

1 279 015 25X



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

BERICHT ZUM PROJEKT
»STRUKTURDATEN
HAMBURGER ÖKO-MARKT«

BIOGUM-Forschungsbericht/BIOGUM-Research Paper

Forschungsgruppe Landwirtschaft Nr. 24

C 265895

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
Inhaltsverzeichnis	2
Abbildungsverzeichnis	6
Übersichtsverzeichnis	8
Anhangsverzeichnis	10
Abkürzungsverzeichnis	11
Zusammenfassung	12
1 Einleitung	22
1.1 Hintergrund und Zielsetzung des Projektes	22
1.2 Inhalt und Vorgehensweise	23
2 Der Markt für ökologische Lebensmittel in Deutschland	24
2.1 Erzeugung ökologischer Lebensmittel	24
2.2 Vermarktung ökologischer Lebensmittel	26
2.2.1 Bio-Lebensmittel im Einzelhandel	26
2.2.2 Bio-Lebensmittel in der Gastronomie und Außer- Haus-Verpflegung	30
2.3 Regionalvermarktung im Markt für ökologisch erzeugte Produkte	32
2.3.1 Begriffseinordnung	32
2.3.2 Regionalität – Renaissance eines alten Themas	33
3 Der Markt für ökologische Lebensmittel in Hamburg – methodisches Vorgehen	34
3.1 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes	34
