontakten zu Abnehmern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Abnehmer
Großhandel	20	58,8	14,5
Genossenschaften	15	44,1	3,5
Vermarktungsorganisation	12	35,3	1,4
Einzelhandel	8	23,5	12,8
Endverbraucher	7	20,6	1245
Privater Landhandel	5	14,7	2,2
Andere Landwirte /Gartenbaubetriebe	6	17,6	30
Großmarkt	5	14,7	5,4
Gastronomie/Tourismus	2	5,9	6
Verarbeiter	1	2,9	1
Energieversorger	1	2,9	1

Quelle: Befragung Gartenbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n = 34
Frage: Vernetzung mit Abnehmern/Weiterverarbeitern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Abnehmer.

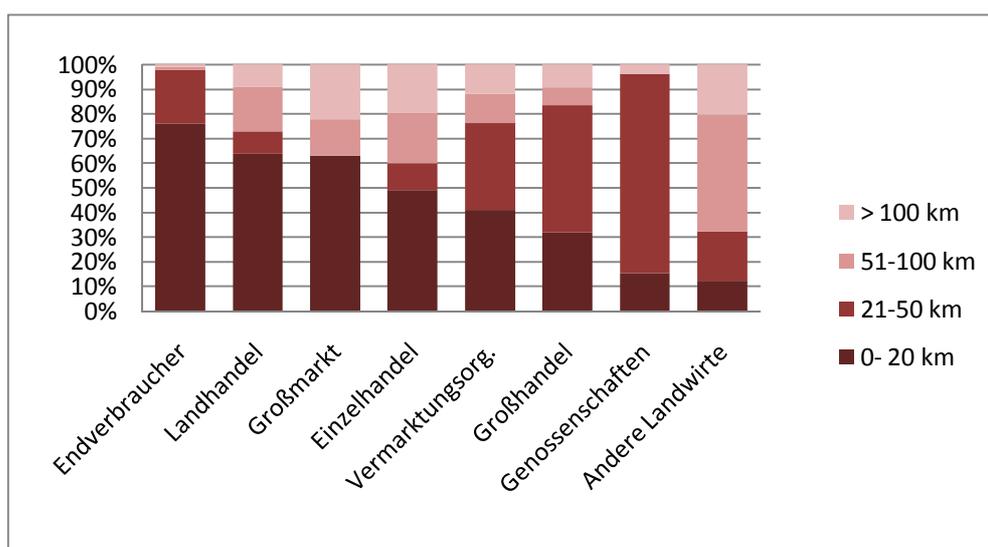
Jeweils mehr als ein Drittel der Befragten liefert Erzeugnisse an Bezugs- und Absatzgenossenschaften und an Vermarktungsorganisationen. Insgesamt acht Betriebe vermarkten direkt an den Einzelhandel, sieben Betriebe vermarkten direkt an

Endverbraucher, dabei dürfte es sich hauptsächlich um Betriebe mit angeschlossenem Verkaufsraum handeln. Lediglich ein Betriebsleiter zählt auch einen Energieversorger zu seinen Abnehmern.

Auch in der Vermarktung sind die Gartenbaubetriebe breit aufgestellt. So werden von Betrieben mit Beziehungen zum Großhandel durchschnittlich 14,5 verschiedene Großhändler beliefert, diejenigen, die an den Einzelhandel vermarkten, beliefern durchschnittlich knapp 13 verschiedene Einzelhändler. Noch größer ist die Zahl der belieferten Berufskollegen: Diejenigen, die an andere Landwirte/Gartenbaubetriebe liefern, haben in diesem Bereich durchschnittlich 30 Abnehmer. Die Gartenbaubetriebe, die direkt an Endverbraucher vermarkten, haben einen großen Kundenstamm, sie gaben durchschnittlich eine Anzahl von 1.245 Kunden an.

Die räumliche Entfernung der Betriebe zu ihren Abnehmern ist in Abbildung 5.11 dargestellt. Sind Endverbraucher, privater Landhandel und Großmarkt Abnehmer der Gartenbaubetriebe, so befinden sie sich überwiegend in der unmittelbaren Region (Radius bis 20 km) zu den jeweiligen Gartenbaubetrieben. Auf Seiten des privaten Landhandels und der Großmärkte befindet sich auch ein größerer Teil der Abnehmer in räumlicher Entfernung von mehr als 50 km zu den jeweiligen Gartenbaubetrieben. Unter den Großhändlern und insbesondere auch unter den Bezugs- und Absatzgenossenschaften befindet sich der überwiegende Teil der Abnehmer in einer Entfernung zwischen 21 und 50 Kilometern zu den Gartenbaubetrieben. Sind andere Landwirte /Gartenbaubetriebe die Abnehmer, bestehen in fast 70 % der Fälle Entfernungen von mehr als 50 km zu den Gartenbaubetrieben.

Abbildung 5.11: Entfernung der Abnehmer bei Gartenbaubetrieben



Quelle: Befragung Gartenbaubetriebe 2008

n=34

Frage: Vernetzung mit Abnehmern/Weiterverarbeitern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Auch die Häufigkeit der Kontakte zu den Abnehmern wurde erfragt. Im Ergebnis zeigt sich eine hohe Vermarktungs-/Vernetzungsintensität der Gartenbaubetriebe. Die durchschnittlich häufigsten Kontakte bestehen zu den Bezugs- und Absatzgenossenschaften. Diejenigen Betriebsleiter, die Erzeugnisse über Bezugs- und Absatzgenossenschaften absetzen, gaben durchschnittlich 179 jährliche Kontakte zu diesem Abnehmer an. Auch zu Vermarktungsorganisationen und zum privaten Landhandel treten die Befragten durchschnittlich deutlich mehr als 100mal pro Jahr in Kontakt. Diejenigen Betriebsleiter, die an den Großhandel liefern, gaben durchschnittlich 97 jährliche Kontakte zu diesem Marktpartner an.

Die Betriebsleiter wurden nach der Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gegenüber ihren Abnehmern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den Endverbrauchern. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stuften sie ihre Verhandlungsposition gegenüber Endverbrauchern durchschnittlich bei 1,8 ein. Die schlechteste Verhandlungsposition sehen sie gegenüber Großhandel, Bezugs- und Absatzgenossenschaften, Großmarkt und Vermarktungsorganisationen. Hier stuften sie ihre Verhandlungsposition bei Werten von 3 oder schlechter ein.

Insgesamt 30 Betriebsleiter (88 %) machten Angaben zu einer Zusammenarbeit mit Abnehmern, die über die Lieferung von Waren hinausgeht: Bei 17 Gartenbaubetrieben kommt diese Form der Zusammenarbeit eher häufig vor, 13 Landwirte arbeiten eher selten außerhalb der reinen Geschäftsbeziehung mit Abnehmern zusammen. Überwiegend geht es dabei um gegenseitigen Informationsaustausch und Beratungen, fünf Betriebsleiter führten auch gemeinsame Projekte an, die sie mit ihren Abnehmern durchführen.

Dienstleister

Übersicht 5.24 stellt die Dienstleister der Gartenbaubetriebe dar, zu denen die Befragten nähere Angaben gemacht haben. Insgesamt nutzen die Betriebsleiter ein breites Spektrum an Dienstleistungen, die beispielsweise betriebswirtschaftlichen, finanzwirtschaftlichen, produktionstechnischen oder wissenschaftlichen Bezug haben. Die am häufigsten genannten Dienstleister sind Steuerberater und Versicherungen, gefolgt vom Kreditwesen und der „sonstigen Beratung“. Knapp die Hälfte der Befragten nimmt sonstige Beratung in Anspruch. Mehr als ein Viertel der Befragten nutzt die Dienstleistungen von Forschungsanstalten.

Die durchschnittliche Anzahl der Dienstleister, deren Angebote die Befragten nutzen, ist auf ein bis zwei Unternehmen beschränkt. Ausnahme bilden die Versicherungen, hier nutzen die Gartenbaubetriebe Angebote von durchschnittlich drei Versicherern. Mit ihren Steuerberatern arbeiten die Betriebe eng zusammen, auf Seiten der Steuerberatung beschränken sich alle in die Untersuchung einbezogenen Gartenbaubetriebe auf ein Unternehmen.

Übersicht 5.24: Dienstleister der Gartenbaubetriebe

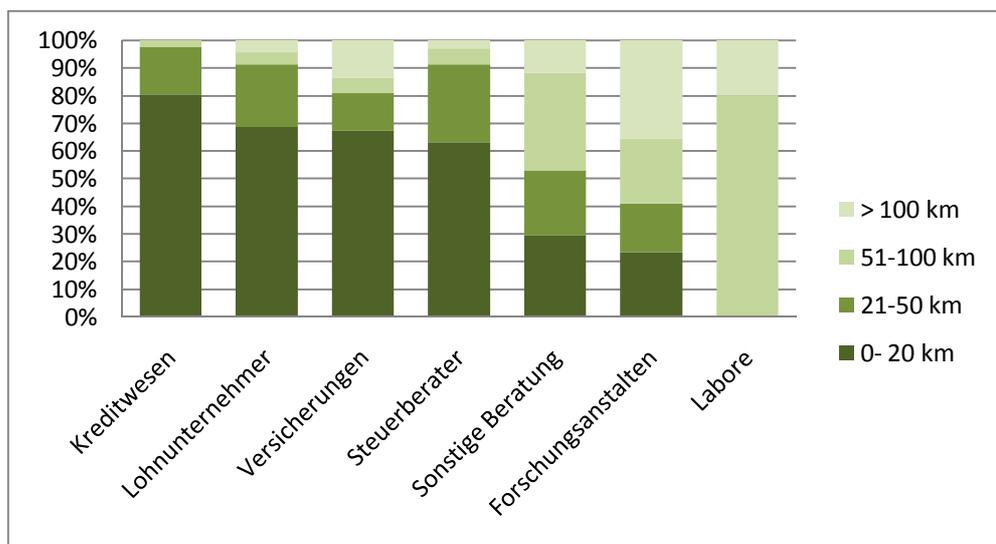
Dienstleister	Landwirte mit Kontakten zu Dienstleistern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Dienstleister
Steuerberater	31	91,2	1,0
Versicherungen	29	85,3	3,0
Kreditwesen	23	67,6	1,5
Sonstige Beratung	20	58,8	1,7
Lohnunternehmer	16	47,1	1,4
Forschungsanstalten	9	26,5	1,9
Labore	4	11,8	1,3
Zuchtunternehmen	2	5,9	4,0
Andere Landwirte	1	2,9	2,0
Gutachter	1	2,9	1,0

Quelle: Befragung Gartenbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n = 34
 Frage: Vernetzung mit Dienstleistern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Dienstleister.

Zum großen Teil nehmen die Betriebsleiter Leistungen von solchen Dienstleistern in Anspruch, die sich in räumlicher Nähe zu ihrem Betrieb befinden (Abbildung 5.12). Dies trifft insbesondere für das Kreditwesen, für Lohnunternehmer, Versicherungen und Steuerberater zu. Unter den Forschungsanstalten befindet sich mehr als die Hälfte der Dienstleister in einer räumlichen Entfernung von mehr als 50 km zu den jeweiligen Gartenbaubetrieben. Die Labore, die die Gartenbaubetriebe in Anspruch nehmen, befinden sich ausnahmslos in einer Entfernung von mehr als 50 km.

Auch die Häufigkeit der Kontakte zu den Dienstleistern wurde erfragt. Danach pflegen die Gartenbaubetriebe die durchschnittlich häufigsten Kontakte pro Jahr zu ihren Steuerberatern (Ø 22 Kontakte pro Jahr), zu Kreditinstituten und zur sonstigen Beratung (jeweils Ø 16 Kontakte pro Jahr). Zu Lohnunternehmern, Versicherungen und Forschungsanstalten bestehen nach Angaben der Betriebsleiter jeweils durchschnittlich zehn oder weniger Kontakte pro Jahr.

Abbildung 5.12: Entfernung der Dienstleister bei Gartenbaubetrieben



Quelle: Befragung Gartenbaubetriebe 2008 n=34

Frage: Vernetzung mit Dienstleistern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Die Betriebsleiter wurden nach der Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gegenüber den verschiedenen Dienstleistern gefragt. In einer guten Verhandlungsposition sehen sich die Befragten gegenüber den Lohnunternehmen und gegenüber der sonstigen Beratung. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stufen sie ihre Verhandlungsposition gegenüber diesen Geschäftspartnern jeweils durchschnittlich bei 2,4 ein. In der schwächsten Verhandlungsposition sahen sich die Betriebsleiter gegenüber den Kreditinstituten (Durchschnittswert 3,4).

Gesellschaftliche Leistungen

Zum Abschluss der Befragung wurden die Betriebsleiter der Gartenbaubetriebe nach der Erbringung gesellschaftlicher Leistungen gefragt. Im Ergebnis zeigt sich ein hohes soziales Engagement (Übersicht 5.25): Insgesamt 25 der 34 befragten Betriebsleiter (73,5 %), gaben an, gesellschaftliche Leistungen zu erbringen. Die meisten Nennungen beziehen sich auf ehrenamtliche Tätigkeiten wie Vereinsarbeit oder Verbandsarbeit. Knapp zwei Drittel der Befragten gaben an, ehrenamtlich tätig zu sein. Daneben gaben vier Befragte an, Leistungen für Umwelt und Landschaft zu erbringen, z.B. in Form einer Pflege von Bäumen, Wegen, Gehölzen oder Gewässerrändern. Zusätzlich erbringen fünf Befragte landeskulturelle Leistungen, indem sie z.B. historische Gebäude unterhalten oder sich an der Ausrichtung von Festen oder kulturellen Veranstaltungen beteiligen.

Übersicht 5.25: Gesellschaftliche Leistungen der Gartenbaubetriebe

Gesellschaftliche Leistungen	Landwirte	
	Anzahl	in Prozent
Ehrenamt	22	64,7
Leistungen für Umwelt und Landschaft	4	11,8
Landeskulturelle Leistungen	5	14,7

Quelle: Befragung Gartenbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=34
Frage: Erbringen Sie neben ihrer landwirtschaftlichen Tätigkeit gesellschaftliche Leistungen?

5.2.3.5 Befragungsergebnisse Modellregion Weinbau

Die schriftliche Befragung in der Modellregion Weinbau wurde im August 2008 durchgeführt. Für die Untersuchung waren die Landkreise Alzey-Worms und Mainz-Bingen in Rheinland-Pfalz ausgewählt worden. Hier wurden insgesamt 154 Ausbildungsbetriebe angeschrieben. Insgesamt 39 Fragebögen wurden ausgefüllt zurückgesandt, die Rücklaufquote lag damit bei 25 %.

35 der 39 in die Untersuchung einbezogenen Betriebsleiter bezeichneten ihren Betrieb als Weinbaubetrieb bzw. Dauerkulturbetrieb, vier Befragte gaben als Betriebsform einen Gemischtbetrieb mit Anbau von Dauerkulturen und Ackerbau an.

Die in die Befragung einbezogenen Betriebe der Modellregion Weinbau werden nachfolgend als „Weinbaubetriebe“ bezeichnet.

Betriebliche Daten

Die durchschnittlich bewirtschaftete Fläche der in die Untersuchung einbezogenen Weinbaubetriebe beträgt 20,9 ha. Der Betrieb mit der kleinsten Flächenausstattung bewirtschaftet 8 ha, der Betrieb mit der größten Flächenausstattung bewirtschaftet 60 ha. Lediglich ein Betrieb wirtschaftet ausschließlich auf eigenen Flächen. Bei den übrigen Betrieben ist durchschnittlich knapp die Hälfte der bewirtschafteten Fläche Pachtland. Im Durchschnitt werden die Flächen von 9,6 Verpächtern zugepachtet.

Tierhaltung spielt für die Weinbaubetriebe keine Rolle. Lediglich ein Betrieb hält acht Mastschweine, ein weiterer Betrieb hält einige Pferde.

32 der 39 Betriebsleiter (82 %) machten Angaben zu ihrem jährlichen Umsatz. Die genannten Beträge schwanken zwischen 50.000 Euro und 1,5 Mio. Euro pro Jahr und zeigen damit eine große Spanne. Durchschnittlich wird nach Angaben der Betriebsleiter ein Jahresumsatz von knapp 500.000 Euro je Betrieb erzielt.

Die untersuchten Betriebe wirtschaften durchschnittlich mit 2,2 ständigen Familienarbeitskräften in Vollzeit. In 16 der 39 Betriebe (41 %) arbeiten zusätzlich Familienarbeitskräfte in Teilzeit mit. Darüber hinaus gaben zehn Betriebsleiter (26 %) an, saisonal weitere Familienmitglieder im Betrieb einzusetzen.

Insgesamt 35 Betriebe (90 %) beschäftigen außerdem Fremdarbeitskräfte in Vollzeit oder in Teilzeit. Diese Fremdarbeitskräfte stammen überwiegend aus der eigenen Region (Entfernung bis zu 20 km). In 30 Betrieben (77 %) werden Saisonarbeitskräfte eingesetzt, durchschnittlich 5,1 saisonale Fremd-Arbeitskräfte. Die Saisonarbeitskräfte stammen bei 27 der 30 Betriebe größtenteils nicht aus der eigenen Region.

Vernetzung der landwirtschaftlichen Betriebe

Die befragten Betriebsleiter in der Modellregion Weinbau äußerten sich zu Kontakten mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben ihrer Region (Übersicht 5.26).

Übersicht 5.26: Kontakte der Betriebsleiter (Weinbau) zu Berufskollegen

Art der Kontakte	Anzahl der Nennungen	
	absolut	in Prozent
Allgemeiner Informationsaustausch	39	100,0
Zusammenarbeit (z.B. gemeinsame Nutzung von Maschinen, Lagern)	32	82,1
Konkreter, wirtschaftlich wichtiger Informationsaustausch	30	76,9
Erzeugergemeinschaft	10	25,6
Sonstiges	11	28,2

Quelle: Befragung Weinbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=39
 Frage: Stehen Sie mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben Ihrer Region in Kontakt?
 Falls „Ja“: Welche Kontakte treffen zu?

Die Übersicht verdeutlicht, dass die Weinbaubetriebe eng miteinander vernetzt sind. So tauschen alle befragten Betriebsleiter mit anderen Landwirten in der Region allgemeine Informationen aus. Auch zu konkreten Fragestellungen kontaktieren drei Viertel der Befragten ihre Berufskollegen. Mehr als 80 % der Befragten gaben an, mit anderen Landwirten z.B. in Form einer gemeinsamen Nutzung von Maschinen oder Lagern zusammenzuarbeiten. Etwa jeder Vierte ist Mitglied in einer Erzeugergemeinschaft. Die unter „Sonstiges“ zusammengefassten Nennungen beziehen sich beispielsweise auf einen Flächentausch oder auf gemeinsame Vermarktungsaktivitäten.

Fachzeitschriften stellen für die Weinbaubetriebe die wichtigste Informationsquelle dar. 38 der insgesamt 39 Befragten nutzen Fachzeitschriften, um sich Informationen für den Betrieb zu beschaffen; 32 sogar häufig, die restlichen gelegentlich. Weitere wichtige Informationsquellen stellen die Berufskollegen dar, die von 38 Befragten genannt wurden. Jeweils die Hälfte informiert sich häufig bzw. gelegentlich bei den Berufskollegen. Nach Angaben der Betriebsleiter werden auch Informationen über das Internet bezogen. Auffällig ist, dass das Internet offensichtlich häufiger als Informationsquelle genutzt wird als die landwirtschaftliche Beratung oder die Marktpartner.

Die Betriebsleiter benannten in einer offenen Fragestellung wichtige Vereine/Organisationen mit besonderer Bedeutung für den eigenen Betrieb. Dabei wurde am häufigsten das Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum Rheinland-Pfalz (DLR) genannt. In absteigender Rangfolge folgten die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, der Verein Rheinhessenwein e.V. sowie der Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz, die damit ebenfalls eine große Relevanz für die Weinbaubetriebe haben.

Zulieferer

Übersicht 5.27 stellt die am häufigsten genannten Marktpartner auf Seiten der Zulieferer der Weinbaubetriebe in Rheinland-Pfalz dar. Eine besondere Bedeutung kommt - gemessen an der Anzahl der Nennungen - den Landmaschinenhändlern, den Lieferanten von Keltereibedarf und dem privaten Landhandel zu. Mit Landmaschinenhändlern stehen bis auf eine Ausnahme sogar alle Betriebe in Kontakt. Flaschenhersteller wurden häufiger als Zulieferer genannt als Fassbinder. Immerhin knapp die Hälfte der Befragten nutzt auch Vorleistungen von Berufskollegen. Zulieferer wie Energieanlagenbauer spielen nur für einen geringen Teil der Befragten eine Rolle.

Die durchschnittliche Anzahl der jeweiligen Zulieferer liegt zwischen 1,2 und 2,4. Eine Ausnahme stellen andere Landwirte als Zulieferer der Betriebe dar. Betriebe, die von anderen landwirtschaftlichen Betrieben beliefert werden, haben im Mittel knapp 10 verschiedene Berufskollegen als Zulieferer. Insgesamt deutet die geringe durchschnittliche Anzahl an jeweiligen Zulieferern auf eine enge Bindung zum vorgelagerten Bereich.

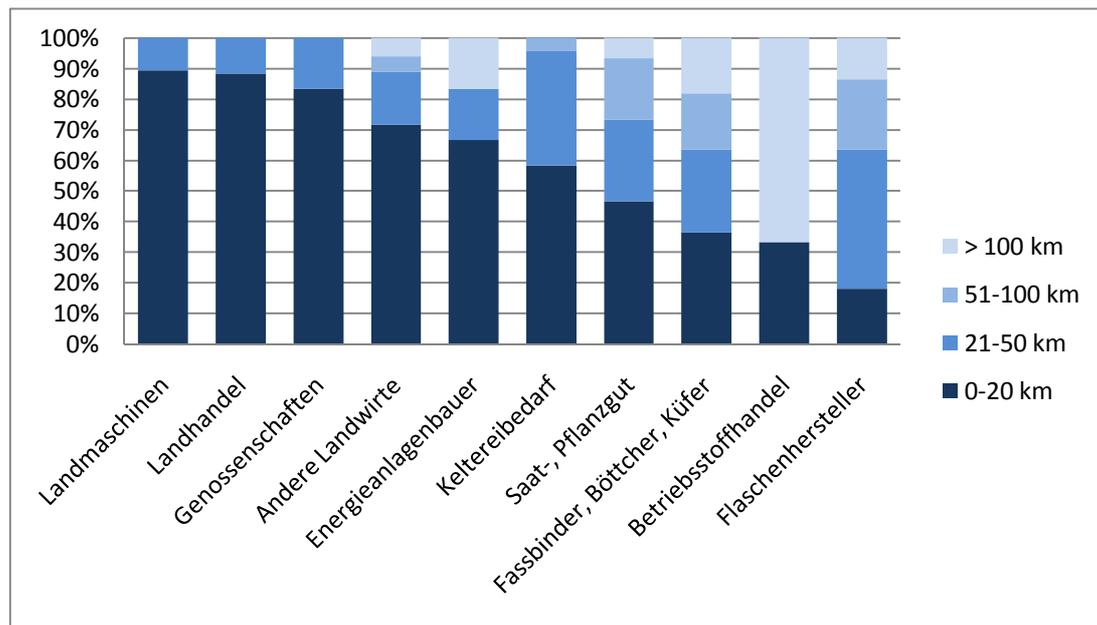
Übersicht 5.27: Zulieferer der Weinbaubetriebe

Zulieferer	Landwirte mit Kontakten zu Zulieferern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Zulieferer
Landmaschinen/Reparatur	38	97,4	1,9
Keltereibedarf	36	92,3	2,4
Privater Landhandel	35	89,7	1,8
Flaschenhersteller	28	71,8	2,2
Betriebsstoffhändler	28	71,8	1,6
Saatgut/Pflanzgut	23	59,0	1,6
Fassbinder, Böttcher, Küfer	21	53,8	1,2
Andere Landwirte	19	48,7	9,9
Genossenschaften	18	46,2	1,2
Energieanlagenbauer	4	10,3	1,5
Sonstige	3	7,7	1,0

Quelle: Befragung Weinbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=39
 Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Zulieferer.

Abbildung 5.13 stellt die räumliche Entfernung der verschiedenen Zulieferer der Weinbaubetriebe dar. Die meisten Zulieferer liegen im näheren Umfeld (Radius bis zu 20 km) der Betriebe. Unter den Landmaschinenhändlern, dem privaten Landhandel sowie den Bezugs- und Absatzgenossenschaften als Zulieferer der Weinbaubetriebe befinden sich jeweils sogar mehr als 80 % in Entfernung von bis zu 20 km zu den jeweiligen Betrieben. Im Bereich der Betriebsstoffhändler, Flaschenhersteller, Fassbinder und Rebschulen (Pflanzgut) bestehen auch Kontakte zu Zulieferern, die außerhalb der näheren Region angesiedelt sind. Je spezifischer die Zulieferer sind, desto größer ist offensichtlich das Einzugsgebiet ihrer Marktpartner.

Abbildung 5.13: Entfernung der Zulieferer bei Weinbaubetrieben



Quelle: Befragung Weinbaubetriebe 2008

n=39

Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern – Bitte die jeweilige Anzahl der Unternehmen je Entfernungskategorie eintragen.

Die Betriebsleiter wurden zusätzlich nach der Häufigkeit der Kontakte zu ihren Zulieferern befragt. Die häufigsten Kontakte bestehen zum privaten Landhandel mit durchschnittlich 29 Kontakten pro Jahr. Mit den Zulieferern von Keltreibedarf treten die Befragten durchschnittlich 23mal pro Jahr in Verbindung, Landmaschinenhändler werden im Mittel 20mal pro Jahr kontaktiert. Mit Bezugs- und Absatzgenossenschaften kommen jährlich durchschnittlich 15 Kontakte zustande. Die wenigsten jährlichen Kontakte mit Zulieferern bestehen zu Flaschenherstellern (\bar{x} 1,7 Kontakte pro Jahr) und zu Rebschulen (\bar{x} 2,9 Kontakte pro Jahr).

Weiterhin wurden die Betriebsleiter nach der Einschätzung ihrer Verhandlungsposition gegenüber ihren Zulieferern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sahen sie sich gegenüber den eigenen Berufskollegen. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stufen sie ihre Verhandlungsposition gegenüber anderen Landwirten durchschnittlich bei 2,0 ein. In einer eher guten Verhandlungsposition sehen sich die Befragten auch gegenüber dem privaten Landhandel (Wert 2,8), den Lieferanten von Keltreibedarf (Wert 2,8) sowie den Landmaschinenhändlern (Wert 2,9). In einer eher schwachen Verhandlungsposition fühlten sich die Befragten gegenüber dem Betriebsstoffhandel (Wert 3,7), den Fassbindern (Wert 4,0) und den Energieanlagenbauern (Wert 4,3).

In der Befragung wurde auch auf Formen der Zusammenarbeit mit Zulieferern eingegangen, die über den reinen Einkauf von Waren hinausgeht. Die Befragten wurden gebeten, anhand einer Skala von 1 (= häufig) bis 6 (= selten) einzuschätzen, wie oft sich eine solche

Zusammenarbeit ergibt. 34 Betriebsleiter gaben dazu eine Einschätzung ab. Von diesen Landwirten vergab die Hälfte Werte von 2 oder 3 und wertete eine solche Zusammenarbeit als eher häufig, die andere Hälfte vergab Werte von 4, 5 oder 6 und wies damit auf eine eher seltene Zusammenarbeit hin.

Als Form der Zusammenarbeit nannten 31 Befragte (79 %) den Austausch von Informationen. Von diesen Betriebsleitern gaben acht Befragte darüber hinaus an, mit ihren Zulieferern auch gemeinsame Projekte, z.B. Versuche durchzuführen. Die Auswirkungen dieser Zusammenarbeit auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres Betriebes schätzen die Befragten unterschiedlich ein.

Abnehmer

Übersicht 5.28 stellt die am häufigsten genannten Abnehmer der Weinbaubetriebe dar. Darin wird deutlich, dass der Direktabsatz für die Weinbaubetriebe eine besondere Bedeutung hat. So gaben 72 % der Befragten an, dass Endverbraucher zu ihren Abnehmern gehören. Zusätzlich wurden die Gastronomie von 54 % der Befragten und der Einzelhandel von 44 % als Abnehmer genannt. Fast ein Drittel der Befragten gibt Erzeugnisse an Verarbeiter weiter. Die weiteren Abnehmer sind der Übersicht zu entnehmen. Lediglich für zwei der befragten Betriebsleiter zählen auch Energieversorger zu ihren Abnehmern.

Übersicht 5.28: Abnehmer der Weinbaubetriebe

Abnehmer	Landwirte mit Kontakten zu Abnehmern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Abnehmer
Endverbraucher	28	71,8	1520,0
Gastronomie/Tourismus	21	53,9	94,9
Einzelhandel	17	43,6	43,2
Verarbeiter	12	30,8	2,8
Privater Landhandel	8	20,5	1,6
Genossenschaften	5	12,8	1,5
Andere Landwirte	5	12,8	14,2
Vermarktungsorganisation	4	10,3	4,0
Großhandel	4	10,3	1,3
Energieversorger	2	5,3	1,5

Quelle: Befragung Weinbaubetriebe 2008

Mehrfachnennungen, n = 39

Frage: Vernetzung mit Abnehmern/Weiterverarbeitern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Abnehmer.

Auffällig ist die große Anzahl der jeweiligen Abnehmer, mit denen die Weinbaubetriebe in Kontakt stehen, die auf einen hohen Vermarktungsaufwand hindeutet. So haben diejenigen Betriebe, die direkt vermarkten, im Durchschnitt 1.500 Endverbraucher als Kunden. Auch auf Seiten der Gastronomie und des Einzelhandels liegt eine große durchschnittliche Anzahl von Abnehmern vor. Diejenigen, die angaben andere Landwirte als Abnehmer zu haben, geben ihre Erzeugnisse an durchschnittlich 14 Berufskollegen weiter. Die übrigen Abnehmer liegen durchschnittlich nur in geringer Anzahl vor.

Übersicht 5.29 stellt eine Einschätzung der Landwirte dar, in welchem Umfang die Erzeugnisse über unterschiedliche Absatzwege vermarktet werden. Darin wird die große Bedeutung der Direktvermarktung für die Weinbaubetriebe deutlich: Bezogen auf ihre vermarkteten Mengen gaben alle Betriebsleiter an, an Endverbraucher zu vermarkten. Ein Betrieb vermarktet offensichtlich ausschließlich an private Kunden, 34 Betriebsleiter (87 %) gaben an, „viel“ der vermarkteten Erzeugnisse direkt an die Endverbraucher abzusetzen, lediglich vier Betriebe vermarkten „wenig“ direkt an Endverbraucher.

Übersicht 5.29: Vermarktungswege der Weinprodukte

Absatzweg	Vermarktete Mengen				
	alles	viel	wenig	nichts	zusammen
Großhandel	-	25,6 %	38,5 %	35,9 %	100 %
Einzelhandel	-	30,8 %	35,9 %	33,3 %	100 %
Verarbeiter	-	10,3 %	33,3 %	56,4 %	100 %
Direktvermarktung an Endverbraucher	2,6 %	87,2 %	10,3 %	-	100 %

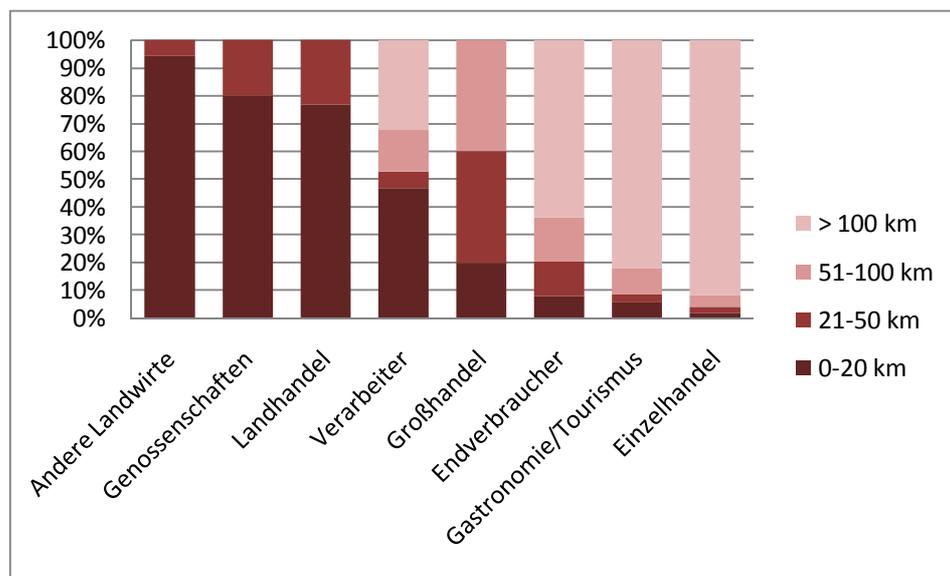
Quelle: Befragung Weinbaubetriebe 2008

n = 39

Frage: Wohin verkaufen sie ihre Erzeugnisse?

Abbildung 5.14 stellt die räumliche Entfernung der Betriebe zu ihren Abnehmern dar. Andere Landwirte, Bezugs- und Absatzgenossenschaften und privater Landhandel als Abnehmer der Weinbaubetriebe sind zu 100 % in einer Entfernung von bis zu 50 km zu den Betrieben angesiedelt, hauptsächlich sogar in der unmittelbaren Region (Radius bis 20 km). Auf Seiten der Verarbeiter und des Großhandels zeigt sich ein undifferenziertes Bild: Die Weinbauern liefern sowohl an Betriebe, die sich in der näheren Umgebung befinden als auch an weiter entfernte Betriebe. Sind Endverbraucher, Gastronomie und Einzelhandel Abnehmer der Weinbaubetriebe, bestehen größtenteils Entfernungen von mehr als 100 km zu den Betrieben. Damit ist der Absatz insgesamt zu einem großen Teil überregional ausgerichtet.

Abbildung 5.14: Entfernung der Abnehmer bei Weinbaubetrieben



Quelle: Befragung Weinbaubetriebe 2008 n=39

Frage: Vernetzung mit Abnehmern/Weiterverarbeitern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Auch die Häufigkeit der Kontakte zu den Abnehmern wurde erfragt. Im Ergebnis bestehen die durchschnittlich häufigsten Kontakte pro Jahr zu den Bezugs- und Absatzgenossenschaften und zu den privaten Landhändlern (jeweils \bar{x} 16 Kontakte). Durchschnittlich acht jährliche Kontakte kommen mit Vermarktungsorganisationen zustande. Zu ihren weiteren Abnehmern treten die Landwirte der Modellregion Weinbau durchschnittlich sechs bis siebenmal pro Jahr in Kontakt. Ausnahmen bilden die anderen Landwirte (\bar{x} 4 Kontakte pro Jahr) und der Energieversorger (\bar{x} 2 Kontakte pro Jahr).

Die Betriebsleiter wurden nach der Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gegenüber ihren Abnehmern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den Vermarktungsorganisationen und gegenüber den eigenen Berufskollegen. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stuften sie ihre Verhandlungsposition gegenüber den Vermarktungsorganisationen durchschnittlich bei 2,0 und gegenüber anderen Landwirten durchschnittlich bei 2,2 ein. Die schlechteste Verhandlungsposition haben die Befragten nach eigener Einschätzung gegenüber den Verarbeitern (Durchschnittswert 3,9) und gegenüber den Bezugs- und Absatzgenossenschaften (Durchschnittswert 4,6).

Insgesamt 36 Betriebsleiter (92 %) machten Angaben zu einer Zusammenarbeit mit Abnehmern, die über die Lieferung von Waren hinausgeht: Bei 19 Befragten kommt diese Form der Zusammenarbeit eher häufig vor, 17 Befragte arbeiten eher selten mit Abnehmern zusammen.

In den überwiegenden Fällen (29 Befragte) geht es dabei um Informationsaustausch und Beratungen, 13 Betriebsleiter führen auch gemeinsame Projekte mit ihren Abnehmern durch. Einzelne Landwirte sprachen in diesem Zusammenhang auch gemeinsame Messen bzw. Verkaufsveranstaltungen an.

Dienstleister

Übersicht 5.30 zeigt die verschiedenen Dienstleister der Weinbaubetriebe. Insgesamt nutzen die Befragten ein breites Spektrum an Dienstleistungen, die sich beispielsweise auf Produktionstechnik, Betriebswirtschaft oder Qualitätsprüfung beziehen. Die am häufigsten genannten Dienstleister sind Steuerberater, Lohnunternehmer und Versicherungen. Da die Erzeugnisse der Weinbaubetriebe überwiegend verzehrsfertig sind, kommt der Qualitätsprüfung eine besondere Bedeutung zu. So nimmt ein großer Teil der Betriebe auch Leistungen von Laboren und Forschungseinrichtungen in Anspruch. Lediglich vier Betriebe nutzen die Dienstleistungen anderer Landwirte. Die durchschnittliche Anzahl der jeweiligen Dienstleister ist auf wenige Unternehmen beschränkt. Das deutet auf enge Bindungen zu verlässlichen Partnern.

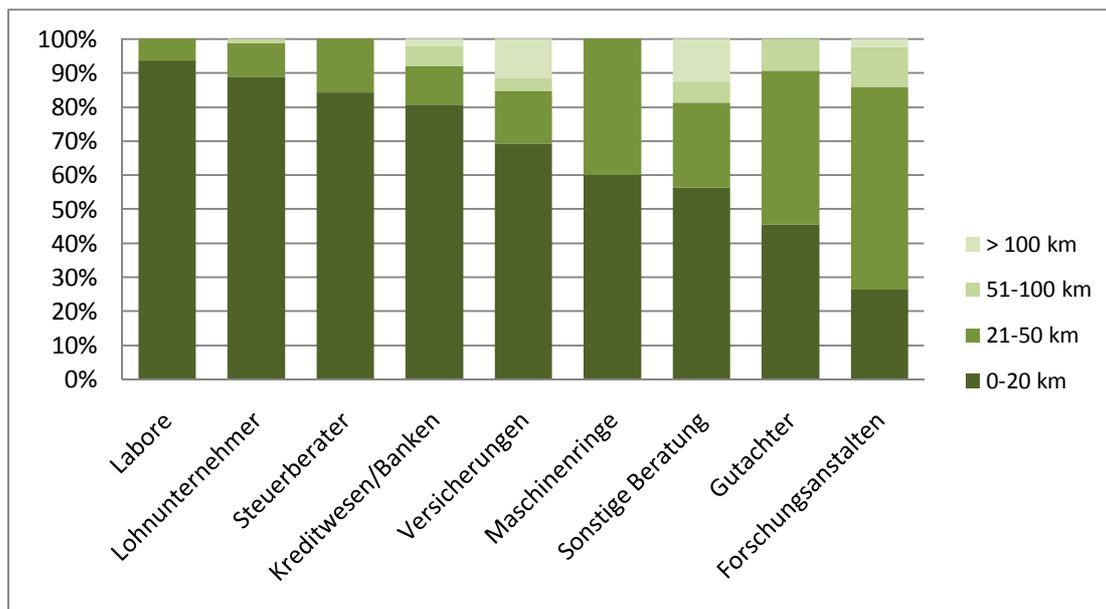
Übersicht 5.30: Dienstleister der Weinbaubetriebe

Dienstleister	Landwirte mit Kontakten zu Dienstleistern		
	Anzahl	in Prozent	Ø Anzahl der Dienstleister
Steuerberater	34	87,2	1,3
Lohnunternehmer	33	84,6	2,2
Versicherungen	32	82,1	3,0
Labore	29	74,4	1,6
Kreditwesen	28	71,8	1,9
Forschungsanstalten	24	61,5	2,0
Maschinenringe	20	51,3	1
Sonstige Beratung	13	33,3	1,6
Gutachter	8	20,5	1,4
Andere Landwirte	4	10,3	3,8

Quelle: Befragung Weinbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=39
Frage: Vernetzung mit Dienstleistern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Dienstleister.

Größtenteils nehmen die Landwirte Leistungen von solchen Dienstleistern in Anspruch, die sich in räumlicher Nähe (Entfernung bis 20 km) zu ihrem Betrieb befinden (Abbildung 5.15). Dies trifft insbesondere für die Labore, Lohnunternehmer, Steuerberater und Banken zu, die Leistungen für die Weinbaubetriebe erbringen. Unter den Gutachtern und insbesondere auch unter den Forschungsanstalten befinden sich mehr als die Hälfte der Dienstleister in räumlicher Entfernung von über 20 km.

Abbildung 5.15: Entfernung der Dienstleister bei Weinbaubetrieben



Quelle: Befragung Weinbaubetriebe 2008

n=39

Frage: Vernetzung mit Dienstleistern – Anzahl der Unternehmen in Entfernungskategorien.

Auch die Kontakthäufigkeit zu den Dienstleistern wurde erfragt. Danach pflegen die Weinbaubetriebe die durchschnittlich häufigsten Kontakte pro Jahr zu anderen Landwirten (\bar{x} 37 Kontakte pro Jahr), Laboren (\bar{x} 21 Kontakte pro Jahr) und Banken (\bar{x} 19 Kontakte pro Jahr). Mit ihren Steuerberatern nehmen die Befragten im Durchschnitt zwölfmal pro Jahr Verbindung auf. Die wenigsten Kontakte betreffen Gutachter und Forschungsanstalten. Zu ihnen treten die Weinbaubetriebe im Durchschnitt nur rund einmal im Jahr in Kontakt.

Die Betriebsleiter wurden nach der Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition gegenüber ihren verschiedenen Dienstleistern gefragt. In der besten Verhandlungsposition sehen sie sich gegenüber den eigenen Berufskollegen und gegenüber Laboren. Auf einer Skala von 1 (= sehr stark) bis 6 (= sehr schwach) stuften sie ihre Verhandlungsposition gegenüber den anderen Landwirten durchschnittlich bei 2,3 und gegenüber den Laboren bei 2,6 ein. In der schlechtesten Verhandlungsposition sehen sich die Befragten nach eigener Einschätzung gegenüber Gutachtern und Forschungsanstalten. Hier stuften sie ihre Verhandlungsposition jeweils durchschnittlich bei 4,0 ein.

Gesellschaftliche Leistungen

Zum Abschluss der Befragung wurden die Betriebsleiter der Weinbaubetriebe nach der Erbringung gesellschaftlicher Leistungen gefragt. Im Ergebnis zeigt sich ein hohes soziales Engagement der Betriebsleiter in der Modellregion Weinbau: Insgesamt 33 Landwirte (85 %) gaben an, gesellschaftliche Leistungen zu erbringen (Übersicht 5.31).

Die meisten Nennungen bezogen sich auf ehrenamtliche Tätigkeiten wie Vereinsarbeit oder Verbandsarbeit. Mehr als drei Viertel der Befragten bekleiden nach eigenen Angaben ein Ehrenamt. Daneben erbringt fast die Hälfte der Befragten landeskulturelle Leistungen, indem sie z.B. historische Gebäude unterhalten oder sich an der Ausrichtung von Festen oder kulturellen Veranstaltungen beteiligen. Ein Viertel der Befragten gab an, Leistungen für Umwelt und Landschaft zu erbringen, dazu zählt die Pflege von Bäumen, Wegen, Gehölzen oder Gewässerrändern.

Übersicht 5.31: Gesellschaftliche Leistungen der Weinbaubetriebe

Gesellschaftliche Leistungen	Landwirte	
	Anzahl	in Prozent
Ehrenamt	30	76,9
Leistungen für Umwelt und Landschaft	10	25,6
Landeskulturelle Leistungen	18	46,2

Quelle: Befragung Weinbaubetriebe 2008 Mehrfachnennungen, n=39
Frage: Erbringen Sie neben ihrer landwirtschaftlichen Tätigkeit gesellschaftliche Leistungen?

5.2.3.6 Zusammenfassende Bewertung der Befragungsergebnisse

Vielseitige Landwirtschaft und enge Vernetzung

Die Befragungsergebnisse verdeutlichen, dass die Landwirtschaft ein Wirtschaftsbereich mit vielfältigen Ausprägungen ist. So zeigen sich beispielsweise deutliche Unterschiede in Bezug auf die Betriebsgrößenstruktur. Während die Gartenbau- und die Weinbaubetriebe mit einer geringen Flächenausstattung bei hoher Flächenproduktivität wirtschaften, steht den Milchviehbetrieben und den Veredlungsbetrieben meist eine höhere Flächenausstattung zur Verfügung, die aber von den Ackerbaubetrieben noch um ein Vielfaches übertroffen wird. Über alle Produktionsrichtungen hinweg pachten 85 % der Betriebe Flächen zu, dieser Anteil ist bei Gartenbaubetrieben aber deutlich geringer als bei den anderen Betrieben. Damit kommt dem Kapitalabfluss aus der Landwirtschaft in Form von Pachtaufwendungen gerade

bei großen Ackerbaubetrieben und bei hohen Pachtpreisen in den Veredlungsregionen eine besondere Bedeutung zu.

Die erzielten Umsätze der Betriebe zeigen innerhalb der untersuchten Modellregionen eine große Spanne. Stellt man die Modellregionen einander gegenüber, lassen sich zusätzlich deutliche Unterschiede feststellen: So erzielen die untersuchten Ackerbaubetriebe in Mecklenburg-Vorpommern mit Abstand die höchsten jährlichen Umsätze je Betrieb, die niedrigsten durchschnittlichen Umsätze werden in den untersuchten Milchviehbetrieben in Bayern erwirtschaftet.

Ein Vergleich des Arbeitskräftebesatzes in den verschiedenen Produktionsrichtungen zeigt, dass insbesondere die Milchviehbetriebe stark durch den Einsatz von Familienarbeitskräften geprägt sind. Auch in den Weinbaubetrieben sind vornehmlich Familienarbeitskräfte beschäftigt. In den Veredlungsbetrieben sind im Regelfall ebenso viele Familienarbeitskräfte wie Fremdarbeitskräfte beschäftigt, in den Gartenbaubetrieben und insbesondere in den Ackerbaubetrieben in Mecklenburg-Vorpommern werden in hohem Maße Fremdarbeitskräfte eingesetzt.

Bemerkenswert ist, dass sich innerhalb der Tierhaltung in den großen Ackerbaubetrieben in Mecklenburg-Vorpommern größere Strukturen finden als in den Betrieben der „Modellregion Veredlung“ in Niedersachsen und der „Modellregion Milchproduktion“ in Bayern.

Die Befragung ergab weiterhin, dass landwirtschaftliche Betriebe eng miteinander vernetzt sind. So stehen nahezu alle in die Untersuchung einbezogenen Betriebe mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben ihrer jeweiligen Region in intensivem Kontakt. Eine leichte Abweichung zeigte sich bei den Gartenbaubetrieben. Hier bestätigten immerhin 82 % der Betriebsleiter einen direkten Kontakt zu Berufskollegen in der Region. Besonders intensiv arbeiten jeweils die Veredlungsbetriebe und die Milchviehbetriebe untereinander zusammen.

Landwirtschaft setzt auf berufsständische Vertretung

Als wichtige Vereine/Organisationen mit besonderer Bedeutung für den eigenen Betrieb benannten die Betriebsleiter sehr häufig die landwirtschaftlichen Interessenvertretungen. Eine herausragende Bedeutung kommt den Landesbauernverbänden in den Untersuchungsregionen (Bayerischer Bauernverband, Landvolk Niedersachsen), dem Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz und insgesamt dem Deutschen Bauernverband (DBV), insbesondere für Ackerbaubetriebe in Mecklenburg-Vorpommern, zu. Zusätzlich wird der Mitgliedschaft in den verschiedenen Erzeugergemeinschaften (EZG) vor allem innerhalb der Milchviehbetriebe in Bayern, der Veredlungsbetriebe in Niedersachsen und der Ackerbaubetriebe in Mecklenburg-Vorpommern eine zentrale Bedeutung zugesprochen. Für die Veredlungsbetriebe haben ferner insbesondere die Beratungsringe eine bedeutende

Rolle. Ähnlich relevant ist für die Weinbaubetriebe das Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum Rheinpfalz (DLR). Die Landwirtschaftskammer wurde von den Betriebsleitern der Veredlungsbetriebe, der Weinbaubetriebe und der Gartenbaubetriebe als wichtige Organisation mit hoher betrieblicher Relevanz genannt. Da in den Bundesländern Mecklenburg-Vorpommern und Bayern keine Landwirtschaftskammern bestehen, sind diese von den befragten Betriebsleitern der Milchvieh- und Ackerbaubetriebe nicht genannt worden.

Intensive Vernetzungen mit Marktpartnern

Die Befragung hat verdeutlicht, dass die Landwirtschaft ein Wirtschaftsbereich ist, der intensiv mit weiteren Wirtschaftsbereichen vernetzt ist. Die nachfolgende Übersicht 5.32 zeigt zusammengefasst, zu welchen Arten von Zulieferern, von Abnehmern und von Dienstleistern die Betriebe der untersuchten Produktionsrichtungen in Verbindung stehen.

Die Übersicht zeigt, dass eine Reihe von Zulieferern, Abnehmern und auch Dienstleistern für die Landwirtschaft insgesamt relevant sind. Daneben gibt es – insbesondere auf Seiten der Zulieferer und der Abnehmer – auch Marktpartner, die für spezialisierte Bereiche der Landwirtschaft von besonderer Bedeutung sind. Privater Landhandel sowie Bezugs- und Absatzgenossenschaften fungieren sowohl als Zulieferer wie auch als Abnehmer für die Landwirtschaft. Ein besonderes Beispiel ist das im Rheinland angesiedelte Unternehmen Landgard, das Genossenschaft, Vermarktungsorganisation und Großhändler zugleich ist.

In allen untersuchten Modellregionen sind auch eigene Berufskollegen Zulieferer und Abnehmer von Erzeugnissen. Mit Ausnahme des Gartenbaus wurden die eigenen Berufskollegen in allen Produktionsbereichen zusätzlich auch als Dienstleister genannt.

Übersicht 5.32: Markt- und Geschäftspartner der I.d.W. Betriebe in den Modellregionen

Zulieferer/Abnehmer/Dienstleister	Ackerbau	Veredlung	Milch- produktion	Gartenbau	Weinbau
Andere Landwirte ¹⁾	•	•	•	• ²⁾	•
Landhandel ²⁾	•	•	•	•	•
Genossenschaften ²⁾	•	•	•	•	•
Betriebsstoffhändler	•	•	•	•	•
Landmaschinen, Reparatur	•	•	•	•	•
Saatgut, Pflanzgut	•	•	•	•	•
Futtermittel	•	•	•		
Stalleinrichter	•	•	•		
Brütereier	•	•			
Energieanlagenbauer	•	•	•	•	
Keltreibedarf					•
Fassbinder, Küfer					•
Flaschenhersteller-, händler					•
Einzelhandel	•	•	•	•	•
Großmarkt		•		•	
Großhandel	•	•	•	•	•
Endverbraucher	•	•	•	•	•
Gastronomie/Tourismus	•	•	•		•
Vermarktungsorganistaion	•	•	•	•	•
Molkerei	•	•	•		
Viehhandel	•	•	•		
Schlachtereier	•	•	•		
Verarbeiter		•			•
Eivermarkter, -verarbeiter		•			
Energieversorger ²⁾	•	•	•	•	•
Tierarzt	•	•	•		
Steuerberater	•	•	•	•	•
Sonstige Berater	•	•	•	•	•
Lohnunternehmer	•	•	•	•	•
Maschinenringe	•	•	•		•
Versicherungen	•	•	•	•	•
Kreditwesen	•	•	•	•	•
Gutachter	•	•	•		•
Forschungsanstalten	•	•	•	•	•
Besamungstechniker	•	•	•		•
Labore	•	•	•	•	•
Zuchtunternehmen	•	•	•		•

¹⁾ als Zulieferer, Abnehmer und Dienstleister

²⁾ als Zulieferer und Abnehmer

Quelle: Befragungen zusammengefasst 2008, Mehrfachnennungen, n=305

Frage: Vernetzung mit Zulieferern/Vorleistern, Abnehmern und Dienstleistern – Anzahl der jeweiligen aufgelisteten Zulieferer.

Zulieferer - bevorzugt regional

In der Landwirtschaft werden Vorleistungen aus den unterschiedlichsten Bereichen benötigt. Nach den Ergebnissen der Befragung sind über alle Produktionsrichtungen hinweg Landmaschinenhändler die Zulieferer für die meisten Landwirte zutun haben, gefolgt von Betriebsstoffhändlern sowie den Bezugs- und Absatzgenossenschaften und privaten Landhändlern. Für einen Großteil der Betriebe stellen zudem die Lieferanten von Saat- und Pflanzgut Zulieferer dar. „Andere Landwirte“ spielen als Zulieferer für etwa die Hälfte der untersuchten Betriebe eine Rolle.

Durchschnittlich befindet sich etwa die Hälfte aller genannten Zulieferer in einer räumlichen Entfernung von bis zu 20 km zu den jeweiligen landwirtschaftlichen Betrieben. Ein weiteres Viertel der Zulieferer befindet sich in einer Entfernung von 21 – 50 km, so dass insgesamt ein deutlich regional orientierter Bezug von Vorleistungen festzustellen ist. Bei den Veredlungsbetrieben im Weser-Ems-Gebiet sind sogar mehr 60 % der Zulieferer im näheren Umfeld von bis zu 20 km angesiedelt, bei den Ackerbaubetrieben in Mecklenburg-Vorpommern sind es dagegen weniger als 30 %.

Bei einigen Zulieferern wie Landmaschinenhändlern, privaten Landhändlern, Bezugs- und Absatzgenossenschaften und „anderen Landwirten“ ist die Regionalität besonders ausgeprägt. Bei spezialisierten Zulieferern wie Brütereien oder auch Saat- und Pflanzgutlieferanten besteht dagegen in der Regel eine größere räumliche Distanz.

Die meisten Kontakte pro Jahr haben die landwirtschaftlichen Betriebe im Durchschnitt über alle Produktionsrichtungen mit privaten Landhändlern und Bezugs- und Absatzgenossenschaften.

Die Verhandlungsposition gegenüber Zulieferern sehen die Betriebsleiter differenziert. Am besten schätzen sie ihre eigene Verhandlungsposition jedoch bei Geschäften mit „anderen Landwirten“ als Zulieferer ein. Ein Zusammenhang zwischen regionaler Nähe der Marktpartner und Einschätzung der Verhandlungsposition konnte nicht nachgewiesen werden.

Unterschiedliche Abnehmerstruktur

Die Vermarktungswege der Landwirtschaft können je nach erzeugten Produkten deutlich variieren. Parallelen zeigen sich insbesondere bei den untersuchten Ackerbaubetrieben, die auch überwiegend Tierhaltung betreiben, den Veredlungsbetrieben und den Milchviehbetrieben. Die am häufigsten genannten Abnehmer dieser drei Produktionsrichtungen sind Viehhandel, privater Landhandel, Bezugs- und Absatzgenossenschaften, Molkereien, Schlachtereien und Energieversorger. Die Betriebsleiter der Weinbaubetriebe nannten am häufigsten Endverbraucher und Gastronomie/Tourismus als Abnehmer ihrer Erzeugnisse, während die Gartenbaubetriebe in den häufigsten Fällen an den Großhandel und an Bezugs-

und Absatzgenossenschaften liefern. Bedingt durch die große Anzahl auf Seiten der Abnehmer ist insgesamt bei den Weinbaubetrieben und auch bei den Gartenbaubetrieben ein hoher Vermarktungsaufwand festzustellen.

Bei Betrachtung der Abnehmerstrukturen fällt auf, dass sich einzig bei den untersuchten Veredlungsbetrieben mehr als die Hälfte der Abnehmer im Umkreis bis zu 20 km zu den landwirtschaftlichen Betrieben befinden. Hier liegt ein typisches Beispiel für eine regionale geschlossene Wertschöpfungskette vor.

Ein Beispiel für eine eher überregionale Orientierung in der Vermarktung ist der Weinbau. Hier ist der überwiegende Anteil der belieferten Einzelhändler, der Endverbraucher und der Gastronomie mehr als 100 km von den jeweiligen Weinbaubetrieben entfernt.

Hinsichtlich der Kontakthäufigkeit zu den Abnehmern lässt sich über alle Produktionsrichtungen hinweg tendenziell festhalten, dass die Anzahl der Kontakte bei zunehmender räumlicher Entfernung abnimmt.

Die Verhandlungsposition der befragten Betriebsleiter gegenüber ihren Abnehmern sehen die Betriebsleiter differenziert. Gegenüber den eigenen Berufskollegen sehen sie sich in einer guten Verhandlungsposition. Auch gegenüber den Endverbrauchern und der Gastronomie schätzen sie ihre Verhandlungsposition durchweg gut ein. In der schlechtesten Verhandlungsposition sehen sich die Betriebsleiter gegenüber Molkereien und Energieversorgern. Gegenüber dem privaten Landhandel sehen sie sich tendenziell in einer besseren Verhandlungsposition als gegenüber den Bezugs- und Absatzgenossenschaften.

Nutzung einer breiten Palette von Dienstleistungen

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass auch der Dienstleistungssektor ein wichtiges Segment innerhalb der landwirtschaftlichen Unternehmensnetzwerke darstellt. Danach nutzt die Landwirtschaft insgesamt ein breites Spektrum verschiedenster Dienstleistungen, die beispielsweise Bezug zu Produktionstechniken, betriebs- oder finanzwirtschaftlichen Aspekten oder auch zur Qualitätsprüfung von Erzeugnissen haben.

Über alle untersuchten Produktionsrichtungen hinweg zählen Steuerberatungsunternehmen, Versicherungen, Lohnunternehmen, Kreis-, Bezirks- und Regionalbauernverbände sowie das Kreditwesen zu den am häufigsten genannten Dienstleistern für die Landwirtschaft. Daneben wurden häufig weitere produktionsspezifische Dienstleister wie Tierärzte, Besamungstechniker, Labore und Zuchtunternehmen genannt.

Die landwirtschaftlichen Betriebsleiter greifen bis auf wenige Ausnahmen auf eine eher geringe Anzahl der jeweiligen Dienstleister zurück. Generell wird eine enge Zusammenarbeit mit verlässlichen Partnern praktiziert. Sofern „andere Landwirte“ als Dienstleister genutzt werden, wird allerdings auf eine größere Anzahl zurückgegriffen.

Die Dienstleister, die für die Landwirtschaft tätig sind, befinden sich im Durchschnitt über alle untersuchten Betriebe etwa zur Hälfte in einer räumlichen Entfernung von bis zu 20 km zu den jeweiligen Betrieben. Vor allem bei den Weinbaubetrieben ist ein hohes Maß an Regionalität festzustellen, über zwei Drittel der Dienstleister befinden sich dort in unmittelbarer Nähe. Ausgesprochen überregionale Beziehungen zu Dienstleistern haben dagegen die Ackerbaubetriebe in Mecklenburg-Vorpommern. Hier ist nur etwa ein Viertel der Dienstleister der landwirtschaftlichen Betriebe direkt im Umfeld angesiedelt.

Ausgeprägtes gesellschaftliches Engagement der Betriebsleiter und ihrer Familien

Über alle Produktionsrichtungen hinweg zeigt sich ein hohes soziales bzw. bürgerschaftliches Engagement von Personen aus der Landwirtschaft. So bekleiden insgesamt fast drei Viertel der befragten landwirtschaftlichen Betriebsleiter ein Ehrenamt. Am höchsten ist der Anteil der ehrenamtlich Tätigen mit fast 90 % bei den Leitern der Milchviehbetriebe in Bayern, am geringsten unter den Betriebsleitern der Gartenbaubetriebe in Nordrhein-Westfalen.

Darüber hinaus gab ein Drittel der Befragten an, Leistungen für Umwelt und Landschaft, z.B. durch die Pflege von Bäumen, Wegen, Gehölzen und Gewässerrändern zu erbringen. Hier ist der Anteil unter den Betriebsleitern der Ackerbaubetriebe in Mecklenburg-Vorpommern mit 64 % besonders hoch.

Insgesamt 30 % aller Betriebsleiter erbringen auch landeskulturelle Leistungen, beispielsweise durch die Erhaltung historischer Gebäude oder die Ausrichtung bzw. Mitgestaltung von Festen und kulturellen Veranstaltungen in ihren Gemeinden. Hier ist der Anteil unter den Betriebsleitern der Gartenbaubetriebe mit 46 % besonders hoch.

Insgesamt lassen sich aus den empirischen Untersuchungen folgende zusammenfassende Schlussfolgerungen ableiten:

- Die Landwirtschaft ist in Deutschland breit aufgestellt. Der traditionelle „bäuerliche Familienbetrieb“ findet sich besonders ausgeprägt bei den Milchviehbetrieben in Bayern.
- Der überwiegende Teil der in der Landwirtschaft eingesetzten Arbeitskräfte stammt aus der Region, die landwirtschaftlichen Betriebe erhalten bzw. schaffen Arbeitsplätze in ihrer Region.
- Wichtigste Organisation mit landwirtschaftlichem Bezug ist der Bauernverband mit seinen angegliederten Landesverbänden.
- Die Landwirtschaft ist mit ihren Marktpartnern insgesamt ausgeprägt regional vernetzt. Besonders deutlich wird dies am Beispiel der Veredlungsbetriebe.
- Die regionale Vernetzung ist bei den Zulieferern der landwirtschaftlichen Betriebe stärker ausgeprägt als bei den Abnehmern oder Dienstleistern.
- Regionale Vernetzung mit Marktpartnern hängt offensichtlich von regionalen und produktionsspezifischen Strukturen der Landwirtschaft ab. Gerade bei den Ackerbaubetrieben in Mecklenburg-Vorpommern ist auch eine deutliche überregionale Vernetzung festzustellen.
- Tendenziell weisen die Abnehmer der landwirtschaftlichen Betriebe eine größere räumliche Distanz zu den landwirtschaftlichen Betrieben auf als die Zulieferer. Dies führt zu einem Nettokapitalstrom in die jeweiligen Schwerpunktregionen.
- Je produktionsspezifischer ein Marktpartner, desto größer ist die räumliche Distanz.
- Die Kontakthäufigkeit zu den Marktpartnern nimmt mit zunehmender Entfernung zu den jeweiligen landwirtschaftlichen Betrieben ab.
- Die durchschnittliche Anzahl der Marktpartner variiert nach Produktionsrichtungen. Am höchsten ist sie im Gartenbau.
- Landwirte schätzen ihre Verhandlungsposition bei Geschäften mit anderen Landwirten als besonders gut ein. Innerhalb der Landwirtschaft wird „auf Augenhöhe“ verhandelt.
- Die Landwirtschaft ist ein wichtiger Leistungsträger, wenn es um Engagement für Gesellschaft, Umwelt oder Kultur geht: Eine besondere Bedeutung hat das Ehrenamt innerhalb landwirtschaftlicher und sonstiger Organisationen.

5.3 Ergänzende Interviews

Ergänzend zu den schriftlichen Befragungen (vgl. Abschnitt 5.2) wurden Ende 2008 bis Anfang 2009 persönliche Interviews mit Leitern landwirtschaftlicher Betriebe in den untersuchten Modellregionen durchgeführt. Insgesamt wurden 16 Leiter gut aufgestellter, zukunftssträchtiger landwirtschaftlicher Unternehmen persönlich besucht und anhand eines Gesprächsleitfadens (siehe Anhang) zu ihren Vernetzungen mit Marktpartnern befragt. In jeder der fünf Modellregionen waren drei bis vier Betriebe für die Interviews zur Thematik ausgewählt worden. Die jeweiligen Betriebsleiter hatten teilweise im Rahmen der schriftlichen Befragung Interesse an weiterführenden Gesprächen signalisiert, teilweise waren sie von Fachverbänden als Interviewpartner vorgeschlagen worden.

Ziel der persönlichen Interviews war es, Vernetzungsstrukturen und -ausmaß für Beispielbetriebe genau abzubilden. Analog zur schriftlichen Befragung wurden Vernetzungen mit Zulieferern, Abnehmern und Dienstleistern der Betriebe untersucht. Die wichtigsten Ergebnisse sind in Form von vereinfacht dargestellten, so genannten Egonetzwerken abgebildet. Mit diesen Egonetzwerken werden die regionalen und überregionalen Verbindungen der einzelnen Akteure zu ihren Marktpartnern und Sozialpartnern visualisiert, soweit diese für das Unternehmen von Bedeutung sind. Der jeweils untersuchte landwirtschaftliche Betrieb steht dabei im Zentrum des Egonetzwerkes. Zusätzlich wurden betriebliche Daten sowie Pläne für die Zukunft der landwirtschaftlichen Betriebe erfasst.

Zur Methodik

In der Literatur werden Egonetzwerke einzelner Akteure als Basis von umfassenden Netzwerkstrukturen beschrieben, die aus der Überlagerung von zahlreichen individuellen Egonetzwerken entstehen (BRANDT et al., 2008, S. 86). Somit stehen Egonetzwerke für die kleinste Einheit oder auch Mikro-Ebene eines Clusters. Sie geben einen Überblick über die Einzelbausteine von Clustern.

Egonetzwerke lassen sich graphisch darstellen und zeigen das unmittelbare Umfeld einzelner Akteure und die Verbindungen zu ihren Netzwerkpartnern (Alteri). Die Analyse von Ego-Netzwerken kann auf verschiedenen Messungen basieren. Im Hinblick auf vertiefende Erkenntnisse über die Vernetzungsintensität des Clusters Agribusiness ist insbesondere die Anzahl oder die Multiplexität der jeweiligen Netzwerkpartner von Interesse.

Egonetzwerkdarstellungen als Methode zur Analyse von landwirtschaftlichen Verbundsystemen sind ein junger wissenschaftlicher Ansatz, der beispielsweise bei der Untersuchung des Verbundsystems innerhalb der Veredlungswirtschaft in Nordwestdeutschland angewendet worden ist (vgl. DEIMEL, THEUVSEN, EBESKOTTE, 2008). Im Vordergrund der Untersuchung stehen dabei unternehmensbezogene Informationsbeziehungen sowie der

Austausch von Wissen zwischen den Akteuren der Veredlungskette. Die „ego-zentrierte Verfahrensweise“ bietet dabei die Möglichkeit, ausgehend vom Netzwerk des Landwirtes auch Netzwerke seiner Alteri zu untersuchen. Damit werden weitere Informationen zum gesamten Verbundsystem erfasst (DEIMEL, THEUVSEN, EBESKOTTE, 2008, S. 25).

In der vorliegenden Untersuchung bezieht sich die Netzwerkperspektive auf die Sicht der einzelnen landwirtschaftlichen Unternehmen. In jeder der fünf Modellregionen wurde nach Abschluss aller geführten Interviews für die jeweilige Produktionsrichtung jeweils ein landwirtschaftlicher Betrieb ausgewählt, der bezüglich der Vernetzung als typisch anzusehen ist.

Die Darstellungen der Egonetzwerke umfassen folgende Aspekte:

- Räumliche Entfernung der Netzwerkpartner
- Kontakthäufigkeit
- Bedeutung der jeweiligen Netzwerkpartner für den Betrieb.

Die untersuchten Beispielbetriebe stehen im Mittelpunkt der dargestellten Egonetzwerke. Die abgebildeten Beziehungen sind in erster Linie betriebsbezogen und beschreiben damit ein „professional network“. Abschließend werden die jeweiligen vom Betriebsleiter genannten betrieblichen Pläne für die Zukunft aufgezeigt.

5.3.1 Egonetzwerk Beispielbetrieb Ackerbau

Die Interviews mit den Betriebsleitern der Ackerbaubetriebe wurden im März 2009 durchgeführt. Abbildung 5.16 zeigt das Egonetzwerk des Beispielbetriebes Ackerbau in Mecklenburg-Vorpommern. Der Betrieb existiert in dieser Form seit dem Jahr 2004 und geht ursprünglich auf eine ehemalige Landwirtschaftliche Produktionsgenossenschaft (LPG) zurück. Nach der deutschen Wiedervereinigung wurde die LPG zunächst in eine GmbH überführt, die bereits nach kurzer Zeit aufgrund rechtlicher Probleme in die Insolvenz geführt wurde. Anschließend wurde der Betrieb vom jetzigen Betriebsleiter erworben.

Zum Betrieb zählt eine Gesamtfläche von ca. 1.300 ha, davon werden 835 ha als Ackerland, 465 ha als Grünland sowie 19 ha als Wald genutzt. Auch eine Reitanlage zählt zum Betrieb. Etwa 150 ha der landwirtschaftlich genutzten Fläche sind Betriebseigentum. Die übrigen Flächen sind zu etwa einem Drittel von der Bodenverwertungs- und -verwaltungs GmbH (BVVG) und zu zwei Dritteln von Privatpersonen zugepachtet. Der Viehbestand umfasst rund 550 Milchkühe zuzüglich Jungtiere, 160 Mastbullen, 70 Pensionspferde, 56.000 Hähnchen sowie 200 Gänse. Der jährliche Umsatz beträgt etwa 2,5 Mio. Euro. Der Betrieb (inklusive der zugehörigen Reitanlage) ist Arbeitgeber für 25 Arbeitskräfte sowie für fünf Auszubildende. Der Betrieb ist nahezu vollständig eigenmechanisiert; lediglich die Zuckerrübenernte (11 ha) wird von einem Lohnunternehmen durchgeführt.

Abbildung 5.16: Egonetzwerk Beispielbetrieb Ackerbau



Bedeutung für den Betrieb dargestellt anhand der Schriftgröße
 Kontakthäufigkeit/Jahr = Farbe: Blau 0-20 - Violett 21-50 - Grün 51-100 - Rot 101-250

Quelle: Eigene Darstellung

Das Egonetzwerk stellt die geschäftlichen Kontakte des Beispielbetriebes Ackerbau dar. Auffällig ist in diesem Beziehungsnetz die große Anzahl von Akteuren sowohl auf Seiten der Zulieferer, als auch bei den Abnehmern und Dienstleistern. Der Betrieb ist breit aufgestellt und intensiv vernetzt. Die Geschäftsbeziehungen vollziehen sich sowohl auf regionaler als auch auf überregionaler Ebene. Mehrere Geschäftspartner, sowohl auf Seiten der Zulieferer, der Abnehmer wie auch der Dienstleister befinden sich in einer räumlichen Entfernung von mehr als 100 km zum Betrieb.

Zu den meisten der dargestellten Geschäftspartner ergeben sich bis zu 20 Kontakte pro Jahr. Auf Seiten der Zulieferer kommen mit zwei verschiedenen Landmaschinenhändlern, dem Spermalieferanten sowie einem Viehhändler jeweils bis zu 50 jährliche Kontakte zustande. Auf Seiten der Abnehmer gibt es jährlich zwischen 50 und 100 Kontakte zu einer Tourismus GmbH sowie zum Viehhändler. Die häufigsten Kontakte insgesamt bestehen zum Tierarzt, dessen Dienstleistungen pro Jahr mehr als 100mal in Anspruch genommen werden. Zusätzlich wird bis zu 50mal pro Jahr ein weiterer Tierarzt in Anspruch genommen.

Die aufgeführten Marktpartner haben für den Beispielbetrieb Ackerbau eine unterschiedliche Bedeutung. Als besonders wichtig für seinen Betrieb benannte der Betriebsleiter auf Seiten der Zulieferer zwei Viehhändler, einen Landmaschinenhändler, den Spermalieferanten sowie einen Landhändler. Auf Abnehmerseite sind die bedeutendsten Partner ein Landhandel, ein Viehhändler und die Molkerei. Den Steuerberater und drei Banken gab der Betriebsleiter als wichtigste Partner unter den Dienstleistern an.

Zusätzlich gab der Betriebsleiter soziale Kontakte an, die Bedeutung für den Betrieb haben. Sehr wichtig ist der Kontakt zum Rinderzuchtverband, wichtig ist der Kontakt zu einem regionalen Tourismus-Vermarkter, und weniger wichtig ist die dem Betrieb angeschlossene Reitanlage.

Die wichtigsten Zukunftspläne des Betriebes bestehen darin, die zurzeit bewirtschafteten Pachtflächen weiterhin nutzen zu können, möglichst in Verbindung mit einer Vergrößerung der Flächenausstattung. Zusätzlich sind Investitionen im Bereich der Tierhaltung geplant: So sollen ein neuer Kälberstall und ein neuer Melkstand errichtet werden. Ziel ist es, den Milchviehbestand bis 2012 auf 1.000 Milchkühe aufzustocken. Des Weiteren plant der Betriebsleiter, durch die Direktvermarktung seiner Erzeugnisse ein weiteres Standbein aufzubauen.

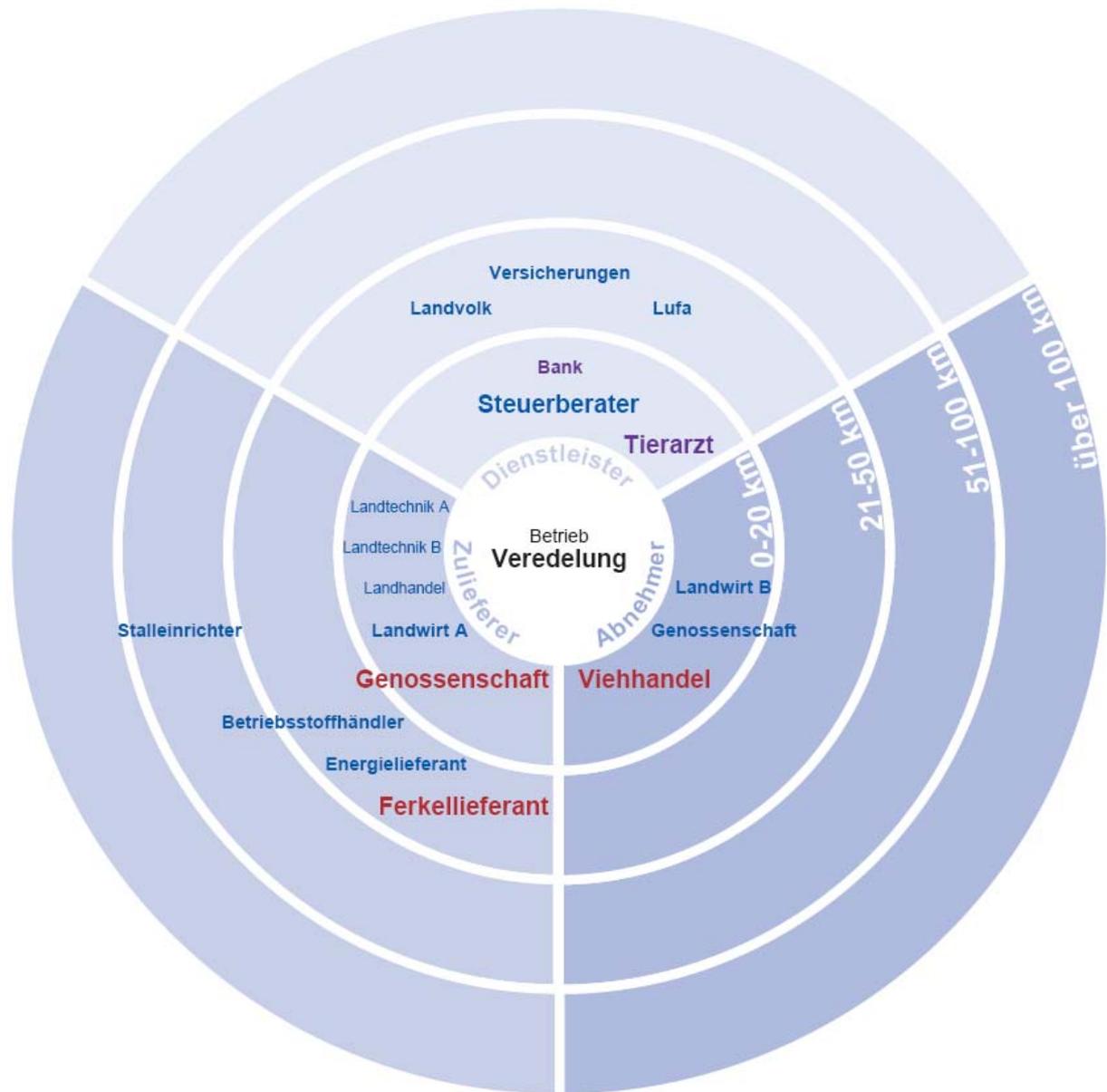
5.3.2 Egonetzwerk Beispielbetrieb Veredlung

Die Interviews mit Betriebsleitern der Veredlungsbetriebe im niedersächsischen Weser-Ems-Gebiet fanden im März 2009 statt. Abbildung 5.17 zeigt das Egonetzwerk des ausgewählten Beispielbetriebes Veredlung. Der Betrieb verfügt über 2.100 Schweinemastplätze und bewirtschaftet 110 ha Ackerland, das hauptsächlich mit Raps, Mais und Getreide bestellt wird. Etwa die Hälfte der insgesamt bewirtschafteten Fläche ist von acht verschiedenen Verpächtern zugepachtet. Der Betrieb ist vollständig eigenmechanisiert und wird von 1,3 Arbeitskräften (Betriebsleiter sowie dessen Vater) bewirtschaftet. Bei gelegentlichen Arbeitsspitzen werden zusätzlich Aushilfskräfte eingesetzt.

Der jährlich erwirtschaftete Umsatz beläuft sich auf 835.000 Euro und fällt zu etwa 90 % aus der Schweinemast an. Die auf dem Acker angebauten Früchte werden überwiegend im

eigenen Betrieb verwertet und an die Mastschweine verfüttert. Der Betrieb verfügt hierfür über eine eigene Futter-Mahl- und Mischanlage und vermarktet nur einen geringen Teil seiner pflanzlichen Erzeugnisse an Genossenschaften, Landhändler oder Futtermühlen.

Abbildung 5.17: Egonetzwerk Beispielbetrieb Veredelung



Bedeutung für den Betrieb dargestellt anhand der Schriftgröße
 Kontakthäufigkeit/Jahr = Farbe: Blau 0-20 - Violett 21-50 - Grün 51-100 - Rot 101-250

Quelle: Eigene Darstellung

Die Abbildung zeigt auf, dass die geschäftlichen Kontakte des Beispielbetriebes Veredelung vorwiegend regional konzentriert sind. Besonders deutlich wird dies auf Seiten der Abnehmer, die sich ausnahmslos im unmittelbaren Umfeld in einer Entfernung von bis zu 20 km um den Betrieb befinden. Damit werden 100 % der betrieblichen Einnahmen direkt in der Region erwirtschaftet.

Auch in Bezug auf die betrieblichen Vorleistungen ist der Betrieb vorwiegend regional orientiert: Mit Ausnahme des Stalleinrichters sind alle Zulieferer in einer Entfernung von bis zu 50 km zum Betrieb gelegen, die meisten Zulieferer befinden sich sogar in einer Entfernung von bis zu 20 km zum Betrieb. Nach Angaben des Betriebsleiters fließen mehr als die Hälfte der betrieblichen Ausgaben in die Region.

Alle Dienstleister, die der Betrieb in Anspruch nimmt, befinden sich in einer räumlichen Entfernung von bis zu 50 km.

Zu den meisten Geschäftspartnern ergeben sich jährlich bis zu 20 Kontakte. Ausnahmen bilden auf Seiten der Zulieferer der Ferkellieferant und die Genossenschaft, mit denen jeweils mehr als 100 Kontakte pro Jahr zustande kommen. Bezogen auf die Abnehmer gibt es die meisten jährlichen Kontakte zum Viehhändler, auch hier kommen mehr als 100 Kontakte pro Jahr zustande. Auf Seiten der Dienstleister bestehen die häufigsten Kontakte zu einem Kreditinstitut sowie zum Tierarzt. Mit diesen beiden Dienstleistern finden pro Jahr bis zu 50 Kontakte statt.

Die einzelnen Geschäftspartner haben für den Betrieb eine unterschiedliche Bedeutung: Wichtigster Marktpartner unter den Abnehmern ist der Viehhändler, über den der Landwirt nahezu ausschließlich sein Schlachtvieh vermarktet. Abgesehen von den häufigen jährlichen Kontakten wird der gesamte Erlös aus der Schweinemast über den Viehhändler erzielt.

Als relevanteste Zulieferer bezeichnete der Betriebsleiter die Erzeugergemeinschaft, über die die benötigten Ferkel bezogen werden, sowie die örtliche Genossenschaft, welche die benötigten Betriebsmittel für die Schweinemast und den Ackerbau bereitstellt. Dazu zählen beispielsweise Futter-, Dünge- und Pflanzenschutzmittel sowie Treib- und Schmierstoffe.

Auf Seiten der Dienstleister stellen der Tierarzt und der Steuerberater sehr wichtige Partner für den Betrieb dar. Für die Zukunft plant der Betriebsleiter eine Erweiterung seines Betriebes; so sind in der Schweinehaltung 2.000 zusätzliche Mastplätze vorgesehen.

Zusätzlich zu seinen geschäftlichen Beziehungen gab der Betriebsleiter soziale Kontakte an, die für ihn von Bedeutung sind. Wichtig ist ihm insbesondere ein örtlicher Musikverein.

5.3.3 Egonetzwerk Beispielbetrieb Milchproduktion

Die Interviews mit den Leitern der Milchviehbetriebe wurden im August 2008 durchgeführt. Abbildung 5.18 zeigt das Egonetzwerk des ausgewählten Beispielbetriebes Milchproduktion in Oberbayern. Der Betrieb bewirtschaftet eine Fläche von insgesamt 56 ha LF. Davon entfallen 48 ha auf den Ackerbau, 4 ha sind Grünland, 4 ha werden forstwirtschaftlich genutzt. Der größte Teil der landwirtschaftlich genutzten Fläche ist Eigenbesitz, insgesamt 10 ha sind von zwei Verpächtern zugepachtet.

Zum Zeitpunkt der Befragung wurden auf dem Betrieb 50 Milchkühe zuzüglich Nachzucht gehalten. Die anfallenden Arbeiten führt der Betriebsleiter gemeinsam mit seiner Familie und einem Auszubildenden aus. Der jährliche Umsatz des Betriebes ist in hohem Maße abhängig vom jeweils aktuellen Milchauszahlungspreis und wurde vom Betriebsleiter für 2008 auf etwa 250.000 Euro geschätzt. Neben der Milchviehhaltung spielt die Direktvermarktung eigener Produkte für den Betrieb eine große Rolle. Hier werden bis zu 15 % des Jahresumsatzes erwirtschaftet.

Der Betrieb ist fast vollständig eigenmechanisiert. Lediglich die Grobfutterernte wird von Lohnunternehmern durchgeführt. Für die Zukunft sind jedoch gemeinsame Anschaffungen von Maschinen mit Betrieben in der Nachbarschaft geplant.

Die geschäftlichen Beziehungen zu den meisten Geschäftspartnern des dargestellten Beispielbetriebes sind vorwiegend regional orientiert. Insbesondere auf Seiten der Zulieferer befinden sich die meisten Marktpartner in einer räumlichen Entfernung von bis zu 50 km. Die größte räumliche Distanz besteht zum Stalleinrichter, der sich in einer Entfernung von bis zu 100 km zum Betrieb befindet.

Auf Seiten der Dienstleister befinden sich alle Geschäftspartner, die für den Betrieb Leistungen erbringen, ebenfalls in einer Entfernung von bis zu 50 km zum Beispielbetrieb Milchproduktion.

Auf Seiten der Abnehmer befinden sich Großmarkt, Energieversorger und Endverbraucher in einem Umkreis von bis zu 20 km. Schlachtereie, Molkerei und Viehhandel liegen hingegen bis zu 50 km vom Betrieb entfernt.

Die Häufigkeit der Kontakte zu den einzelnen Geschäftspartnern ist sehr unterschiedlich: Seitens der Zulieferer ergeben sich sehr häufige jährliche Kontakte mit dem Land-, Futtermittel- und Betriebsstoffhandel sowie einem Stalleinrichter und einer Werkstatt.

Auf Seiten der Dienstleister finden sehr häufige Kontakte mit dem Tierarzt, dem Steuerberater sowie Versicherungen und Banken statt.

Die wichtigsten Akteure unter den Zulieferern sind für den Betriebsleiter des Beispielbetriebes Milchproduktion die Landhändler, der Betriebsstoffhandel und die Futtermittelhändler.

5.3.4 Egonetzwerk Beispielbetrieb Gartenbau

Die Interviews mit Betriebsleitern der Gartenbaubetriebe in Nordrhein-Westfalen fanden im November 2008 statt. Abbildung 5.19 zeigt das Egonetzwerk des ausgewählten Beispielbetriebes Gartenbau. Der Betrieb liegt am Niederrhein und betreibt schwerpunktmäßig Gemüsebau. Die Betriebsfläche beträgt 80 ha und wird fast vollständig als Anbaufläche für Freilandgemüse genutzt. Durch eine Doppelnutzung einiger Flächen beträgt die bewirtschaftete Fläche insgesamt 100 ha. Gemüse wird auf diesem Betrieb seit 1985 angebaut, die Produktion wurde ab 1995 deutlich ausgedehnt. Neben Gemüse werden in geringem Ausmaß Zuckerrüben, Mais und Getreide angebaut.

Der Jahresumsatz des untersuchten Betriebes beläuft sich auf etwa 1,5 Mio. Euro. Im Betrieb arbeiten 3,5 Familienarbeitskräfte sowie insgesamt 20 Fremdarbeitskräfte, von denen vier als Aushilfskräfte tätig sind.

Der Betrieb ist eigenmechanisiert, lediglich bei Engpässen in der Ausführung der anstehenden Arbeiten werden Lohnunternehmer hinzugezogen. Es bestehen Kontakte zu mehreren Lohnunternehmern, um bei Bedarf einen zuverlässigen und günstigen Maschineneinsatz zu gewährleisten.

Das Egonetzwerk des Beispielbetriebes Gartenbau verdeutlicht seine regionale Vernetzung. Der größte Teil der Marktpartner befindet sich in unmittelbarer Nähe. Besonders deutlich wird das mit Blick auf die Abnehmer: Insgesamt drei der vier Abnehmer befinden sich in einer räumlichen Entfernung von bis zu 20 km zum Betrieb. Nach Einschätzung des Betriebsleiters stammen mehr als die Hälfte aller Einnahmen aus der Region.

Der Betrieb arbeitet mit deutlich mehr Zulieferern als Abnehmern zusammen. Sechs der Zulieferer befinden sich in einer räumlichen Entfernung von bis zu 20 km, vier weitere Zulieferer sind bis zu 50 km vom Betrieb entfernt. Daneben bezieht der Betrieb Saat- und Pflanzgut auch von weiter entfernten Unternehmen. Nach Einschätzung des Betriebsleiters werden 76 % der betrieblichen Ausgaben im Umkreis von 20 km getätigt.

Unter den zahlreichen Dienstleistern, die für den Beispielbetrieb Gartenbau Leistungen erbringen, befindet sich der weitaus größte Teil in einer räumlichen Nähe von bis zu 20 km. Ein Beratungsunternehmen sowie ein Lohnunternehmen, die beide für den Betrieb tätig sind, liegen jeweils bis zu 50 km entfernt. Spezialisierte Dienstleister, zu denen der Betrieb in Kontakt steht, befinden sich weiter als 100 km vom Betrieb entfernt.

Aus der Häufigkeit der Kontakte zu seinen Geschäftspartnern wird ersichtlich, dass der Betrieb intensiv vernetzt ist. So gibt es mehrere Partner, zu denen mehr als 100 Kontakte pro Jahr zustande kommen. Auf Seiten der Abnehmer zählen dazu eine Vermarktungsorganisation, die Erzeuger- und Vermarktungsorganisation Landgard sowie ein Verarbeiter.

5.3.5 Egonetzwerk Beispielbetrieb Weinbau

Die Interviews mit Betriebsleitern der Weinbaubetriebe in Rheinland-Pfalz fanden im August 2008 statt. Abbildung 5.20 zeigt das Egonetzwerk des ausgewählten Beispielbetriebes Weinbau. Das Weingut liegt in Rheinhessen und wird bereits in der fünften Generation geführt. Der jetzige Betriebsleiter hat den Betrieb 1996 übernommen.

Der Betrieb gehört zu den größeren Unternehmen. Er bewirtschaftet insgesamt eine Rebfläche von insgesamt 35 ha. Mehr als drei Viertel der bewirtschafteten Fläche sind Eigentum, insgesamt 8 ha sind von drei Verpächtern zugepachtet. Weitere landwirtschaftliche Standbeine, wie z.B. Getreideanbau oder Tierhaltung, wurden bereits in der vorhergehenden Generation eingestellt, um sich auf die Weinproduktion zu spezialisieren; 30 ha Ackerland sind verpachtet. Die durchschnittliche Schlaggröße der Rebflächen beträgt ca. 0,5 ha. Mit anderen Winzern werden Flächen getauscht, um Größenvorteile nutzen und Rüstzeiten einsparen zu können.

Im Betrieb arbeiten vier Familien-Arbeitskräfte sowie drei Aushilfskräfte. Der Betrieb ist größtenteils eigenmechanisiert, die Beerntung der Weinstöcke wird allerdings von einem Lohnunternehmer mit einem Vollernter durchgeführt. Mit anderen Winzern wurde ein gemeinsamer Entlauber für die Rebstöcke angeschafft.

Abbildung 5.20 stellt das Egonetzwerk des Beispielbetriebes Weinbau dar. Auffällig ist die große Anzahl an geschäftlichen Beziehungen, insbesondere auf Seiten der Abnehmer. So vermarktet der Betrieb Wein und Weinerzeugnisse an ca. 200 verschiedene Einzelhändler, 100 Genossenschaftsmärkte, 100 Großhändler, viele verschiedene Gastronomiebetriebe und auch an zahlreiche private Endverbraucher. Die Abnehmer sind in einer räumlichen Entfernung von mehr als 100 km zum Betrieb gelegen, der Absatz ist damit überregional geprägt. Insgesamt deuten die Angaben zu den Abnehmern auf einen hohen Vermarktungsaufwand.

Die Zulieferer des Beispielbetriebes Weinbau befinden sich zum überwiegenden Teil in räumlicher Nähe bis zu 20 km zum Betrieb. Darunter sind auch sehr spezialisierte Unternehmen wie Etikettenhersteller oder Lieferanten von Keltereibedarf. Ein Flaschenhersteller, der den Betrieb beliefert, befindet sich in einer Entfernung von bis zu 50 km. Daneben hat der Betrieb drei Zulieferer, die weiter als 100 km vom Betrieb entfernt angesiedelt sind. Dazu zählen zwei Landwirte und ein Fassbinder.

Die Dienstleister, die für den Betrieb tätig sind, befinden sich ebenfalls überwiegend in räumlicher Nähe. Das trifft insbesondere für diejenigen Dienstleister zu, die Lohnarbeiten durchführen oder den Betrieb beraten. Spezialisierte Dienstleister, z.B. für Qualitätsprüfungen befinden sich in räumlicher Entfernung von bis zu 50 km zum Betrieb. Allein die Versicherungen des Betriebes haben ihren Sitz weiter als 100 km entfernt.

Abbildung 5.20: Egonetzwerk Beispielbetrieb Weinbau



Bedeutung für den Betrieb dargestellt anhand der Schriftgröße
 Kontakthäufigkeit/Jahr = Farbe: Blau 0-20 - Violett 21-50 - Grün 51-100 - Rot 101-250

Quelle: Eigene Darstellung

Mit den meisten Geschäftspartnern kommen jährlich bis zu 20 Kontakte zustande. Insbesondere unter den Zulieferern befinden sich mehrere Partner, mit denen der Weinbaubetrieb bis zu 50mal pro Jahr in Kontakt tritt. Der Betriebsleiter bezeichnete alle seine Geschäftspartner als wichtig oder sogar sehr wichtig für seinen Betrieb.

Neben den geschäftlichen Kontakten benannte der Betriebsleiter auch soziale Kontakte, die

teilweise relevant für seinen Betrieb sind. Dazu zählen beispielsweise die Arbeit im Gemeinderat, die Kommunikation mit Berufskollegen sowie die Teilnahme an Versammlungen des regionalen Bauernvereins.

Wichtiges Thema für die Zukunft ist aus Sicht des Betriebsleiters insbesondere der Qualitätsaspekt bei Wein. Bezogen auf seinen Betrieb plant er eine Erhöhung seines Bekanntheitsgrades sowie die Erschließung neuer Absatzmärkte im Ausland, z.B. in Japan und in Belgien. Eine betriebliche Vergrößerung ist nicht geplant, in Zukunft sollen möglichst viele Stufen der Wertschöpfungskette Wein selbst bearbeitet werden.

5.4 Zwischenfazit

Die schriftlichen Befragungen von Landwirten in den Modellregionen und die ergänzenden Interviews belegen, dass die Landwirtschaft ein Wirtschaftsbereich mit vielen Facetten ist. Landwirtschaftliche Betriebe weisen Produktionsschwerpunkte auf und sind in Wertschöpfungsketten eingebunden.

Die auf Basis von Interviews für Beispielsbetriebe erstellten Egonetzwerke geben Hinweise auf die Vernetzungsintensität mit den vor- und nachgelagerten Bereichen, unterstreichen das hohe Maß an Heterogenität und belegen gleichzeitig die regionale Bedeutung der Landwirtschaft. Die gilt sowohl für familienbäuerliche Strukturen als auch für landwirtschaftliche Großbetriebe. Im Einzelnen ist folgendes festzuhalten:

- Landwirtschaftliche Unternehmen sind zum Teil hochspezialisiert oder weisen zumindest deutliche Produktionsschwerpunkte auf. Dies gilt unabhängig von der Flächenausstattung und erklärt sich aus den Produktionsbedingungen, den regionalen Gegebenheiten sowie aus unternehmerischen Aktivitäten.
- Die Landwirtschaft ist mit ihren Marktpartnern regional eng vernetzt. Art und Umfang der Vernetzung hängen von regionalen und produktionsspezifischen Faktoren ab. Typisch sind regional gewachsene Wertschöpfungsketten.
- Mitbestimmt werden Umfang und Intensität der Verflechtungen von der betrieblichen Ausrichtung und letztlich vom Betriebsleiter und seinem Unternehmensleitbild.
- Die Betriebsgröße spielt für Umfang und Intensität des „Netzwerks“ eine untergeordnete Rolle. Maßgeblich für die Entwicklung einer „funktionierenden Netzwerkarbeit“ ist der Betriebsleiter.
- Tendenziell weisen die Abnehmer der landwirtschaftlichen Betriebe eine größere räumliche Distanz zu den landwirtschaftlichen Betrieben auf als die Zulieferer. Dies führt zu einem Nettokapitalstrom in die jeweiligen Schwerpunktregionen. Besonders deutlich wird dies beim Weinbau.

- Je produktionsspezifischer ein Zulieferer ist, desto größer ist die räumliche Distanz zwischen landwirtschaftlichem Betrieb und Zulieferer.
- Die Kontakthäufigkeit zwischen landwirtschaftlichen Betrieben und Marktpartnern nimmt mit zunehmender Entfernung ab.
- Während Gartenbau- und Weinbaubetriebe mit eher geringer Flächenausstattung bei hoher Flächenproduktivität wirtschaften, verfügen Ackerbau- und Veredlungsbetriebe i.d.R. über wesentlich größere Flächen.
- Die ermittelten Egonetzwerke bestätigen, dass der Cluster Agribusiness ein hoch differenziertes Wertschöpfungssystem ist, das von den Vorleistungslieferanten bis zum Einzelhandel reicht.

Die Einbindung der landwirtschaftlichen Betriebe in Netzwerke und die damit verbundenen Ausprägungen der landwirtschaftlichen Produktion belegen die regionalpolitische und -wirtschaftliche Bedeutung der Wertschöpfungsketten als Ganzes. Mit den spezifischen Ausprägungen dieser Ketten leistet der Cluster Agribusiness insgesamt einen wichtigen Beitrag zur Tragfähigkeit der Regionen und zur gesellschaftspolitischen Stabilität.

6 Unternehmertum in der Landwirtschaft

Die ermittelten Egonetzwerke (vgl. Kapitel 5) zeigen, dass Landwirte typische Merkmale mittelständischer Unternehmer aufweisen. Unternehmertum gewinnt damit im landwirtschaftlichen Sektor an Relevanz und ist im Hinblick auf bäuerliche Strukturen und Traditionen zu reflektieren.

Bäuerliche Landwirtschaft ist das in Nord-, West- und Mitteleuropa am häufigsten verbreitete agrarsoziale System. In dieser Struktur liegen die Eigentums- und Nutzungsrechte in der Hand einzelner Familien, deren Hauptaugenmerk auf dem Erhalt des Hofes und somit des Familienerbes gerichtet ist. Infolgedessen werden persönliche Belange oftmals hinten angestellt. Die aus diesen Strukturen entstandene konservative Grundhaltung hat großen Einfluss auf das wirtschaftliche Handeln der landwirtschaftlichen Betriebsleiter, das von HENKEL (2004, S.110) eher „traditional, gefühlsmäßig und bedächtig“ als „innovativ, rational und wendig“ dargestellt wird.

Gleichwohl ist, bedingt durch äußere Einflüsse, ein steter Wandel der landwirtschaftlichen Strukturen zu beobachten. Die Ergebnisse aus Kapitel 5 belegen das wachsende Bewusstsein landwirtschaftlicher Betriebsleiter, ihr Unternehmenskonzept an die sich ändernden Rahmenbedingungen anpassen zu müssen.

DE WOLF/SCHOORLEMMER (2007, S. 8) nennen folgende dem Wandel unterliegende Rahmenbedingungen der landwirtschaftlichen Produktion:

- Veränderungen in der nationalen und EU-Politik
- Veränderungen im Konsumentenverhalten
- Veränderungen der Wertschöpfungsketten
- Veränderungen des landwirtschaftlichen Umfeldes
- zunehmender Bedarf an Dienstleistungen
- Klimawandel und
- steigende Energiepreise.

Diese sich verändernden Bedingungen führen zu mehr Komplexität im Agrarbereich und erfordern unternehmerisches Denken und Handeln (DE WOLF/ SCHOORLEMMER, 2007 S. 7ff.). Gleichwohl hat sich der Begriff „Landwirtschaftlicher Unternehmer“ noch nicht durchgängig in der Landwirtschaft etabliert (SCHWARZ, 2010). Im Folgenden werden wichtige Eigenschaften von am Markt erfolgreichen Unternehmern und Unternehmertypen näher beschrieben und mit landwirtschaftlichen Betriebsleitern verglichen.

6.1 Der Unternehmer als zentrales Element

SCHUMPETER, Begründer des Unternehmerbegriffs, beschreibt einen Unternehmer als eine Person, die neue oder innovative Produkte und/oder Methoden am Markt durchsetzt und neue wirtschaftliche Strukturen etabliert (SCHUMPETER, 1993, S. 100). Insgesamt lassen sich die historischen Unternehmerbeschreibungen auf drei Hauptfunktionen zurückführen. Der Unternehmer ist ein Risikoträger, ein Kombinator von Produktionsfaktoren und/oder ein Innovator (LAUB/SCHNEIDER, 1991, S. 281). Innovativität, Durchsetzung von Neuem am Markt, wurde schon bei den ersten Unternehmerbeschreibungen als Kernpunkt des unternehmerischen Handelns definiert (SCHUMPETER, 1993, S. 110) und wird heute noch häufig zitiert.

Im englischen Sprachraum wird der Unternehmer als Entrepreneur bezeichnet. Dieser Begriff vereint verschiedene Fähigkeiten einer Persönlichkeit wie die individuellen Merkmale und das Humankapital. Diese Verknüpfung zeigt, dass Wissen und Fachqualifikation in Verbindung mit Persönlichkeitsmerkmalen zur erforderlichen Handlungskompetenz eines Unternehmers führen und gehören. Handlungskompetenz ist von großer Bedeutung, da sich unternehmerisches Handeln in einem Netzwerk aus sozialen Kontakten, beruflichen Verbindungen, Gestaltungsspielraum mit anderen Akteuren und spezifisch regionalen Profilen bewegt, die nicht übertragbar sind (WEHLING, 2005, S. 7). Das zeigen auch die in Kapitel 5 für den Agrarbereich ermittelten Egonetzwerke. Somit ist die Unternehmerpersönlichkeit das zentrale Element des Unternehmertums. Unternehmertum bzw. Entrepreneurship beschreiben FALTIN et al. (1998, S. 3 u. S. 80) als die Entwicklung einer unternehmerischen Idee und deren Umsetzung am Markt. Entrepreneurship ist eher in kleinen, jungen als in größeren, älteren Unternehmen zu finden.

Insgesamt betrachtet, besteht Entrepreneurship nach FUEGLISTALLER et al. (2008, S. 6ff.) aus fünf Elementen: dem Unternehmer, einer unternehmerischen Gelegenheit, ausreichenden Ressourcen, einer Form der Organisation und einer günstigen Umwelt. Der Unternehmer bzw. Entrepreneur als zentrales Element erkennt und nutzt die unternehmerische Gelegenheit, baut eine Organisation auf und managt sie, bündelt die zur Verfügung stehenden Ressourcen und kombiniert diese passend zur unternehmerischen Gelegenheit.

Von besonderer Bedeutung für das Unternehmertum ist die Fähigkeit des Unternehmers, Chancen am Markt zu erkennen und zu nutzen. Folgende Faktoren sind hier entscheidend:

- die aktive Suche nach Marktchancen
- eine unternehmerische Wachsamkeit bezüglich der Wahrnehmung von Marktchancen
- Vorkenntnisse und
- soziale Netzwerke.

Die hier angeführten sozialen Netzwerke gewinnen zunehmend an Bedeutung. FUEGLISTALLER et al. (2008, S. 6ff.) betonen, dass lose wie auch enge Kontakte zu Bekannten, Kollegen, Partnern o.ä. bei der Wahrnehmung von Marktchancen und für die Beschaffung nützlich sind und zum Erfolg verhelfen.

6.2 Persönlichkeitsmerkmale als Grundlage des Erfolges

In der Literatur wird eine Vielzahl von Persönlichkeitsmerkmalen eines Unternehmers beschrieben. Häufig steht die Leistungsmotivation als zentrales Unternehmermerkmal im Vordergrund. NAHRENDORF (2008, S. 19) unterteilt motivationale und soziale Merkmale. Zu den motivationalen Merkmalen zählen Leistungsmotivation, Risikoneigung, Innovationsstärke und die Überzeugung, selbst für die Zukunft verantwortlich zu sein. Durchsetzungsbereitschaft und Anpassungsfähigkeit gehören zu den sozialen Merkmalen. Ob letztendlich der Unternehmenserfolg eintritt, ist von vielen Faktoren abhängig, die sich untereinander verstärken. Neben persönlichen Merkmalen wie Unabhängigkeitsstreben, Kreativität, Risikobereitschaft, Entscheidungs- und Durchsetzungsstärke sind Marktfähigkeit und Qualität der Produkte sowie berufliche Fähigkeiten, aber auch das familiäre Umfeld von großer Bedeutung (NAHRENDORF, 2008, S. 201).

Übersicht 6.1: Grundlegende unternehmerische Fähigkeiten in der Landwirtschaft

Kategorie	Grundlegende Fähigkeiten
Berufliche Fähigkeiten	Fähigkeiten der Tier- oder Pflanzenproduktion
	Technische Fähigkeiten
Management	Finanzielles Management und Verwaltung
	Personalmanagement
	Kundenmanagement
	Allgemeine Planung
Unternehmerisches Gespür	Erkennen von betrieblichen Chancen
	Markt- und Kundenorientierung
	Erkennen von Gefahren
	Entwicklungsfähigkeiten/Innovationen
	Risikomanagement
Strategische Fähigkeiten	Fähigkeit, Rückmeldungen anzunehmen und zu nutzen
	Fähigkeit zur Reflexion
	Kontrolle und Bewertung
	Konzeptionelle Fähigkeiten
	Strategische Planung
	Strategische Entscheidungen
	Zielsetzung
Netzwerk- u. kooperative Fähigkeiten	Fähigkeit zur Kooperation mit anderen LW oder Unternehmen
	Netzwerken
	Teamwork
	Führungseigenschaften

Quelle: nach DE WOLF/SCHOORLEMMER, 2007, S. 9

Im Hinblick auf die unternehmerischen Fähigkeiten im landwirtschaftlichen Sektor wurden von DE WOLF/SCHOORLEMMER im Rahmen einer ESoF Studie (Entrepreneurial Skills of Farmers) die grundlegenden Fähigkeiten in fünf Kategorien eingeordnet. Die Übersicht 6.1 zeigt eine Auflistung der grundlegenden Unternehmerfähigkeiten eines Landwirtes, unterteilt in Kategorien.

Neben den in Übersicht 6.1 aufgeführten unternehmerischen Fähigkeiten sind persönliche und charakterliche Fähigkeiten von Bedeutung, die unterstützend auf die geschäftlichen Tätigkeiten eines landwirtschaftlichen Unternehmens wirken.

Übersicht 6.2: Persönliche und charakterliche Fähigkeiten

Kategorie	Persönliche und charakterliche Fähigkeiten
Persönliche Charaktereigenschaften	Flexibilität
	Risiko-Akzeptanz
	Kreativität
	Innovative Fähigkeit
	Ambition
	Motivation
	Engagement
	Selbsterkenntnis
	Verantwortungsbewusstsein
	Offen für Neues
	Sorgfalt
	Ehrlichkeit
	Stressresistenz
Kontaktfreudigkeit	
Verhalten	Positives Auftreten
	Zuvorkommend
	Aufgeschlossenheit
	Offen gegenüber Neuem
	Zuverlässigkeit
	Interesse an der Arbeit
	Übernahme von Risiken
Andere Eigenschaften	Ausbildung
	Erfahrung
	Alter
	Geschlecht

Quelle: nach DE WOLF/SCHOORLEMMER, 2007, S.10

Beide Übersichten verdeutlichen die vorhandenen Wechselbeziehungen der angeführten unternehmerischen Fähigkeiten mit den persönlichen Merkmalen. Ohne die oben aufgeführten persönlichen Merkmale ist auch die Umsetzung der in Übersicht 6.1 genannten unternehmerischen Grundvoraussetzungen für ein erfolgreiches Unternehmertum nicht realisierbar. Besonders deutlich wird dies durch die aufgeführte Kategorie „Netzwerk-

fähigkeiten und kooperative Fähigkeiten“. Erfolgreiches „Netzwerken“ setzt eine Vielzahl der in Übersicht 6.2 genannten persönlichen und charakterlichen Fähigkeiten voraus.

Im Hinblick auf die persönlichen Merkmale und die unternehmerischen Fähigkeiten sind für Unternehmer allgemein und landwirtschaftliche Betriebsleiter letztlich dieselben Anforderungen zu stellen.

Auch seitens der Politik wird vermehrt unternehmerisches Denken von Landwirten gefordert. BRUNNER (2009) betont z.B., dass der von vielen Landwirten gewünschte "allumfassende staatliche Schirm" keine Lösung darstellt, da der Strukturwandel nicht aufzuhalten ist. Betriebe ohne Wachstumschancen müssten sich neue Standbeine in oder außerhalb der Landwirtschaft suchen. Zudem müssen mit den auf offenen Agrarmärkten vorhandenen Preisschwankungen unternehmerisch umgegangen werden. BRUNNER sieht in einer verbesserten Qualifikation der landwirtschaftlichen Unternehmer eine Chance, auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu sein.

6.3 Unternehmertypen

In der Literatur finden sich verschiedenste Ansätze, in denen Unternehmer nach ihren Persönlichkeitsmerkmalen Unternehmertypen zugeordnet werden. SCHUMPETER (1993, S. 122) charakterisierte bereits Anfang des 20. Jahrhunderts den Typus des „echten“ Unternehmers in Form eines Neuerers, der durch Neukombinationen von Produktionsfaktoren und Erschließung neuer Märkte eine ständige Leistungssteigerung herbeiführen kann. Dem stellt er den „schlichten Wirt“ gegenüber, der im Gegensatz zum dynamischen Unternehmer eher statisch ist, vorgegebenen Abläufen folgt und dabei wenig spontan handelt. COOPER UND DUNKELBERG (1986, S. 269ff.) definieren drei Unternehmertypen: den wachstumsorientierten, den nach Unabhängigkeit strebenden und den handwerklichen Unternehmer. MINER (1997, S. 319ff.) wiederum charakterisiert vier Unternehmertypen:

- den persönlichen Hochleistungserbringer, der stark an das Unternehmen gebunden und hoch initiativ ist
- den geborenen Manager, der eine hohe Führungskompetenz, das Bedürfnis nach beruflicher Leistung und Selbstverwirklichung hat und zudem entschlossen, durchsetzungsbereit sowie wettbewerbs- und marktorientiert ist
- den Entwickler von Speziallösungen, der wenig risikobereit ist und Innovationen schaffen und Konzepte entwickeln möchte
- den einfühlsamen Bestverkäufer, der vom Verkauf überzeugt ist, gerne anderen hilft und soziale Beziehungen schätzt (vgl. auch SPIEß, 2005, S. 166ff.).

Die in regelmäßigen Abständen erscheinenden MIND - Mittelstand in Deutschland – Studie hat ebenfalls Unternehmertypen herausgearbeitet. Im Rahmen dieser Studie wurden Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 100.000 Euro und weniger als 500 Mitarbeitern untersucht. Danach werden vier Unternehmertypen klassifiziert:

- Der Stratege gilt als moderner Unternehmertyp. Besonders häufig kommt er in der Industrie und im Dienstleistungssektor vor. Er ist sehr gut ausgebildet und hat ein Unternehmen gegründet, um eine eigene Idee durchzusetzen. Im Verhältnis ist er noch nicht lange im Geschäft, führt aber einen überdurchschnittlich großen Betrieb. Er zeigt ein optimistisches Weltbild und trifft schnelle und mutige Entscheidungen.
- Der Macher ist ein Unternehmer aus Überzeugung. Er packt zu und verfolgt ein klares Ziel. Vor allem in technischen Berufen ist diese Persönlichkeit anzutreffen. Der Macher ist zudem oft sehr gut ausgebildet (Meisterschule oder Studium) und ist ebenso optimistisch wie der Stratege. Er ist überzeugt, dass der Geschäftserfolg nicht immer planbar ist. Um gut vorbereitet zu sein, greift der Macher gerne auf externe Berater zurück.
- Der Pragmatiker führt eher kleinere handwerkliche Betriebe in traditionellen Branchen. Häufig auch zu zweit. Er konzentriert sich ganz auf das Tagesgeschäft, ist bescheiden und plant die Zukunft vorsichtig. Selbstbestimmung ist für diesen Typus sehr wichtig und er scheut vor zu viel Verantwortung für andere zurück. Das Einkommen des Pragmatikers liegt hinter den anderen Unternehmertypen zurück.
- Der Patriarch als vierter Typus ist klassischer Familienunternehmer. Oftmals hat er den Betrieb von seinen Eltern übernommen und arbeitet in einem bewährten Geschäft. Patriarchen sind häufig Alleininhaber und treffen Entscheidungen im Alleingang, wobei sie riskante Geschäfte meiden. Viele Personen dieser Gruppe sind schon älter und haben eine unsichere oder gar keine Nachfolgeplanung (GRUNER + JAHR AG & CO KG, WIRTSCHAFTSPRESSE KÖLN UND DEUTSCHER SPARKASSEN- UND GIROVERBAND, 2006).

Die Untersuchung beschreibt alle vier Unternehmertypen als erfolgreich handelnde Unternehmer. Die aufgeführten Unternehmertypen planen langfristig, geben klare Ziele vor, wollen wachsen und vermeiden unnötige Risiken. Die Vielfalt der Unternehmerpersönlichkeiten macht die Flexibilität des deutschen Mittelstandes aus. SCHWEINSBERG (2006, S. 63ff.) weist jedoch ausdrücklich auf eine Schwäche des deutschen Mittelstandes hin, „die ausgeprägte Beratungsresistenz“. Hiernach werden lediglich Steuerberater als externe Ratgeber akzeptiert. Die fortschreitende Spezialisierung und Globalisierung der

Märkte zeigt jedoch die Grenzen eines jeden Unternehmens auf, sodass externe Beratung und Zukauf von Know-how existenziell sind.

Auch RÖPKE (2002b, S. 2) unterstreicht die Bedeutung des lernfähigen Unternehmers für den Erfolg und die Beständigkeit am Markt. „Auf modernen Märkten müssen Unternehmer ihre Produkte und Technologien ständig verändern.“ Zudem müssen Unternehmer vielseitig sein, da sie einerseits kundenorientiert agieren und andererseits wirtschaftliche Zusammenhänge verstehen und mit Marktpartnern kommunizieren können müssen (RÖPKE, 2002b, S.111ff.).

Im Hinblick auf die ständigen Veränderungen am Markt sind folgende Herausforderungen für Unternehmer von Bedeutung (RÖPKE, 2002a, S. 20ff.):

- Fachwissen muss stetig aktualisiert werden.
- Fest gefügte Berufsbilder verlieren ihre Bedeutung. Professioneller Umgang mit Komplexität, Dynamik, Unsicherheit und Instabilität ist gefragt.
- Wissen ohne schöpferisches und evolutorisches Unternehmertum bleibt wirtschaftlich totes Wissen.
- Die Halbwertszeit des Wissens verringert sich. Die Erfahrungen eines Unternehmers in einer spezifischen Branche sind kein Erfolgsfaktor (mehr).

Um Unternehmer begreifen und Überlegungen zur Entwicklung von Unternehmern anstellen zu können, hinterfragt RÖPKE (2002a, S. 2) zudem das Verständnis und die Konstruktion von Unternehmertum. Mit Unternehmertum (Entrepreneurship) werden hier das Erkennen und Durchsetzen von Chancen und damit verknüpfte erzieherische Tätigkeiten bezeichnet. Die Konstruktion von Unternehmertum geht bei RÖPKE (2002a, S. 2f) von der Annahme aus, dass Unternehmertum nicht angeboren ist. Unternehmertum entfaltet sich mit dem Bewusstsein, denn ansonsten würden alle Aus- und Weiterbildungen ins Leere laufen.

6.4 Der Landwirt als Unternehmer

Herausforderungen an die Landwirtschaft

Die vielfältigen sozio-ökonomischen Veränderungen haben direkte Auswirkungen auf die notwendigen Fähigkeiten eines landwirtschaftlichen Betriebsleiters. Dem Anstieg der Pachtflächen- und Fremdkapitalanteile sowie der Produktionskosten insgesamt kann mit Wachstumsschritten zur Kostendegression begegnet werden. Dies bedingt eine vermehrte Einstellung von Fremd-Arbeitskräften. Andere landwirtschaftliche Betriebsleiter besetzen mit ihren Produkten Nischen-Märkte für klassische landwirtschaftliche Erzeugnisse aber auch in anderen Bereichen, z.B. Dienstleistungen in Freizeit und Erholung. Zudem werden von außen zusätzliche Dokumentationen und Kontrollen gefordert, die einen erhöhten Aufwand und höhere Qualifikation erfordern. Die offene Auseinandersetzung mit der Gesellschaft im ländlichen Raum ist eine weitere Herausforderung, die die Landwirte heute meistern müssen.

Neue und sich wandelnde Herausforderungen führen zu neuen Betätigungsfeldern für die Landwirte. Sinnvolle Entwicklungsstrategien für einzelne Betriebsformen müssen umgesetzt werden. So fordert die „aggressive Wachstumsstrategie“ mit hohem Einsatz von Fremdkapital sehr gute produktionstechnische und ökonomische Leistungen, Spitzenleistungen im Management, gute kommunikative Fähigkeiten im Umgang mit Marktpartnern, sicheren Umgang mit Mitarbeitern und angesichts des in der Regel hohen Risikos Nervenstärke. Auch der Betriebsleiter, der eine „moderate Wachstumsstrategie“ mit kleineren Wachstumsschritten oder größere Zeitabstände zwischen den Schritten wählt, benötigt Nervenstärke. Insgesamt verdeutlichen die beiden hier angeführten Betriebsentwicklungen, dass zukünftig die Entwicklungen innerhalb des Agrarsektors sehr unterschiedlich und vielfältig verlaufen werden (FECHLER, 2009).

Unternehmertypen in der Landwirtschaft

Unter Berücksichtigung all dieser Herausforderungen und Veränderungen im Agrarsektor werden die hohen Ansprüche deutlich, die heute an landwirtschaftliche Betriebsleiter gestellt werden. In der Literatur wird ähnlich wie bei den oben angeführten Unternehmertypen die Heterogenität der landwirtschaftlichen Betriebsleiter im Hinblick auf den Umgang mit den heutigen Anforderungen herausgestellt:

- Der frustrierte Aussteiger, der sich in einem engen sozialen Umfeld bewegt. Er ist nicht politisch oder ehrenamtlich engagiert. Dieser Unternehmertyp empfindet den Strukturwandel und die Veränderungen in der Politik als Bedrohung. Insgesamt sind Veränderungen innerhalb des Betriebes nicht erwünscht.
- Der traditionelle Landwirt, der bis heute seinen Betrieb erfolgreich geführt hat, der aber mit zunehmenden Auflagen und Dokumentationen überfordert sein kann. Insgesamt arbeitet er lieber praktisch und sieht den Strukturwandel eher kritisch. Er ist Landwirt aus Überzeugung.
- Der landwirtschaftliche, zukunftsorientierte Betriebsleiter, der gute Leistungen bringt, sicher im Büro agiert und den Umgang mit Behörden beherrscht. Er sieht die Verantwortung für den Betriebserfolg bei sich selbst.
- Der landwirtschaftliche Manager, der sich weiteren Anforderungen durch größere Betriebseinheiten und komplexe Organisationsstrukturen wie z.B. mehrere Unternehmen an verschiedenen Standorten, Betriebszweige oder Kooperationen stellt. Seine Arbeit beschränkt sich hauptsächlich auf Büroarbeit, hieraus bedingt muss er delegieren können und sicher in der Personalführung sein. Er nutzt die ganze Bandbreite der elektronischen Möglichkeiten, kooperiert mit Berufskollegen, ist sicher in Verkaufsgesprächen und im Umgang mit Banken. Fortbildung ist für ihn ein Muss (vgl. PRODUKT UND MARKT, 2005; FECHLER, 2009).

Die Typisierung von Unternehmern und landwirtschaftlichen Betriebsleitern zeigt eine große Vielfalt. Erfolgreich handelnde Unternehmer finden sich in beiden Gruppierungen. Bis auf den „frustrierten Aussteiger“ planen Unternehmer langfristig, geben klare Ziele vor, wollen wachsen und vermeiden unnötige Risiken.

6.5 Zwischenfazit

Globalisierung, unkalkulierbare Entwicklungen auf den Agrarmärkten und insgesamt schwer vorhersehbare Veränderungen des wirtschaftlichen Umfeldes landwirtschaftlicher Betriebe fordern eine zunehmende Anpassung bzw. Vorbereitung auf die wirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen und klimatischen Entwicklungen.

Für Unternehmer allgemein und für landwirtschaftliche Betriebsleiter sind die Anforderungen weitgehend gleich. Für beide ist ein hohes Maß an Leistungsmotivation, Innovationsstärke und auch die Überzeugung selbst für die Zukunft verantwortlich zu sein, Basis erfolgreicher Unternehmensführung. Ob letztendlich der Unternehmenserfolg eintritt ist jedoch von vielen Faktoren abhängig, die sich untereinander verstärken können. Neben den unternehmerischen Fähigkeiten und persönlichen Merkmalen sind Marktentwicklung und das familiäre Umfeld von großer Bedeutung.

Die Typisierungen der Unternehmer unterstreichen ebenfalls die Gleichartigkeit von landwirtschaftlichen Betriebsleitern und Unternehmern des Mittelstandes. Die landwirtschaftlichen Betriebsleiter planen ebenfalls langfristig, geben klare Ziele vor und vermeiden unnötige Risiken. Dabei macht die Vielfalt der Betriebsleiterpersönlichkeiten die Flexibilität und Leistungsfähigkeit der Landwirtschaft aus.

Wer mit seinen Unternehmen am Markt bestehen will, muss auch in der Landwirtschaft sein Fachwissen stetig aktualisieren. Dabei verlieren festgefügte Berufsbilder an Bedeutung. Professionellen Umgang mit Komplexität, Dynamik, Unsicherheit und Instabilität gilt es in der Landwirtschaft wie im Mittelstand insgesamt zu beherrschen.

Somit ist die Aus- und Fortbildung ein Schwerpunkt der professionellen Betriebsführung: Unternehmerische Kompetenz, kaufmännisches Handeln, Produktentwicklung, Innovationen werden wichtiger. Es ist davon auszugehen, dass Landwirte mit qualitativ höherer Ausbildung tendenziell bessere unternehmerische Fähigkeiten aufweisen.

Unternehmertum in der Landwirtschaft umfasst weiterhin spezifische Merkmale, die sich im Wesentlichen aus dem agrarsozialen Umfeld erklären. Diese spezifischen Merkmale unterscheiden sich jedoch immer weniger von denen mittelständischer Unternehmer.

7 Soester Thesen zum Agribusiness einschließlich Landwirtschaft - Cluster Agribusiness

I. Fakten

1. Agribusiness leistet wichtigen Beitrag zur Volkswirtschaft!

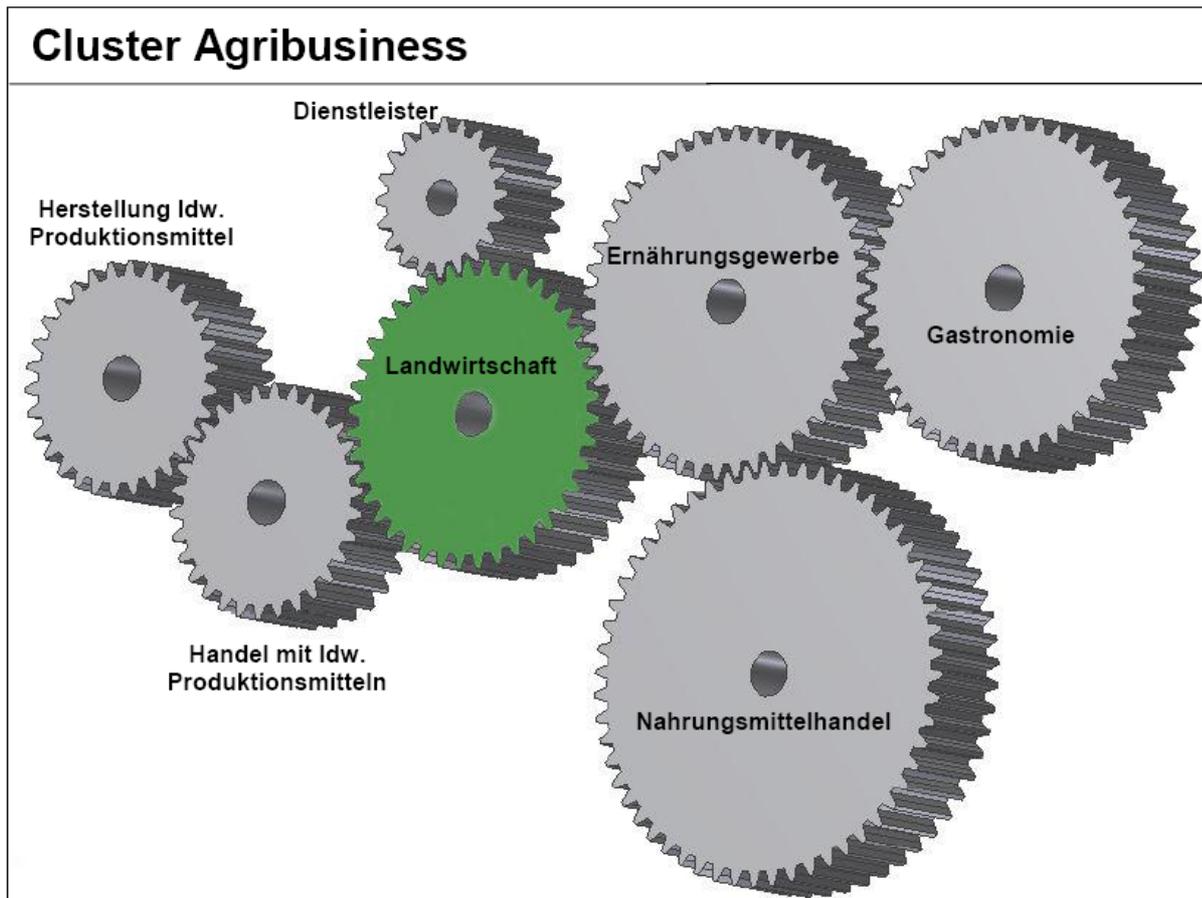
Die hohe Spezialisierung und gleichzeitig die enge Verflechtung der Agrar- und Lebensmittelwertschöpfungsketten erfordern eine gemeinsame Betrachtung aller Wirtschaftssektoren des Agribusiness. Nur so kann eine zeitgemäße volkswirtschaftliche Einschätzung und politische Bewertung agrarwirtschaftlicher Aktivitäten und Perspektiven vorgenommen werden. Die Studie definiert das Agribusiness auf Basis der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und amtlicher Fachstatistiken. Nach endgültigen Werten für 2008 weist der Cluster Agribusiness mit über 12 % aller Erwerbstätigen einen wichtigen Anteil am Arbeitsplatzangebot in Deutschland aus und erzielte einen Produktionswert von rund 390 Mrd. EUR bzw. einen Anteil von 8,4 % am Produktionswert der Bundesrepublik Deutschland insgesamt. Der Anteil an der Bruttowertschöpfung belief sich 2008 auf 6,6 %, das entspricht knapp 150 Mrd. EUR. Erste Berechnungen für 2009 und 2010 zeigen, dass das Agribusiness im volkswirtschaftlichen Kontext ein stabilisierender Faktor ist (siehe dazu Übersichten 3, 4 und 5; Hinweise zur Methodik am Ende des Textes).

[Hinweis: Die hier für den Cluster Agribusiness repräsentierten Zahlen sind eine konservative Schätzung der Leistungen des Agribusiness. Sie enthalten z.B. keine Daten zu Forst- und Holzverarbeitungsaktivitäten oder zur gewerblichen Energieerzeugung, die in Teilen auch von landwirtschaftlichen Betrieben durchgeführt werden. Grundsätzlich wäre auch die Bereitstellung öffentlicher Güter durch die Landwirtschaft als positiver Beitrag zur Volkswirtschaft zu bewerten, er wird jedoch auf Grund ungelöster methodischer Fragen im Zusammenhang mit aktuellen volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen nicht erfasst.]

2. Niedriger Anteil des Agrarsektors an der Bruttowertschöpfung ist Ausdruck volkswirtschaftlicher Stärke!

Der Sektor „Landwirtschaft, Jagd und Fischerei“ hat als Teil des Clusters Agribusiness nur einen Anteil von weniger als 0,8 % an der Bruttowertschöpfung der deutschen Volkswirtschaft. Dieses auf den ersten Blick geringe Gewicht ist ein Zeichen volkswirtschaftlicher Stärke: Er steht für einen hohen Grad von Spezialisierung und Arbeitsteilung in der Agrar- und Lebensmittelkette (historisch entstanden durch zunehmende Abgabe von Tätigkeiten der Landwirtschaft an die vor- und nachgelagerten Bereiche) sowie für niedrige bzw. im Zeitablauf sinkende Stückkosten.

Abbildung 7.1: Cluster Agribusiness



Quelle: Eigene Darstellung

3. Produktivitätsgewinne der Agrarwirtschaft sind Grundlage für Wettbewerbskraft und Wachstum der vor- und nachgelagerten Bereiche!

Auf die vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche des Agrarsektors entfielen 2008 knapp 6 % der Bruttowertschöpfung sowie über 10 % aller Erwerbstätigen der deutschen Volkswirtschaft: Diese Sektoren haben nicht nur in der Vergangenheit von der Spezialisierung der Landwirtschaft und ihrer wachsenden Produktivität stark profitiert - auch in Zukunft sind ihre Wettbewerbskraft und ihre Wachstumschancen mit der Fortentwicklung des Agrarsektors untrennbar verbunden.

4. Regionale Verflechtungen sind auch bei zunehmender internationaler Arbeitsteilung relevant!

Auch mit zunehmenden Ex- und Importbeziehungen sind leistungsfähige lokale Bezugs- und Absatzmärkte wegen ihrer vergleichsweise hohen Planbarkeit, ihren niedrigen Transaktionskosten sowie allgemein durch Cluster- bzw. Fühlungsvorteile entscheidende Standort- und Wettbewerbsfaktoren für Unternehmen, die der Landwirtschaft vor- und nachgelagert sind.

Die einheimische Landwirtschaft als lokaler Absatzmarkt für Vorleistungsunternehmen sowie als Lieferant für die nachgelagerten Bereiche hat als Bindeglied der Agrar- und Lebensmittelwertschöpfungsketten eine Schlüsselstellung inne: Von ihrer positiven Fortentwicklung ist das Wachstum der mit ihr verbundenen Sektoren in großem Maße abhängig. Dabei ist für die internationale Wettbewerbsstellung der vor- und nachgelagerten Unternehmen von entscheidender Bedeutung, ob der deutsche Agrarsektor auch künftig ein kaufkräftiger Abnehmer technisch führender Vorleistungen sein wird und gleichzeitig in der Lage ist, bei seinen Produkten Kosten- und/oder Qualitätsführerschaft zu halten.

5. Landwirtschaftliche Unternehmen sind regional stark vernetzt und gesellschaftlich engagiert!

Agrarwirtschaftliche Unternehmen und die in ihnen arbeitenden Personen verfügen nachweislich über enge regionale Netzwerkbeziehungen sowohl wirtschaftlicher als auch sozialer Natur und sind in besonderem Maße auch gesellschaftlich engagiert. Das belegen die im Rahmen der Studie durchgeführten Befragungen von Landwirten. Sie weisen umfangreiche Egonetzwerke aus, die produktionsspezifisch und regionaltypisch geprägt sind. In den näher untersuchten Schwerpunkt- bzw. Clusterregionen der deutschen Agrarwirtschaft, die sich durch ein besonders hohes Maß an Spezialisierung und eine hohe Präsenz der Unternehmen der vor- und nachgelagerten Bereiche auszeichnen, hat die Agrarwirtschaft ein besonders hohes regionalwirtschaftliches Gewicht. Zusammen genommen sind landwirtschaftliche Unternehmer hinsichtlich fachlicher und persönlicher Merkmale heute mittelständische Unternehmer.

6. Schrumpfung der Agrarwirtschaft hätte fatale regionale Folgen!

Landwirtschaftliche Unternehmen stehen mit ihrer Erzeugung für den Erhalt und die Pflege des Großteils der Flächen im Ländlichen Raum. Ihre umfangreichen Leistungen für die Gesamtgesellschaft stehen für Multifunktionalität und sichern in der Fläche eine gewisse Grundversorgung ab. Von besonders hohem regionalwirtschaftlichem Interesse sind der Erhalt und die Fortentwicklung aktiver Landwirtschaft vor allem in Schwerpunkt- bzw. Clusterregionen, nicht zuletzt wegen den mit ihr eng verflochtenen Beschäftigungs- und Einkommensmöglichkeiten. Eine Schrumpfung oder Stagnation der Landwirtschaft würde dort nicht nur zur erheblichen Schwächung der regional ansässigen Unternehmen der vor- und nachgelagerten Bereiche führen, sondern würde auch zahlreiche weitere Akteure aus anderen Wirtschafts- und Sozialbereichen betreffen. Für die Zukunftsfähigkeit von Regionen haben Schlüsselunternehmen und die Organisation von Netzwerken besonderes Gewicht. Die Identifikation dieser Kernfragen ist essentiell. Ihre Optimierung leistet gleichzeitig einen Beitrag zur Minimierung von Spezialisierungsrisiken von Unternehmen und Regionen.

II. Empfehlungen

7. Regionale Differenzierung zulassen und Standortvorteile nutzen!

Natürliche Standortvorteile, vorhandenes und laufend weiterentwickeltes Know-how sowie leistungsfähige Infrastrukturen haben in Landwirtschaft und Agribusiness insgesamt zu Konzentrationsprozessen und so zur Bildung von Schwerpunktregionen bzw. regionalen Clustern geführt. Diese regionalen Spezialisierungs- und Konzentrationsprozesse im Agribusiness erfordern konsistente politische Begleitung. Dies gilt insbesondere für die Gestaltung der Rahmenbedingungen mit Blick auf leistungsfähige und spezialisierte Produktionseinheiten und ist erst in zweiter Linie eine förderungspolitische Aufgabe. Letztlich ist eine ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltige Entwicklung sicher zu stellen. Aufgabe der Politik ist es, die Zielkonflikte zwischen den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit über Prioritätensetzung zu klären. Die politische Begleitung regionalspezifischer „Insellösungen“, wie z.B. marketingbasierte Produktionsauflagen, die sich an Verbraucherwünschen orientieren, eröffnen in diesem Zusammenhang interessante Perspektiven. Für überregionale Verbände ist die Harmonisierung der einschlägigen Gesetzgebung zwischen den Bundesländern unter Beachtung der Produktionsbedingungen in den wichtigsten konkurrierenden - deutschen wie internationalen - Standorten dringend anzumahnen.

8. Heimische Marktpartner zusammenführen!

Zur Stärkung des regionalen Agribusiness nicht nur in Schwerpunktregionen sind grundsätzlich alle Möglichkeiten zu nutzen, die neue und bestehende Kooperationen zwischen heimischer Zulieferung, Landwirtschaft und heimischer Verarbeitung aufbauen und stärken. Zur Förderung der Kooperationsbereitschaft und -fähigkeit sind insbesondere für Neueinsteiger Anreize zu schaffen, die längerfristige Planungen gestatten. Dazu zählen nicht nur finanzielle Anreize, z.B. bei zu tätigen Investitionen, sondern insbesondere einzurichtende Informationsplattformen für interessierte Partner der Kette. Aufgabe solcher Plattformen sollte nicht nur der Austausch von Wissen und der Aufbau von horizontalen und vertikalen Geschäftsbeziehungen sein. Sie sollten auch die Möglichkeit bieten, sich gemeinsam unter regionalen Aspekten gegenüber Politik, anderen Absatzpartnern oder Verbrauchern zu präsentieren.

9. Sicherung und Stärkung des Agribusiness muss in den Fokus der Politik-Diskussion!

Die umfassende Vernetzungsintensität der Agrar- und Lebensmittelwertschöpfungsketten und die darauf basierende hohe Standortrelevanz einer funktionierenden lokalen Landwirtschaft für ihre vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche sowie für weitere Akteure im ländlichen Raum müssen stärker als zuvor in der politischen Diskussion berücksichtigt werden. Ökologisch, ökonomisch und sozial funktionsfähige Räume müssen explizit zu einem der politischen Kernanliegen werden. Die fachspezifische Zersplitterung diverser Aktivitäten erschwert in diesem Politikfeld den Blick auf zusammenführende Lösungen. Denn je nach Interessenlage wird die Diskussion um die Zukunft der Gemeinsamen Agrarpolitik auf Aspekte wie die Einkommenssicherung landwirtschaftlicher Betriebe, Verteilungsgerechtigkeit zwischen Betriebsgrößen, gesellschaftlichen Gruppen und Mitgliedsländern sowie auf die Frage der (gerechten?) Entlohnung für von der Landwirtschaft bereitgestellten öffentlichen Gütern verengt und von diesen Aspekten dominiert. Der wichtige volkswirtschaftliche Beitrag des Clusters Agribusiness sowie die Frage, wie und mit welchen Maßnahmen man ihn sichern und fortentwickeln kann, ist bisher nur Randaspekt der Diskussion. Agrarpolitische Maßnahmen sind vermehrt daran zu messen, ob und mit welcher Effizienz sie die zukünftige Entwicklung des regionalen Agribusiness und mit ihm der Landwirtschaft nachhaltig stärken und sichern. Für diese Fragestellungen sind die Ressortzuständigkeiten auf Bundes- und Landesebene zu hinterfragen. Mit Blick auf den Cluster Agribusiness und die Ländlichen Räume sind produktionskettenübergreifende Instrumente, wie z.B. QS, sowie sektorübergreifende Lobbyaktivitäten zu starken kampagnefähigen Bündnissen weiter zu entwickeln.

10. Gezielte Förderung regionaler Wertschöpfungsketten fortentwickeln!

Grundsätzlich sollte jegliche Politikplanung für die Landwirtschaft und den ländlichen Raum die Folgen für regionale Wertschöpfungsketten stärker berücksichtigen als bisher. Insbesondere ist die Wettbewerbsrelevanz von laufenden und geplanten Maßnahmen für diese Zielgruppe konsequent zu analysieren und ihre Bedeutung als Eckpfeiler der differenzierten Regionalentwicklung zu berücksichtigen. Für die Stärkung der Wettbewerbsposition des deutschen Agribusiness insgesamt und für seine Fortentwicklung - und damit der deutschen Landwirtschaft - kann die zielgerichtete Förderung regionaler Wertschöpfungsketten einen wichtigen Beitrag leisten. Vor diesem Hintergrund sind tradierte agrarpolitische Maßnahmen neu zu bewerten und mit verlässlichen regionalpolitischen Argumenten zu rechtfertigen. Insbesondere Überwälzungseffekte und wachsender Zufluss von landwirtschaftsfremdem Kapital können mit dieser Perspektive politisch „aufgefangen“ werden. Ein Ausbau der bestehenden Förderansätze ist mit diesem Fokus zu befürworten und EU-rechtlich abzusichern.

11. Zweite Säule nutzen!

Die aktuelle Diskussion um die zukünftige Europäische Agrarpolitik und insbesondere um die so genannte zweite Säule sollte offensiv dazu genutzt werden, die Fördermöglichkeiten zugunsten des Agribusiness insgesamt und insbesondere zugunsten regionaler Wertschöpfungsketten sowohl nach Tatbeständen als auch finanziell deutlich auszuweiten. Dafür ist eine Erweiterung der Entscheidungsspielräume der EU-Mitgliedsstaaten zur Verwendung der Mittel einzufordern und die Ausgestaltung der Kofinanzierung und Eigenbeteiligung zur Diskussion zu stellen. Entsprechendes gilt im Hinblick auf die bürokratischen Vorgaben bei der praktischen Umsetzung.

12. Internationale Wettbewerbsposition des Agribusiness verstärken!

Die politischen Ziele der Ernährungssicherung, des Erhalts der Produktionsgrundlagen, der nachhaltigen Ressourcenbewirtschaftung und der Regionalentwicklung sowie die Pflege von Umwelt und Kulturlandschaft sind nur auf der Grundlage eines wirtschaftlich leistungsfähigen Agribusiness erreichbar. Deutschland steht als Standort in starker Konkurrenz zu anderen Ländern. An die Politik ist generell die dringende Empfehlung zu richten, die Rahmenbedingungen mit hoher Priorität unter wettbewerbsstrategischen Aspekten zu gestalten. Dies gilt in besonderer Weise für das Politikfeld der Agrarpolitik, die künftig dem Leitbild einer „gestaltenden Politik für eine wettbewerbsfähige Land- und Ernährungswirtschaft“ (Sachverständigenbeirat des BMELV Mai 2010, S.30) folgen sollte.

III. Der Beitrag der Agrarpolitik: Handlungsfelder

Aus der Diskussion um die allgemeine politische Ausrichtung und insbesondere um die Weiterentwicklung der Gemeinsamen Agrarpolitik empfehlen sich drei Handlungsfelder mit konkreten Maßnahmen. Sie sind in der praktischen Ausgestaltung WTO-konform auszulegen und zielen darauf ab, den Cluster Agribusiness und die Landwirtschaft als sein zentrales Element mit seinen besonderen sozioökonomischen und ökologischen Verflechtungen wirtschaftlich zu stärken:

A. STÄRKUNG DER INNOVATIONSKRAFT durch

- vermehrte Investitionen in Ausbildung und Beratung
- Ausbau von Forschung und Entwicklung, insbesondere durch Beseitigung der Defizite in der angewandten Agrarforschung und rasche Transformation neuer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Praxis
- Ergänzung und graduelle Substitution der Investitionsförderung durch Innovationsförderung.

B. VERBESSERUNG VON MARKTPPOSITIONEN UND MARKTTRANSPARENZ durch

- Stärkung der Qualitätsproduktion
- verbesserte Exportförderung (ohne Exportbeihilfen)
- verbesserte Informationsquellen für Markt- und andere Daten
- Datendokumentation und stufenübergreifende Rückverfolgbarkeit
- Stärkung von Erzeuger- und/oder Kettenorganisationen – auch durch ggf. Anpassung kartellrechtlicher Vorgaben
- Harmonisierung der Produktionsstandards in und außerhalb der EU sowie ihre Transparenz für die Verbraucher
- flankierende Maßnahmen zur Stärkung der Stellung der Erzeuger in der Lebensmittelkette.

C. FORTENTWICKLUNG VON ABSICHERUNGSTRUMENTEN durch

- kritische Überprüfung und Weiterentwicklung der EU-Agrarmarktpolitik zu einem modernen Risiko- und Krisenmanagement
- neue Instrumente zur Einkommenssicherung und zur Abfederung von Witterungs-, Tierseuchen- und Marktrisiken (z.B. steuerliche Risikoausgleichsrücklage, Versicherungslösungen, Risikofonds, Terminkontrakte).

Von einer konsequenten und umfassenden Stärkung des gesamten Clusters Agribusiness hängt die Zukunft von Landwirtschaft und ländlichen Räumen in Deutschland ab. Dies sollte als zentrale Herausforderung und Zukunftschance verstanden werden.

Die Soester Thesen zum Cluster Agribusiness basieren auf den in der vorliegenden Studie durchgeführten Analysen und stützen sich zusätzlich auf folgende Quellen:

AGRA-EUROPE (2010): Öffentliche Güter und Gemeinwohlleistungen in der Landwirtschaft. In: AGRA-EUROPE 30/10: Dokumentation, EU S. 4ff, EU S.1ff, S. 12ff.

BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND VERBRAUCHERSCHUTZ (2010): EU-Agrarpolitik nach 2013 - Plädoyer für eine neue Politik für Ernährung, Landwirtschaft und ländliche Räume. Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik beim BMELV. Berlin.

SACHVERSTÄNDIGENRAT FÜR UMWELTFRAGEN (2009): Für eine zeitgemäße Gemeinsame Agrarpolitik (GAP). Stellungnahme Nr. 14. Berlin.

COPA COGECA (2010): Die Zukunft der GAP nach 2013. Brüssel.

COPA COGECA (2010): Förderung der Stellung von Landwirten und landwirtschaftlichen Genossenschaften in der Lebensmittelversorgungskette. Brüssel.

LORLEBERG, W.; HENSCHKE, H.-U.; SCHLEYER, A.; WILDRAUT, C. (2010): Standortsicherung durch Clustermanagement und Netzwerkentwicklung - Eine Perspektive für die Agrarwirtschaft in NRW. Forschungsberichte des Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest Nr. 26. Soest.

HENSCHKE, H.-U.; BERENDSON, H.; WILDRAUT, C. (2005): Stärkung des Agrarstandortes Nordrhein-Westfalen durch engere Verzahnung von Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft – Bestandsaufnahme und Perspektiven (Agrarstandort NRW). Forschungsberichte des Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest Nr. 19. Soest.

HENSCHKE, H.-U.; VOGT, H. (1995): Marktorientierte Kooperation im Agrarbereich. Forschungsberichte des Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest Nr. 2. Soest.

8 Zusammenfassung

Mit der vorliegenden Studie wird die Landwirtschaft in Deutschland als Teil des Agribusiness definiert und analysiert. Zentrales Ziel ist eine wissenschaftliche Expertise, die die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der eng verflochtenen Wirtschaftsbereiche des Agribusiness aufzeigt und die Vernetzungsintensität darstellt. Die Ergebnisse sollen möglichst umfassend im politischen Raum Akzeptanz finden und Ausgangspunkt für (agrar- und regional)politische Entscheidungsprozesse sein.

Die Studie definiert das Agribusiness einschließlich Landwirtschaft auf Basis der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und amtlicher Fachstatistiken als Cluster „**Agribusiness**“. Dieser Cluster wird in sich konsistent abgebildet und weist die Landwirtschaft und die ihr vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche jeweils separat aus. Nach den Berechnungen ergibt sich für den Cluster insgesamt ein Anteil von 12 % an den Erwerbstätigen und von 6,6 % an der Bruttowertschöpfung in Deutschland (2008). Erste Berechnungen für 2009 und 2010 zeigen, dass dieser Sektor im volkswirtschaftlichen Kontext ein stabilisierendes Element ist.

Ergänzende Berechnungen zur Zahl der Unternehmen sowie die Hinweise auf Verflechtungen mit angrenzenden Wirtschaftsbereichen unterstreichen die Bedeutung von Agribusiness auf Basis ökonomischer Kennzahlen. Nicht ermittelt wurden aufgrund ungelöster methodischer Probleme die nicht-marktgängigen gesellschaftlichen Leistungen des Clusters, jedoch auch nicht die eventuell entstehenden gesellschaftlichen Kosten.

Die Analyse von fünf Produktionsrichtungen in ausgewählten landwirtschaftlichen Schwerpunktregionen belegt die Heterogenität des Sektors und die unterschiedliche Bedeutung in verschiedenen Regionen. Ergänzend durchgeführte schriftliche Befragungen von Landwirten weisen eine hohe Vernetzungsintensität mit überwiegend starker Einbindung in den Regionen nach. Dazu zählt auch das ausgeprägte gesellschaftliche Engagement der Betriebsleiter und ihrer Familien.

Für Beispielsbetriebe wurden auf Basis von persönlichen Interviews sogenannte Egonetzwerke erstellt. Sie lassen erkennen, dass Umfang und Intensität der Verflechtungen maßgeblich von der betrieblichen Ausrichtung abhängen. In Verbindung mit der Analyse des Unternehmertums wird gleichzeitig deutlich, dass in der Landwirtschaft weiterhin spezifische agrarsozial begründete Merkmale vorhanden sind. Andererseits zeigt sich, dass sich landwirtschaftliche Unternehmer hinsichtlich der Persönlichkeitsmerkmale und der unternehmerischen Fähigkeiten heute und in Zukunft immer weniger von mittelständigen Unternehmern unterscheiden.

Die Studie fasst ihre Ergebnisse in den „Soester Thesen zum Cluster Agribusiness“ zusammen. Darin wird unterstrichen, dass das Agribusiness in Deutschland einen wichtigen Beitrag zu Volkswirtschaft leistet und der niedrige Anteil der Landwirtschaft an der

Bruttowertschöpfung ein Ausdruck volkswirtschaftlicher Stärke ist. Die außerordentlichen Produktivitätsgewinne der Landwirtschaft sind Grundlage für die Wettbewerbskraft der vor- und nachgelagerten Bereiche und damit der Wertschöpfungsketten insgesamt.

Auch bei zunehmender internationaler Arbeitsteilung sind regionale Verflechtungen relevant. Wegen der regional starken Vernetzung landwirtschaftlicher Unternehmen, ihrer Multifunktionalität und wegen des gesellschaftlichen Engagements der Landwirte und ihrer Familien hätte die Schrumpfung der Landwirtschaft fatale regionale Folgen.

Aus diesen ermittelten Fakten ergeben sich folgende Empfehlungen:

- Weitere regionale Differenzierungen sind unter Beachtung der Nachhaltigkeitskriterien zuzulassen und politisch mit den entsprechenden Rahmenbedingungen zu begleiten.
- Heimische Marktpartner sind durch Förderung der Kooperationsbereitschaft und -fähigkeit zusammenzuführen. Damit eröffnen sich auch Möglichkeiten, sich unter regionalen Aspekten gegenüber Politik, anderen Absatzpartnern und Verbrauchern zu präsentieren.
- Die politische Diskussion sollte die Sicherung und Stärkung des Clusters Agribusiness in den Fokus nehmen. Die Berechnungen belegen die gesamtwirtschaftliche Bedeutung, die umfassende Vernetzungsintensität und hohe Standortrelevanz. Agrarpolitische Maßnahmen sind daran zu messen, mit welcher Effizienz sie den Cluster insgesamt stärken und sichern. Gegebene Ressortzuständigkeiten sind dafür nicht mehr zeitgemäß. Für die Lobbyarbeit deutet dies auf Restrukturierungen hin, die im Interesse des Clusters Agribusiness und der ländlichen Räume zu starken, kampagnefähigen Bündnissen führen sollten.
- Die Förderung regionaler Wertschöpfungsketten sollte als Eckpfeiler der differenzierten Regionalentwicklung weiterentwickelt werden. Dafür sind tradierte agrarpolitischen Maßnahmen neu zu bewerten und mit verlässlichen regionalpolitischen Argumenten zu rechtfertigen. Insbesondere Überwälzungseffekte und der wachsende Zufluss von landwirtschaftsfremdem Kapital können so politisch aufgefangen werden.
- Die aktuelle Diskussion über zweite Säule der EU-Agrarpolitik sollte offensiv dazu genutzt werden, die Fördermöglichkeiten für das Agribusiness insgesamt unter dem Aspekt regionaler Wertschöpfungsketten zu modifizieren. Zentrale Punkte sind in diesem Zusammenhang die nationalen Entscheidungsspielräume, die Kofinanzierung und Eigenbeteiligung und die bürokratischen Vorgaben bei der praktischen Umsetzung.

-
- Die politischen Ziele der Ernährungssicherung, des Erhalts der Produktionsgrundlagen, der nachhaltigen Ressourcenbewirtschaftung, der Regionalentwicklung und der Pflege von Umwelt und Kulturlandschaft erfordern ein wirtschaftlich leistungsfähiges Agribusiness. Deshalb sollten wettbewerbsstrategische Aspekte einen hohen Stellenwert erhalten.

Aus diesen Empfehlungen werden drei Handlungsfelder abgeleitet, denen konkrete Maßnahmen zugeordnet sind:

- Stärkung der Innovationskraft
- Verbesserung von Marktpositionen und Markttransparenz
- Fortentwicklung von Absicherungsinstrumenten

Von einer konsequenten und umfassenden Stärkung des gesamten Clusters Agribusiness hängt die Zukunft von Landwirtschaft und ländlichen Räumen in Deutschland ab. Dies sollte als zentrale Herausforderung und Zukunftschance verstanden werden.

Quellenverzeichnis

- AGRARBERICHT (2000): Agrar- und ernährungspolitischer Bericht der Bundesregierung. Drucksache 14/2672. Berlin.
- AGRA-EUROPE (2010): Öffentliche Güter und Gemeinwohlleistungen in der Landwirtschaft. In: AGRA-EUROPE 30/10: Dokumentation, EU S. 4ff, EU S.1ff, S. 12ff.
- ARTHUR, H. B. (1975): Fallstudien zum Agribusiness nach der Havard-Case-Method. Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (Hrsg.): Berichte über Landwirtschaft. Heide in Holstein.
- BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN (O.J.): Milchwirtschaft. URL: http://www.cluster-bayern-ernaehrung.de/cms/front_content.php?idcat=7. Abrufdatum: 17.03.2010.
- BEYER, H.-T. (1999): Nationale und internationale Kunden-Lieferanten-Beziehungen erfolgreich gestalten. 2. Deutscher Vertriebs-Ingenieurtag, Darmstadt, 10./11.06.1999.
- BRANDT, A.; KRÄTKE, S.; HAHN, C.; BORST, R. (2008): Metropolregionen und Wissensvernetzung. Eine Netzwerkanalyse innovationsbezogener Kooperationen in der Metropolregion Hannover, Braunschweig. Münster.
- BUHRMESTER, C., HAU, A., FRINKE, U. (2007): Ertragslage Garten- und Weinbau 2007. BMELV, Bonn.
- BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2007): Beschäftigungsstatistik – Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsgruppen WZ 2003. Nürnberg.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND VERBRAUCHERSCHUTZ (2010): EU-Agrarpolitik nach 2013 - Plädoyer für eine neue Politik für Ernährung, Landwirtschaft und ländliche Räume. Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik beim BMELV. Berlin.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND VERBRAUCHERSCHUTZ (2009a): Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten der Bundesrepublik Deutschland. Bremerhaven.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND VERBRAUCHERSCHUTZ (2009b): Waldbericht der Bundesregierung 2009. Rostock.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN (2000): Agrarbericht 2000. Agrar- und ernährungspolitischer Bericht der Bundesregierung.

- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT (2010): Erneuerbar beschäftigt! Kurz- und langfristige Arbeitsplatzwirkungen des Ausbaus der erneuerbaren Energien in Deutschland. URL: http://www.erneuerbare-energien.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/broschuere_erneuerbar_beschaeftigt_bf.pdf. Abrufdatum: 19.10.2010.
- BUNDEVEREINIGUNG DER DEUTSCHEN ERNÄHRUNGSINDUSTRIE (2010): http://www.bve-online.de/markt_und_statistik/marktinformationen/ausser-haus-markt/ausser-haus-markt_einleitung.html. Abrufdatum 11.10.2010.
- BUNDESWALDINVENTUR 2 (2002): Url: <http://www.bundeswaldinventur.de/enid/4f.html>. Abrufdatum 03.05.2010.
- COOPER, A. C.; DUNKELBERG, W. C. (1986): Unternehmertypen – Ergebnisse einer empirischen Studie. Internationales Gewerbearchiv: IGA. Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen, Ausgabe 34. St. Gallen.
- COPA COGECA (2010): Die Zukunft der GAP nach 2013. Brüssel.
- COPA COGECA (2010): Förderung der Stellung von Landwirten und landwirtschaftlichen Genossenschaften in der Lebensmittelversorgungskette. Brüssel
- DAVIS, J. H.; GOLDBERG, R. A. (1957): A Concept of Agribusiness; Harvard University Press. Boston.
- DEIMEL, M.; THEUVSEN, L.; EBESKOTTE, C. (2008): Von der Wertschöpfungskette zum Netzwerk: Methodische Ansätze zur Analyse des Verbundsystems der Veredlungswirtschaft Nordwestdeutschlands. Diskussionsbeitrag Nr. 0810 des Departments für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung. Göttingen.
- DEUTSCHES WEININSTITUT (2007): Rheinhessen – Großes Weinland mit vielen Entdeckungen. [http://www.deutscheweine.de/internet-de/nav/2d9/2d940b82-fba0-6401-e76c-d7b482058468\\$08b709dd-d602-3401-be59-267b48205846.htm](http://www.deutscheweine.de/internet-de/nav/2d9/2d940b82-fba0-6401-e76c-d7b482058468$08b709dd-d602-3401-be59-267b48205846.htm) Abrufdatum 16.04.2008.
- DE WOLF, P.; SCHOORLEMMER, H. (2007): Exploring the Significance of Entrepreneurship in Agriculture. Research Institute of Organic Agriculture, CH-Frick. URL: http://www.esofarmers.org/documents/de-wolf-schorlemmer-2007-esof_000.pdf. Abrufdatum 18.08.2009.
- DIBBERN, F.-F. (2002): Mittelstand im Wandel des Wettbewerbs: Möglichkeiten und Grenzen kooperativer Unternehmensnetzwerke als strategische Option. Freiburg.
- EMMEL, W. (2008): Die Revision der Wirtschaftszweigklassifikation 2008. Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg 2/2008. Stuttgart.

- ENGELHARD, J. (2010): Gabler Wirtschaftslexikon, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1210/branche-v6.html>. Abrufdatum: 02.02.2009.
- FACHAGENTUR NACHWACHSENDE ROHSTOFFE (2010): Deutschland setzt weiter auf nachwachsende Rohstoffe. URL: <http://www.nachwachsenderohstoffe.de/service/mediathek/grafiken/>. Abrufdatum: 19.10.2010.
- FALTIN, G.; RIPSAS, S.; ZIMMER, J. (1998): Entrepreneurship – Wie aus Ideen Unternehmen werden. München.
- FECHLER, R. (2009): Zukünftige Anforderungen an den landwirtschaftlichen Unternehmer. Internationale Akademie land- und hauswirtschaftlicher Beraterinnen und Berater. 48. Arbeitstagung vom 21. bis 25. Juni 2009. Marburg.
- FRENKEL, M.; JOHN, K. D. (1999): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. München.
- FUEGLISTALLER, U.; MÜLLER, C.; VOLERY, T. (2008): Entrepreneurship. Wiesbaden.
- GRUNER + JAHR AG & CO KG, WIRTSCHAFTSPRESSE KÖLN, DEUTSCHER SPARKASSEN- UND GIROVERBAND (2006): MIND 2006: Aufschwung aus eigener Kraft. Impulse, Köln.
- GOPPEL, K. (2005): Vernetzung und Kooperation – Beitrag für eine innovative Regionalentwicklung. In: BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, INFRASTRUKTUR, VERKEHR UND TECHNOLOGIE: Stadt – Umland – Management, München.
- GURRATH, P. (2006): Ergebnisse der Gartenbauerhebung 2005. In: STATISTISCHES BUNDESAMT: Wirtschaft und Statistik 10/2006, Wiesbaden.
- HAEDELER, T.; WINTER, E. (2000): Gabler Wirtschaftslexikon. Wiesbaden.
- HENKEL, G. (2004): Der Ländliche Raum. Gegenwart und Wandlungsprozesse seit dem 19. Jahrhundert in Deutschland. Stuttgart.
- HENSCHKE, H.-U.; SCHLEYER, A.; WILDRAUT, C. (2006): Möglichkeiten und Grenzen nachhaltiger Kundenbindung bei der Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte in NRW. Forschungsberichte des Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest Nr. 20. Soest.
- HENSCHKE, H.-U.; BERENDSON, H.; WILDRAUT, C. (2005): Stärkung des Agrarstandortes Nordrhein-Westfalen durch engere Verzahnung von Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft – Bestandsaufnahme und Perspektiven (Agrarstandort NRW). Forschungsberichte des Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest Nr. 19. Soest.
- HENSCHKE, H.-U.; VOGT, H. (1995): Marktorientierte Kooperation im Agrarbereich. Forschungsberichte des Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest Nr. 2. Soest.

- I.M.A – INFORMATION.MEDIEN.AGRAR E.V.: URL: <http://www.agrilexikon.de/index.php?id=agra-wiki-a>. Abrufdatum: 01.02.2010.
- KUTSCHKER, M. (1994): Strategische Kooperationen als Mittel der Internationalisierung. In: SCHUSTER, L. (Hrsg.): Die Unternehmung im internationalen Wettbewerb. S. 121-157. Berlin.
- LANDESBETRIEB FÜR STATISTIK UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIE NIEDERSACHSEN (2007): Landwirtschaftliche Betriebe mit Viehhaltung Schweinen, Jahr: 2007. LSKN-Online: Tabelle K6080024. Abrufdatum 18.03.2010.
- LANDWIRTSCHAFTSKAMMER NIEDERSACHSEN (2007): Landwirtschaftliche Hauptidebetriebe, Durchschnittswerte nach Betriebsformen und Größenklassen Wirtschaftsjahr 2006/2007. Hannover.
- LANDWIRTSCHAFTSKAMMER NRW (2008): Landwirtschaftlicher Fachbeitrag zum Regionalplan Münsterland. Coesfeld.
- LAUB, U.; SCHNEIDER, D. (1991): Innovation und Unternehmertum. Wiesbaden.
- LIEPMANN, P.; BONKAMP, O.; GOHS, B. M. (2006): Kooperationen und Netzwerke in ausgewählten Branchen der Region Ostwestfalen-Lippe. Düsseldorf.
- LORLEBERG, W; HENSCHKE, H.-U.; SCHLEYER, A.; WILDRAUT, C. (2010): Standortsicherung durch Clustermanagement und Netzwerkentwicklung - Eine Perspektive für die Agrarwirtschaft in NRW. Forschungsberichte des Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest Nr. 26. Soest.
- MORSCHETT, D. (2005): Formen von Kooperationen, Allianzen und Netzwerken. In: ZENTES, J.; SWOBODA, B.; MORSCHETT, D. (Hrsg.): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke - Grundlagen, Ansätze, Perspektiven. S. 379-403. Wiesbaden.
- MINER, J. B. (1997): A psychological typology and its relationship to entrepreneurial success. Entrepreneurship & Regional Development. Ausgabe 9.
- NAHRENDORF, R. (2008): Der Unternehmer-Code. Wiesbaden.
- NEUBÄUMER, R.; HEWEL, B. (2005): Volkswirtschaftslehre. Wiesbaden.
- NEUMAIR, S.-M.; HAAS, H.-D. (2000): Gabler Wirtschaftslexikon. Wiesbaden.
URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/4506/agrobusiness-v6.html>
Abrufdatum: 02.06.2009.
- NUSSER, M.; SHERIDAN, P.; WALZ, R.; SEYDEL, P.; WYDRA, S. (2007): Makroökonomische Effekte des Anbaus und der Nutzung von nachwachsenden Rohstoffen. Gülzow.

URL: http://www.fnr-server.de/ftp/pdf/literatur/pdf294_Makrooekonomie.pdf.

Abrufdatum: 10.11.2010.

OSTWALD, D. A. (2009): Wachstums- und Gesundheitseffekte der Gesundheitswirtschaft in Deutschland. Berlin.

PORTER, M. E. (2008): Wettbewerbsstrategie. Frankfurt.

PORTER, M. E. (1998): Clusters and the New Economics of Competition. In: HARVARD BUSINESS REVIEW, Reprint Number 98609, Boston, S. 75 – 90.

PORTER, M. E. (1991): Nationale Wettbewerbsvorteile. Erfolgreich konkurrieren auf dem Weltmarkt. München.

PREISSEL, B.: Cluster und Vernetzung. URL: http://www.gsoep.de/documents/dokumentenarchiv/17/42419/abschluss_a3.pdf. Abrufdatum: 13.08.2008.

PRODUKT UND MARKT (2010): Konjunktur- und Investitionsbarometer Agrar. URL: <http://media.repro-mayr.de/14/130614.pdf>. Abrufdatum: 21.10.2010.

RANSCHT, A. (2009): Quantifizierung regionaler Wachstums- und Beschäftigungseffekte der Gesundheitswirtschaft - am Beispiel ausgewählter Metropolregionen. Berlin.

RASSIDAKIS, P. (2001): Weg der Selbstevolution. Marburg.

RHEINHESSENWEIN E. V. (2008): Weinfakten aus Rheinhessen – Deutschlands sonnigstes Gebiet. http://www.rheinhessen.de/weinfakten_aus_rheinhessen.html (Abrufdatum: 16.04.2008).

RIEPING, T. (2004): Unternehmensgründungen im Agribusiness. Schriftenreihe Agrarwissenschaftliche Forschungsberichte, Band 24. Hamburg.

RÖPKE, J. (2002a): Der lernende Unternehmer. Zur Evolution und Konstruktion unternehmerischer Kompetenz. Marburg.

RÖPKE, J. (2002b): Lerne lernen mit Laotse oder Erfolgreiche Unternehmer sind Taoisten. In: Brand eins. 09/2002. Hamburg.

SACHVERSTÄNDIGENRAT FÜR UMWELTFRAGEN (2009): Für eine zeitgemäße Gemeinsame Agrarpolitik (GAP). Stellungnahme Nr. 14. Berlin.

SCHÄKEL; W. (1996): Die wirtschaftliche Bedeutung des Agrarkomplexes in ländlichen Räumen. Kiel.

SCHMIDT, A. (2007): Co-Opera - Kooperationen mit Leben füllen. Ein multiperspektivischer Blick auf die Entwicklung von Unternehmenskooperationen innerhalb von Clustern und Netzwerken. Heidelberg.

- SCHRAMM-KLEIN, H. (2005): Exogene und endogene Einflussfaktoren der Kooperation. In: ZENTES, J.; SWOBODA, B.; MORSCHEIT, D. (Hrsg.): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke - Grundlagen, Ansätze, Perspektiven. S. 531-556. Wiesbaden.
- SCHULER, J. (2008): Clustermanagement : Aufbau und Gestaltung von regionalen Netzwerken. Sternenfels.
- SCHUMPETER, J. (1993): Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Duncker und Humblot, Berlin.
- SCHWARZ, W. (2010): Landwirt als Unternehmer: Utopie, Reizwort oder Realität? Rede des Bauernpräsidenten Schwarz, Schleswig-Holstein, Bauerntag im Februar 2010. Sulzbach. URL: <http://www.bdm-verband.org/html/index.php?module=News&func=display&sid=135>. Abrufdatum: 02.11.2010.
- SCHWEINSBERG, K. (2006): Persönlichkeiten – Was macht den Mittelständler aus? In: KRÜGER, W.; KLIPPSTEIN, S.; MERK, R.; WITTEBERG, V.: Praxishandbuch des Mittelstandes. Wiesbaden.
- SEIDEL, A. (2010): Umstellung der Konjunkturstatistik in bestimmten Dienstleistungsbereichen auf die Wirtschaftszweigklassifikation NACE Rev. 2. In: STATISTISCHES BUNDESAMT. Wirtschaft und Statistik 3/2010. Wiesbaden.
- SEINTSCH, B. (2008): Entwicklungen und Bedeutung des bundesweiten Clusters Forst und Holz. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND VERBRAUCHERSCHUTZ (BMELV): Cluster Forst und Holz. Sonderdruck der im Holz-Zentralblatt von 2006 – 2008 veröffentlichten Ergebnisberichte der Teilstudien. Berlin.
- SIEBERT, H. (2003): Ökonomische Analyse von Unternehmensnetzwerken. In: SYDOW, J. (Hrsg.): Management von Netzwerkorganisationen. Wiesbaden, S. 7 - 27.
- SPIEß, E. (2005): Wirtschaftspsychologie. München.
- STATISTISCHE ÄMTER DER LÄNDER (2009): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder. Entstehung, Verteilung und Verwendung des Bruttoinlandsprodukts in den Ländern und Ost-West-Großraumregionen Deutschlands 1991 bis 2008. Reihe 1, Band 5. Stuttgart.
- STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN (2009): Betriebssysteme und Standardbetriebseinkommen der landwirtschaftlichen Betriebe in Mecklenburg-Vorpommern. Stand: Mai 2007. Schwerin.

- STATISTISCHES AMT MECKLENBURG-VORPOMMERN (2007a): Bodennutzung und Ernte in Mecklenburg-Vorpommern. Schwerin.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2010a): Ergebnisse der Erwerbstätigenrechnung in der Abgrenzung der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR). URL: <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/Zeitreihen/LangeReihen/Arbeitsmarkt/Content75/lrrew13a,templateId=renderPrint.psml>. Abrufdatum 17.06.2010.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2010b): Input-Output-Rechnung im Überblick. Wiesbaden. URL: <http://www.destatis.de/publikationen>. Suchwort: Input-Output-Rechnung. Abrufdatum 02.06.2010.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2010d): Umsatzsteuerstatistik 2008 – Steuerpflichtige Unternehmen und deren Lieferungen und Leistungen nach wirtschaftlicher Gliederung. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2009a): Fachserie 3, Reihe 3.1.5. Land- und Forstwirtschaft, Fischerei - Landwirtschaftliche Bodennutzung - Rebflächen - 2008. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2009b): Der Dienstleistungssektor - Wirtschaftsmotor in Deutschland. Ausgewählte Ergebnisse von 2003 bis 2008. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2009c): Fachserie 18 Reihe 1.4. Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - Inlandsproduktsberechnung. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2009e): Erwerbstätige in den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen, Wiesbaden. URL: <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/abisz/Erwerbstaetige,templateId=renderPrint.psml>. Abrufdatum 07.09.2009.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2009f): Fachserie 4 Reihe 4.3. Kostenstrukturerhebung zu 2007. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2008a): Fachserie 18 Reihe 1.4. Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - Inlandsproduktsberechnung. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2008b): STATmagazin. Arbeitsmarkt. URL: http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/STATmagazin/Arbeitsmarkt/2008__1/WW__Wirtschaftzweige.psml Abrufdatum: 17.03.2010.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2008c): Land- und Forstwirtschaft, Fischerei. Bodennutzung der Betriebe. Agrarstrukturerhebung 2007. Fachserie 3, R 2.1.2, Wiesbaden.

- STATISTISCHES BUNDESAMT (2008d): Betriebsgrößenstruktur. Agrarstrukturerhebung 2007. Fachserie 3, R 2.1.1. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2007b): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Input-Output-Tabelle. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2007c): Produzierendes Gewerbe, Kostenstruktur der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2007d): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Inlandsprodukt nach ESGV 1995. Methoden und Grundlagen. Fachserie 18 Reihe S.22. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2006a): Erwerbstätigenrechnung im Rahmen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2005a): Allgemeine Agrarstrukturerhebung – Landwirtschaftliche Betriebe und landwirtschaftlich genutzte Fläche (LF), 2005. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2005b): Methoden – Verfahren - Entwicklungen. Nachrichten aus dem Statistischen Bundesamt. Ausgabe 1/2005. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2004): Agrarstrukturerhebung 2003 – Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Bodennutzung und Viehbestand der Betriebe. Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2003a): Klassifikation der Wirtschaftszweige mit Erläuterungen. Wiesbaden.
- STATISTISCHES LANDESAMT SACHSEN-ANHALT (o.J.): Stala-Lexikon: Gärtnerische Nutzfläche. URL: http://www.stala.sachsen-anhalt.de/Definitionen/G/Gaertnerische__Nutzflaeche.html. Abrufdatum: 22.02.2010.
- STOMMEL, H. (2009): Wirtschaftsfaktor Gartenbau. Bonn. URL: <http://www.aid.de/landwirtschaft/gartenbau.php>. Abrufdatum 22.02.2010.
- STRECKER, O.; STRECKER, O. A.; ELLES, A.; WESCKE, H.-D.; KLIEBISCH, C. (2010): Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte. Frankfurt a. M.
- STRECKER, O.; REICHERT, J.; POTTEBAUM, P. (1996): Marketing in der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Münster.
- SYDOW, J. (2002): Strategische Netzwerke: Evolution und Organisation. Wiesbaden.
- THÜRINGER MINISTERIUM FÜR LANDWIRTSCHAFT, NATURSCHUTZ UND UMWELTSCHUTZ (2005): Bericht zur Entwicklung der Landwirtschaft in Thüringen 2006. Erfurt.

URL: <http://www.thueringen.de/de/publikationen/pic/pubdownload702.pdf>.

Abrufdatum: 17.08.2009.

- TREECK, H.-J. (2004): Die Umsatzsteuerstatistik als Quelle wirtschaftsstatistischer Analysen. In: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): Statistische Analysen und Studien NRW: Band 15, Düsseldorf.
- VAN DER LINDE, C. (2005): Cluster und regionale Wettbewerbsfähigkeit. Wie Cluster entstehen, wirken und aufgewertet werden. In: CERNAVIN, O.; FÜHR, M.; KALTENBACH, M.; THIEßEN, F. (Hrsg.) (2005): Cluster und Wettbewerbsfähigkeit von Regionen. Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Volkswirtschaftliche Schriften, Heft 543. Berlin.
- VOLZ, K.-R. (2001): Wem gehört eigentlich der deutsche Wald. In: Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg (Hrsg.): Der deutsche Wald, 51. Jahrgang Heft 1.
- WALTER, S. A. (2004): Netzwerkökonomie und Kultur. Sozio-kulturelle Bedingungen innovativer Netzwerke. Eine empirische Untersuchung im „Dritten Italien“. Dissertation am Fachbereich Sozialwissenschaften der Universität Bremen.
- WEHLING, D. (2005): Der Pionierunternehmer im 21. Jahrhundert – Entrepreneurship für die Zukunft. Veröffentlichung zur Antrittsvorlesung von Prof. Wehling an der Fachhochschule Lausitz. URL: http://www.prof-wehling.de/level9_cms/index.php?mid=00080026. Abrufdatum: 2.11.2009.
- WOCKEN, C., HEMME, T., RAMANOVICH, M., FAHLBUSCH, M., SPILLER, A. (2008): Der Markt für Milch und Milcherzeugnisse. In: Agrarwirtschaft 57 (2008) Heft 1.
- WRONA, T.; SCHELL, H. (2005): Globalisierungsbetroffenheit von Unternehmen und die Potenziale der Kooperation. In: ZENTES, J.; SWOBODA, B.; MORSCHETT, D. (Hrsg.) (2005): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke. Wiesbaden.
- ZENTES, J.; SWOBODA, B.; MORSCHETT, D. (2005): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke. Wiesbaden.
- ZMP (2007): Marktbilanz Milch. Bonn.
- ZUREK, M. (1972): Die Input-Output-Verflechtung der westdeutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft. Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie e.V. Bonn.

Anhang

Liste Agribusiness

Konzentrationsquotienten

Fragebogen - Schriftliche Befragung

Gesprächsleitfaden

Liste Agribusiness

Berechnet auf Grundlage der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen, Fachserie 18, Reihe 1.4, 2010 bezogen auf das Jahr 2008

Zahlen zu 2008

WZ 2008		WZ 2003		1	2	3
Bezeichnung nach WZ 2008				Erwerbstätige	Produktionswert in	Bruttowertschöpfung in
				(Berechnung und	jeweiligen Preisen	jeweiligen Preisen
				Erläuterung S.	(Berechnung und	(Berechnung und
				Anzahl	in Euro	in Euro
Vorgelagerte Wirtschaftsbereiche:						
Herstellung, Installation und Instandhaltung von lkw. Produktionsmitteln				137.241	22.924.709.730	7.476.505.589
ex 08.91	Bergbau auf chemische und Düngemittelminerale	ex 14.30		5.458	4.534.412	1.953.406
10.91.0	Herstellung von Futtermitteln für Nutztiere	15.71.0		10.792	4.199.426.495	915.222.627
20.15.0	Herstellung von Düngemitteln und Stickstoffverbindungen	24.15.0		1.950	2.382.553.053	791.906.623
20.20	Herstellung von Schädlingsbekämpfungs- und Pflanzenschutzmitteln	24.20.0		5.556	357.874.770	118.949.461
ex 23	Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	ex 29		3.651	606.998.721	220.027.795
25.73.4	Herstellung von Geräten für die Landwirtschaft	28.62.5		2.964	608.311.980	31.027.055
28.30.0	Herstellung von land- und forstwirtschaftlichen Maschinen, einschließlich Reparatur und Instandhaltung	28.31.1		41.175	13.279.412.557	4.819.258.420
	Herstellung von land- und forstwirtschaftlichen Zugmaschinen	28.32.1		-	-	-
	Herstellung von sonstigen land- und forstwirtschaftlichen Maschinen	28.32.1		-	-	-
ex 33.11.0	Reparatur von Metallzeugnissen (= Geräten für die Landwirtschaft, WZ 03)	28.62.5		38.598	-	-
ex 33.12.0	Reparatur von Maschinen	ex 29.31.2		-	-	-
ex 33.20.0	Installation von Maschinen und Ausrüstungen	ex 29.23.0		14.923	219.003.583	79.479.033
ex 43	Vorbereitende Baustellenarbeit, Bauinstallation und sonstiges Ausbaugewerbe	ex 45		12.174	1.206.594.149	498.681.170
Handel mit lkw. Grundstoffen, Maschinen und Geräten				86.416	12.343.837.638	7.426.351.687
46.11	Handelsvermittlung von lkw. Grundstoffen, lebenden Tieren, textilen Rohstoffen und Halbwaren	51.11.		6.748	145.076.945	87.281.804
46.2	Großhandel mit landw. Grundstoffen, lebenden Tieren	51.2		45.102	9.331.832.812	5.614.256.633
46.61.0	Großhandel mit landw. Maschinen und Geräten	51.88.0		9.910	1.713.490.353	1.030.877.297
ex 46.75.0	Großhandel mit chemischen Erzeugnissen	ex 51.55.4		24.655	1.366.602	822.181
	Großhandel mit Düngemitteln	51.55.5		-	1.152.070.926	693.113.772
Dienstleister				87.943	3.158.784.382	1.799.045.576
ex 38	Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen	ex 90		2.027	486.002.331	215.617.716
ex 52.1	Lagererei	ex 63.12		401	-	-
	Lagererei (ohne Kühlhäuser)	ex 63.12.1		-	2.763.115	1.115.753
	Kühlhäuser	63.12.2		-	575.284.692	232.301.443
ex 58.14.0	Verlegen von Zeitschriften (Fachmedien)	ex 22.13.1		170	3.451.674	1.491.264
ex 64.19.5	Kreditinstitute mit Sonderaufgaben (landw. Rentenbank)	ex 65.12.7		65	39.890.964	18.573.625
ex 65.12.2	Schaden- und Unfallversicherung (Agrarversicherung)	ex 66.03.2		1.154	215.046.859	39.759.667
ex 69.20.3	Praxen von Steuerberatern, Steuerberatungsgesellschaften (landw.)	ex 74.12.3		25.320	144.639.340	93.575.127
ex 70.22.0	Unternehmensberatung	ex 74.14.1		19.283	261.262.232	168.791.479
ex 72.19.0	Sonstige Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Maschinenbau	ex 73.10.3		0	0	0
ex 73.1	Werbung (Agrarwerbung)	ex 74.40.2		2.059	144.809.520	93.555.861
ex 73.11.0	Werbegestaltung	-		-	-	-
ex 73.12.0	Vermarktung und Vermittlung von Werbezwecken u. Werbeflächen	-		-	-	-
ex 73.2	Markt- und Meinungsforschung	ex 74.13		6.302	-	-
	Marktforschung	ex 74.13.1		-	27.662.955	17.871.971
	Meinungsforschung	ex 74.13.2		-	3.861.803	2.494.962
ex 74.90.0	Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten (Sachverständige (Sachverständigen))	ex 74.87.2		24.439	6.533.919	4.221.314
ex 75.00	Veterinärwesen	ex 85.20		1.391	-	-
ex 75.00.1	Tierarztpraxen	ex 85.20.1		-	413.296.998	289.634.940
ex 75.00.9	Sonstiges Veterinärwesen (Sonstige selbstständige Tätigkeiten im Veterinärwesen)	ex 85.20.2		-	16.690.754	3.233.969
ex 75.00.9	Sonstiges Veterinärwesen (Anstalten und Einrichtungen des Veterinärwesens)	ex 85.20.3		-	22.957.457	2.312.079
ex 77.31	Vermietung von landwirtschaftlichen Maschinen und Geräten	ex 71.31.0		1.410	646.103.721	517.269.359
ex 81.29.2	Desinfektion und Schädlingsbekämpfung	ex 74.70.4		3.521	130.657.002	84.412.464
ex 94.11.0	Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände (Wirtschaftsverbände (Interessenvertretungen))	ex 91.11.1		381	14.735.413	10.649.122
ex 94.11.0	Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände (Öffentlich-rechtliche Wirtschaftsvertretungen, Landwirtschaft)	ex 91.11.2		-	2.993.626	2.163.461
Summe "vorgelagerte Wirtschaftsbereiche":				311.600	38.427.331.750	16.701.902.852
Landwirtschaft, Jagd u. Fischerei:						
Landwirtschaft:						
01.0	Landwirtschaft und Jagd	01		824.000	49.210.000.000	17.410.000.000
01.1	Anbau einjähriger Pflanzen	01.1		110.288	13.107.491.362	4.637.297.797
01.2	Anbau mehrjähriger Pflanzen	01.1		36.073	-	-
01.3	Betrieb von Baumschulen sowie Anbau von Pflanzen zu Vermehrungszwecken	01.1		-	115.379	-
01.4	Tierhaltung	01.2		154.225	10.179.624.943	3.601.448.288
01.5	Gemischte Landwirtschaft	01.3		316.791	11.631.939.848	4.115.262.604
01.6	Erbringung von landwirtschaftlichen Dienstleistungen	01.4		90.940	14.284.438.896	5.053.689.924
01.7	Jagd, Fallenstellerei und damit verbundene Tätigkeiten	01.5		304	6.504.952	2.301.386
Fischerei:						
03	Fischerei und Aquakultur	05		5.000	470.000.000	230.000.000
03.1	Fischerei	05.01		2.668	328.226.077	160.621.272
03.11	Hochsee- und Küstenfischerei	05.01.1		-	292.554.678	143.165.055
03.12	Fluss- und Seenfischerei	05.01.2		-	36.671.399	17.456.217
03.2	Aquakultur	05.02		2.332	141.773.923	69.378.728
03.21	Meeressaquakultur	05.02.0		-	-	-
03.22	Süßwasseraquakultur	05.02.0		-	-	-
Summe "Landwirtschaft, Jagd und Fischerei":				829.000	49.680.000.000	17.640.000.000
Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche:						
Ernährungsgewerbe u. Tabak:						
10.0	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln (Ernährungsgewerbe) ohne 10.91.0	15		952.208	158.890.573.505	35.284.777.373
10.1	Schlachten und Fleischverarbeitung	15.1		941.208	155.890.573.505	33.974.777.373
10.2	Fischverarbeitung	15.2		215.493	33.525.144.851	7.306.467.011
10.3	Obst- und Gemüseverarbeitung	15.3		10.014	1.773.008.315	386.409.270
10.4	Herstellung von pflanzlichen und tierischen Ölen und Fetten	15.4		37.216	1.672.023.449	1.672.040.091
10.5	Milchverarbeitung	15.5		7.189	4.810.319.649	1.048.360.626
10.6	Mahl- und Schälmaschinen, Herstellung von Stärke u. Stärkeerzeugnissen	15.6		57.124	25.786.269.946	5.619.857.320
10.7	Herstellung von Back- und Teigwaren	15.81/82		16.515	7.652.115.942	1.667.701.450
10.8	Herstellung von sonstigen Nahrungsmitteln	15.8		344.176	-	-
10.9	Herstellung von sonstigen Nahrungsmitteln	15.8		142.943	50.109.051.070	10.920.762.020
10.9	Herstellung von Futtermitteln (ohne 10.91.0)	15.72		8.012	2.758.880.823	601.270.235
11.0	Getränkherstellung	15.9		102.523	21.803.759.461	4.751.909.349
12.0	Tabakverarbeitung	16		11.000	3.000.000.000	1.310.000.000
Nachrichtlich: Ernährungsindustrie (als Teil der Abteilungen 10.0 und 11.0 der WZ 2008)						
10.0	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln	15		1.551.481	94.311.459.879	55.031.563.836
10.1	Schlachten und Fleischverarbeitung	15.1		1.089.928	31.216.885.534	6.803.405.186
10.2	Fischverarbeitung	15.2		8.039	2.077.186.424	452.701.820
10.3	Obst- und Gemüseverarbeitung	15.3		29.743	8.596.737.550	1.873.572.198
10.4	Herstellung von pflanzlichen und tierischen Ölen und Fetten	15.4		3.591	5.654.893.496	1.232.426.973
10.5	Milchverarbeitung	15.5		36.517	22.186.859.846	4.835.402.211
10.6	Mahl- und Schälmaschinen, Herstellung von Stärke u. Stärkeerzeugnissen	15.6		12.512	5.563.158.984	1.212.434.362
10.7	Herstellung von Back- und Teigwaren	15.81		0	-	-
10.8	Herstellung von sonstigen Nahrungsmitteln	15.8		260.399	1.982.541.168	432.074.841
10.9	Herstellung von Futtermitteln (ohne 10.91.0)	15.72		12.170	38.264.777.522	8.339.422.124
11.0	Getränkherstellung	15.9		62.924	18.102.712.472	3.945.303.505
Summe Ernährungsindustrie:				534.823	133.645.752.996	29.126.743.220
Nahrungsmittelhandel:						
46.37	Handelsvermittlung von Nahrungsmitteln, Getränken u. Tabakwaren	51.17		2.613	477.928.434	231.435.869
46.3	Großhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren	51.3		219.555	34.828.925.315	20.953.925.014
47.11	Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	52.11		852.292	49.761.196.076	28.360.056.465
47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	52.2		286.575	6.153.332.524	3.506.926.456
ex 47.3	Einzelhandel mit Motorkraftstoffen (Tankstellen)	ex 60.5		21.977	1.443.832.551	986.792.031
47.76	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien, Düngemitteln, zoologischem Bedarf und lebenden Tieren	52.49.1		92.061	1.391.568.928	793.087.302
47.81.0	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren an Verkaufsständen	52.62.1		7.984	221.500.444	126.238.224
ex 47.91.9	Sonstiger Fachvertrieb (dar. mit Wein, Spirituosen, Nahrungsm.)	ex 52.61.3		44.423	93.174.807	53.102.477
56	Gastronomie (Gastgewerbe)	55		1.269.674	45.599.019.170	24.619.695.152
Summe "Nachgelagerte Wirtschaftsbereiche":				3.773.362	298.801.052.553	114.936.036.361
Summe Agribusiness:				4.913.962	386.908.384.304	149.277.939.212
Volkswirtschaft insgesamt:				40.276.000	4.615.510.000.000	2.224.800.000.000
Anteil der Landwirtschaft in %:				2,08	1,08	6,72
Ein "Minus" anstelle eines Wertes zeigt an, dass dieser Wert in den über- bzw. untergeordneten Wirtschaftsbereichen enthalten ist.				Anteil des Agribusiness in %:	12,20	6,71
Anteil der Landwirtschaft am Agribusiness in %:				16,87	12,84	11,82

Wertetabelle - Konzentrationsquotient Ackerbau (2005)

	Ackerfläche (in ha)	Landwirtschaftlich genutzte Fläche (in ha)	Konzentrations- quotient
Deutschland	11.900.369	17.023.959	
Baden-Württemberg	836.297	1.446.464	0,83
Stuttgart	315.829	475.891	0,95
Karlsruhe	143.900	206.611	1,00
Freiburg	145.492	330.750	0,63
Tübingen	231.076	433.212	0,76
Bayern	2.087.032	3.248.227	0,92
Oberbayern	436.411	787.857	0,79
Niederbayern	387.701	531.441	1,04
Oberpfalz	281.689	405.537	0,99
Oberfranken	214.950	311.322	0,99
Mittelfranken	238.797	338.439	1,01
Unterfranken	285.626	356.542	1,15
Schwaben	241.859	517.089	0,67
Berlin	1.432	2.406	0,85
Brandenburg	1.038.479	1.336.335	1,11
Bremen	1.412	8.421	0,24
Hamburg	5.707	14.139	
Hessen	483.648	771.810	0,90
Darmstadt	156.452	238.411	0,94
Gießen	116.331	202.190	0,82
Kassel	210.865	331.209	0,91
Mecklenburg-Vorpommern	1.085.201	1.358.119	1,14
Niedersachsen	1.874.191	2.634.501	1,02
Braunschweig	344.050	394.758	1,25
Hannover	423.694	501.422	1,21
Lüneburg	509.117	810.869	0,90
Weser-Ems	597.330	927.452	0,92
Nordrhein-Westfalen	1.069.639	1.511.861	1,01
Düsseldorf	160.837	224.377	1,03
Köln	180.636	297.238	0,87
Münster	330.937	401.241	1,18
Detmold	264.576	338.480	1,12
Arnsberg	132.653	250.526	0,76
Rheinland-Pfalz	396.396	718.883	0,79
Koblenz	150.454	264.292	0,81
Trier	71.960	184.130	0,56
Rheinhausen-Pfalz	173.982	270.461	0,92
Saarland	37.443	78.628	0,68
Sachsen	720.560	913.120	1,13
Chemnitz	204.127	286.037	1,02
Dresden	282.181	364.003	1,11
Leipzig	234.253	263.080	1,27
Sachsen-Anhalt	1.003.535	1.174.257	1,22
Dessau	193.922	225.288	1,23
Halle	249.114	269.541	1,32
Magdeburg	560.499	679.427	1,18
Schleswig-Holstein	643.121	1.007.366	0,91
Thüringen	616.276	799.422	1,10

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis amtlicher Statistiken

Wertetabelle - Konzentrationsquotient Veredlung (2005)

	KQ Schweine	KQ Geflügel
Baden-Württemberg	1,02	0,46
Stuttgart	1,64	0,58
Karlsruhe	0,43	0,37
Freiburg	0,37	0,26
Tübingen	1,13	0,51
Bayern	0,74	0,45
Oberbayern	0,38	0,27
Niederbayern	1,42	1,25
Oberpfalz	0,46	0,78
Oberfranken	0,57	0,14
Mittelfranken	1,02	0,2
Unterfranken	0,75	0,16
Schwaben	0,69	0,19
Berlin	0,04	0,23
Brandenburg	0,37	0,76
Bremen	0,03	0,09
Hamburg	0,07	0,05
Hessen	0,69	0,32
Darmstadt	0,39	0,45
Gießen	0,56	0,21
Kassel	0,98	0,29
Mecklenburg-Vorpommern	0,33	0,87
Niedersachsen	1,92	2,83
Braunschweig	0,46	0,18
Hannover	1,53	1,46
Lüneburg	1,05	0,74
Weser-Ems	3,49	6,48
Nordrhein-Westfalen	2,65	0,96
Düsseldorf	1,47	0,72
Köln	0,18	0,29
Münster	5,66	1,26
Detmold	2,79	1,61
Arnsberg	1,63	0,61
Rheinland-Pfalz	0,31	0,36
Koblenz	0,34	0,31
Trier	0,43	0,21
Rheinhessen-Pfalz	0,20	0,51
Saarland	0,17	0,39
Sachsen	0,45	1,23
Chemnitz	0,46	1,35
Dresden	0,43	0,6
Leipzig	0,48	1,98
Sachsen-Anhalt	0,45	0,95
Schleswig-Holstein	0,90	0,37
Thüringen	0,58	0,88

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis amtlicher Statistiken

Wertetabelle - Konzentrationsquotient Veredlung Schweinehaltung (2005)

	Schweinebestand	Landwirtschaftlich genutzte Fläche (in ha)	Konzentrationsquotient
Baden-Württemberg	2.302.247	1.452.682	1,02
Bayern	3.731.187	3.269.080	0,74
Berlin	104	1.811	0,04
Brandenburg	769.084	1.328.474	0,37
Bremen	462	8.897	0,03
Hamburg	1.441	13.736	0,07
Hessen	819.310	763.299	0,69
Mecklenburg-Vorpommern	688.122	1.348.593	0,33
Niedersachsen	7.795.272	2.618.535	1,92
Braunschweig	274.723	383.761	0,46
Hannover	1.168.420	494.244	1,53
Lüneburg	1.322.426	810.998	1,05
Weser-Ems	5.029.703	929.533	3,49
Nordrhein-Westfalen	6.268.280	1.525.943	2,65
Düsseldorf	518.844	227.581	1,47
Köln	81.389	298.820	0,18
Münster	3.555.617	405.843	5,66
Detmold	1.473.415	341.273	2,79
Arnsberg	639.015	252.427	1,63
Rheinland-Pfalz	340.809	706.537	0,31
Saarland	20.700	77.288	0,17
Sachsen	641.428	913.500	0,45
Sachsen-Anhalt	819.985	1.168.068	0,45
Schleswig-Holstein	1.425.368	1.017.987	0,90
Thüringen	710.521	793.538	0,58

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis amtlicher Statistiken

Wertetabelle - Konzentrationsquotient Veredlung Geflügelhaltung (2005)

	Geflügelbestand	Landwirtschaftlich genutzte Fläche (in ha)	Konzentrationsquotient
Deutschland	109.793.471	17.023.959	
Baden-Württemberg	4.267.128	1.452.682	0,46
Stuttgart	1.782.101	477.056	0,58
Karlsruhe	487.827	204.627	0,37
Freiburg	570.862	334.744	0,26
Tübingen	1.426.338	436.254	0,51
Bayern	9.476.676	3.269.080	0,45
Oberbayern	1.368.511	794.114	0,27
Niederbayern	4.326.067	536.364	1,25
Oberpfalz	2.048.934	408.757	0,78
Oberfranken	280.040	312.037	0,14
Mittelfranken	434.964	341.443	0,20
Unterfranken	370.377	354.812	0,16
Schwaben	647.783	521.553	0,19
Berlin	2.738	1.811	0,23
Brandenburg	6.513.934	1.328.474	0,76
Bremen	5.390	8.897	0,09
Hamburg	4.719	13.736	0,05
Hessen	1.554.100	763.299	0,32
Darmstadt	675.386	234.154	0,45
Gießen	273.165	199.915	0,21
Kassel	605.549	329.230	0,29
Mecklenburg-Vorpommern	7.567.762	1.348.593	0,87
Niedersachsen	47.864.605	2.618.535	2,83
Braunschweig	452.018	383.761	0,18
Hannover	4.663.720	494.244	1,46
Lüneburg	3.882.619	810.998	0,74
Weser-Ems	38.866.248	929.533	6,48
Nordrhein-Westfalen	9.478.82	1.525.943	0,96
Düsseldorf	1.062.717	227.581	0,72
Köln	561.781	298.820	0,29
Münster	3.304.781	405.843	1,26
Detmold	3.551.163	341.273	1,61
Arnsberg	998.382	252.427	0,61
Rheinland-Pfalz	1.642.579	706.537	0,36
Koblenz	515.457	258.253	0,31
Trier	249.248	181.572	0,21
Rheinhessen-Pfalz	877.874	266.712	0,51
Saarland	194.357	77.288	0,39
Sachsen	7.269.006	913.500	1,23
Chemnitz	2.496.803	287.276	1,35
Dresden	1.407.255	363.221	0,60
Leipzig	3.364.948	263.003	1,98
Sachsen-Anhalt	7.174.873	1.168.068	0,95
Schleswig-Holstein	2.403.401	1.017.987	0,37
Thüringen	4.502.321	793.538	0,88

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis amtlicher Statistiken

Wertetabelle - Konzentrationsquotient Milchproduktion (2005)

	Milchkuhbestand	Landwirtschaftlich genutzte Fläche (in ha)	Konzentrationsquotient
Deutschland	4.371.958	17.023.959	
Bayern	1.326.612	3.248.227	1,59
Oberbayern	393.488	787.857	1,94
Schwaben	318.047	517.089	2,40
Niederbayern	179.178	531.441	1,31
Oberpfalz	175.372	405.537	1,68
Mittelfranken	120.455	338.439	1,39
Oberfranken	99.795	311.322	1,25
Unterfranken	40.277	356.542	0,44
Baden-Württemberg	398.290	1.446.464	1,07
Stuttgart	114.949	475.891	0,94
Karlsruhe	28.142	206.611	0,53
Freiburg	77.237	330.750	0,91
Tübingen	177.962	433.212	1,60
Brandenburg	181.472	1.336.335	0,53
Hessen	161.561	771.810	0,82
Darmstadt	36.017	238.411	0,59
Gießen	43.814	202.190	0,84
Kassel	81.730	331.209	0,96
Mecklenburg-Vorpommern	182.210	1.358.119	0,52
Niedersachsen	748.056	2.634.501	1,11
Braunschweig	34.617	394.758	0,34
Hannover	72.594	501.422	0,56
Lüneburg	264.507	810.869	1,27
Weser-Ems	376.338	927.452	1,58
Nordrhein-Westfalen	391.607	1.511.861	1,01
Düsseldorf	85.441	224.377	1,48
Köln	87.636	297.238	1,15
Münster	96.066	401.241	0,93
Detmold	60.754	338.480	0,70
Arnsberg	61.710	250.526	0,96
Rheinland-Pfalz	126.587	718.883	0,69
Koblenz	39.642	264.292	0,58
Trier	71.068	184.130	1,50
Rheinessen-Pfalz	15.877	270.461	0,23
Saarland	14.801	78.628	0,73
Sachsen	208.582	913.120	0,89
Chemnitz	93.656	286.037	1,27
Dresden	76.389	364.003	0,82
Leipzig	38.537	263.080	0,57
Sachsen-Anhalt	142.891	1.174.257	0,47
Schleswig-Holstein	357.733	1.007.366	1,38
Thüringen	126.962	799.422	0,62

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis amtlicher Statistiken

Wertetabelle - Konzentrationsquotient Gartenbau (2005)

	Gärtnerische Nutzfläche (in ha)	Landwirtschaftlich genutzte Fläche (in ha)	Konzentrationsquotient
Deutschland	209.703	17.023.959	
Baumobst	58.692		
Strauchbeerenobst	5.851		
Erdbeerfläche	17.500		
Gemüsefläche	96.220		
Zierpflanzenfläche	6.195		
Baumschulfläche	21.053		
Baden-Württemberg	35.685	1.446.464	2,00
Baumobst	19.207		3,85
Strauchbeerenobst	1.532		3,08
Erdbeerfläche	3.269		2,20
Gemüsefläche	8.468		1,04
Zierpflanzenfläche	660		1,25
Baumschulfläche	1.980		1,11
Bayern	23.625	3.248.227	0,59
Berlin	291	1.811	13,04
Brandenburg	11.972	1.336.335	0,73
Bremen	25	8.421	0,24
Hamburg	2.726	13.736	16,11
Hessen	9.498	771.810	1,00
Mecklenburg-Vorpommern	4.513	1.358.119	0,27
Niedersachsen	35.546	2.634.501	1,10
Nordrhein-Westfalen	31.224	1.511.861	1,68
Baumobst	2.841		0,55
Strauchbeerenobst	555		1,07
Erdbeerfläche	3.536		2,28
Gemüsefläche	16.910		1,98
Zierpflanzenfläche	2.356		4,28
Baumschulfläche	3.870		2,07
Rheinland-Pfalz	18.035	718.883	2,04
Baumobst	5.301		2,14
Strauchbeerenobst	215		0,87
Erdbeerfläche	688		0,93
Gemüsefläche	10.834		2,67
Zierpflanzenfläche	231		0,88
Baumschulfläche	629		0,71
Saarland	401	78.628	0,41
Sachsen	10.379	913.120	0,92
Sachsen-Anhalt	7.629	1.174.257	0,53
Schleswig-Holstein	13.204	1.007.366	1,06
Thüringen	4.950	799.422	0,50

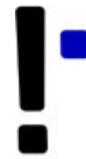
Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis amtlicher Statistiken

Wertetabelle - Konzentrationsquotient Weinbau (2005)

	Rebfläche (in ha)	Landwirtschaftlich genutzte Fläche (in ha)	Konzentrations- quotient
Deutschland	102.038	17.023.959	
Baden-Württemberg	23.923	1.452.682	2,75
Stuttgart	10.437	477.056	3,65
Karlsruhe	2.083	204.627	1,70
Freiburg	10.865	334.744	5,42
Tübingen	538	436.254	0,21
Bayern	-	3.269.080	-
Oberbayern	-	794.114	-
Niederbayern	-	536.364	-
Oberpfalz	-	408.757	-
Oberfranken	12	312.037	0,01
Mittelfranken	240	341.443	0,12
Unterfranken	5.304	354.812	2,49
Schwaben	30	521.553	0,01
Berlin	-	1.811	-
Brandenburg	-	1.328.474	-
Bremen	-	8.897	-
Hamburg	-	13.736	-
Hessen	-	763.299	-
Darmstadt	3.400	234.154	2,42
Gießen	-	199.915	-
Kassel	-	329.230	-
Mecklenburg-Vorpommern	-	1.348.593	-
Niedersachsen	-	2.618.535	-
Braunschweig	-	383.761	-
Hannover	-	494.244	-
Lüneburg	-	810.998	-
Weser-Ems	-	929.533	-
Nordrhein-Westfalen	-	1.525.943	-
Düsseldorf	-	227.581	-
Köln	-	298.820	-
Münster	-	405.843	-
Detmold	-	341.273	-
Arnsberg	-	252.427	-
Rheinland-Pfalz	63.681	706.537	15,04
Koblenz	7.283	258.253	4,71
Trier	6.817	181.572	6,26
Rheinessen-Pfalz	43.542	266.712	27,24
Saarland	100	77.288	0,22
Sachsen	400	913.500	0,07
Chemnitz	-	287.276	-
Dresden	-	363.221	-
Leipzig	-	263.003	-
Sachsen-Anhalt	556	1.168.068	0,08
Schleswig-Holstein	-	1.017.987	-
Thüringen	-	793.538	-

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis amtlicher Statistiken

Fragebogen



Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens:

- Bitte ankreuzen und pro Zeile nur ein Kreuz machen
- Bitte eine Zahl eintragen
- _____ Bitte frei formulieren

1 Vernetzung Ihres landwirtschaftlichen Betriebes

1.1 Stehen Sie mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben Ihrer Region in Kontakt?

ja nein *wenn Sie „nein“ angekreuzt haben, bitte weiter mit Frage 1.3*

1.2 Welche Kontakte treffen zu?

	ja	nein
allgemeiner Informationsaustausch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
konkreter, wirtschaftlich wichtiger Informationsaustausch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zusammenarbeit (gemeinsame Nutzung von Maschinen/Lager usw.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tierhaltungskooperation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Austausch von Wirtschaftsdünger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erzeugergemeinschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flächentausch (z.B. für Gemüse oder Kartoffeln)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sonstiges _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1.3 Auf welchem Weg beschaffen Sie sich nötige Informationen für Ihren Betrieb?

	häufig	gelegentlich	nie
Berufskollegen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
landwirtschaftliche Berater	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fachzeitschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zulieferer/Abnehmer (Marktpartner)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sonstiges _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1.4 Welcher Verein/welche Organisation mit landwirtschaftlichem Bezug ist für Ihren Betrieb von besonderer Bedeutung? Benennen Sie die drei wichtigsten in einer Rangfolge.

1. _____

2. _____

3. _____

2 Vernetzung mit Zulieferern, Abnehmern und Dienstleistern

Bitte ein Unternehmen immer nur jeweils einer Kategorie zuordnen (z.B. eine genossenschaftliche Schlachtereier nur unter „Schlachtereier“ und nicht zusätzlich noch unter „Genossenschaft“ einordnen). Bewerten Sie Ihre Verhandlungsposition (letzte Spalte) anhand des Schulnotensystems auf einer Skala von 1-6 (stärker bis schwächer).

Ihre Zulieferer/Vorleister	Unternehmen insgesamt (Anzahl)	davon in folgender Entfernung (Bitte jeweilige Anzahl der Unternehmen je Entfernungskategorie eintragen)				Ø Kontakte pro Jahr und Unternehmen (Anzahl)	Einschätzung der eigenen Verhandlungsposition (1 = sehr stark; 6 = sehr schwach)
		bis 20 km	21-50 km	51-100 km	über 100 km		
andere Landwirte							
Landhandel							
Genossenschaften							
Betriebsstoffhändler (z.B. Kraftstoffe)							
Landmaschinen und Reparatur							
Saatgut, Pflanzgut							
Futtermittel							
Stalleinrichter							
Brütereier							
Energieanlagenbauer							
Keltreibedarf							
Fassbinder, Böttcher, Küfer							
Flaschenhersteller							
sonstige (bitte eintragen):							

Ihre Abnehmer/Weiterverarbeiter	Unternehmen insgesamt (Anzahl)	davon in folgender Entfernung (Bitte jeweilige Anzahl der Unternehmen je Entfernungskategorie eintragen)				Ø Kontakte pro Jahr und Unter- nehmen (Anzahl)	Einschätzung der eigenen Verhandlungs- position (1 = sehr stark; 6 = sehr schwach)
		bis 20 km	21-50 km	51-100 km	über 100 km		
andere Landwirte							
Landhandel							
Genossenschaft							
Einzelhandel							
Großhandel							
Großmarkt							
Endverbraucher							
Gastronomie/Tourismus							
Vermarktungsorganisation/ Gemeinschaftsverkauf							
Molkerei							
Viehhandel							
Schlachtere							
Verarbeiter (z.B. Gemüse, Wein)							
Eivermarkter und –verarbeiter							
Energieversorger							
sonstige (z.B. Vertragsabnehmer) (bitte eintragen):							

3 Informationen zu Verflechtungen mit dem vorgelagerten Bereich (Zulieferer)

3.1 Wie oft ergibt sich für Sie eine Zusammenarbeit mit **Zulieferern**, die über den Einkauf von Waren hinausgeht (z.B. Informationsaustausch, Versuche)? Bitte ankreuzen

häufig ←————→ selten keine Einschätzung
1 2 3 4 5 6

*Wenn Sie „keine Einschätzung“ angekreuzt haben, bitte weiter mit der **Frage 4.1***

3.2 Inwieweit wirkt sich die Zusammenarbeit positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Betriebes aus? Bitte ankreuzen

große Auswirkung ←————→ geringe Auswirkung keine Einschätzung
1 2 3 4 5 6

3.3 Welcher Art sind die Kontakte? (Mehrfachnennung möglich)

- gemeinsame Projekte (Versuche o.ä.)
- Informationsaustausch/Beratung
- sonstige _____

4 Informationen zu Verflechtungen mit dem nachgelagerten Bereich (Abnehmer)

4.1 Wohin verkaufen Sie Ihre Erzeugnisse?

	alles	viel	wenig	nichts
Großhandel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einzelhandel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Direktvermarktung an Endverbraucher	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sonstiges _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.2 Wie oft ergibt sich für Sie eine Zusammenarbeit mit **Abnehmern**, die über Lieferung von Waren hinausgeht (Informationsaustausch, Versuche/Projekte usw.)?

häufig ←————→ selten keine Einschätzung
1 2 3 4 5 6

*Wenn Sie „keine Einschätzung“ angekreuzt haben, bitte weiter mit der **Frage 5.1***

4.3 Welcher Art sind die Kontakte?

- gemeinsame Projekte (Versuche o.ä.)
- Informationsaustausch/Beratung
- sonstige _____

5 Allgemeine Fragen zu Ihrem Betrieb

5.1 Wie viel Fläche wird insgesamt bewirtschaftet? (ha)
davon Pachtfläche (ha)
Anzahl Verpächter

5.2 Welcher Betriebsform ist Ihr Betrieb zuzuordnen?

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Ackerbau | <input type="radio"/> Futterbau (Milch) |
| <input type="radio"/> Gartenbau (Gemüse, Zierpflanzen, Baumschulen) | <input type="radio"/> Veredlung |
| <input type="radio"/> Dauerkulturen (Weinbau, Obstbau) | <input type="radio"/> Gemischt |

5.3 Welche und wie viele Tiere halten Sie?

- | | | | | |
|--------------------------------|-----------------------|----------------------|------------------|----------------------|
| <input type="radio"/> Schweine | Stallplätze insgesamt | <input type="text"/> | davon Mastplätze | <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> Rinder | Stallplätze insgesamt | <input type="text"/> | davon Milchkühe | <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> Geflügel | Stallplätze insgesamt | <input type="text"/> | | |
| <input type="radio"/> _____ | Stallplätze | <input type="text"/> | | |

5.4 Wie hoch ist in etwa der Jahresumsatz Ihres landwirtschaftlichen Unternehmens (in €)?

5.5 Wie viele Arbeitskräfte (AK) sind in Ihrem Betrieb beschäftigt?

Familien AK, davon:

Ständige AK (Vollzeit)	<input type="text"/>
Teilzeit AK	<input type="text"/>
Saison AK/Aushilfskräfte	<input type="text"/>

Fremd AK, davon:

Ständige AK (Vollzeit)	<input type="text"/>
Teilzeit AK	<input type="text"/>
Saison AK/Aushilfskräfte	<input type="text"/>

Größtenteils aus der Region (20 km Umkreis)

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| <input type="radio"/> ja | <input type="radio"/> nein |
| <input type="radio"/> ja | <input type="radio"/> nein |
| <input type="radio"/> ja | <input type="radio"/> nein |

5.6 Erbringen Sie neben Ihrer landwirtschaftlichen Tätigkeit gesellschaftliche Leistungen?
(Mehrfachnennung möglich)

- Ehrenamt (Verein, Organisation, Verband o.ä.)
- für Umwelt und Landschaft (Pflege von Bäumen, Wegen, Gehölzen, Gewässerrändern)
- landeskulturelle Leistungen (z.B. historische Gebäude, Feste u. kulturelle Veranstaltungen)
- sonstiges _____

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Anregungen/Anmerkungen

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Susanne Orth und Jörn Kathmann

Telefon: 02921/378-240

E-Mail: orth@fh-swf.de

kathmann@fh-swf.de

**Alle Angaben werden vertraulich behandelt und anonymisiert
ausgewertet**

Gespräch am.....

mit.....

Funktion im
Betrieb.....

Adresse.....

Telefon.....

E-Mail.....

1) Fragen zum Betrieb

- Seit wann bewirtschaften Sie ihren Betrieb?
- Existieren neben Weinproduktion noch weitere Standbeine?
- Anzahl Arbeitskräfte? (Art und Anzahl, woher?)
- Wie viel Fläche wird bewirtschaftet? (Pachtflächenanteil? Wie viele verschiedene Verpächter? Anteil Wein – andere Fläche?)
- Werden Flächen getauscht? (Wenn ja mit wem?)
- Mechanisierung? (Eigen-, Fremdmechanisierung? Maschinenkooperationen?)
- Jährlicher Umsatz

2) Vernetzung mit anderen landwirtschaftlichen Betrieben

3) Vernetzung mit Zulieferern (vorgelagerter Bereich)

4) Vernetzung mit Abnehmern (nachgelagerter Bereich)

5) Vernetzung mit Dienstleistern

=> zu 2., 3., 4. und 5.jeweils Angaben zu:

- Kontakthäufigkeit pro Jahr/pro Unternehmen
- Entfernung in Km
- Umsatz mit dem jeweiligen Partner
- Bedeutung (Wichtigkeit)
- => beantwortet anhand der Netzwerkkarte

6) Wichtige Soziale Partner für die betrieblichen Abläufe (Verbände, Vereine, Gruppen)

7) Ausblick

- Pläne für die Zukunft (Erweiterung, Aufstockung, Kooperationen)
- Einschätzung zur Bedeutung des eigenen Netzwerkes

ISBN 987-3-940956-07-1 (Print)
ISBN 987-3-940956-08-8 (Download)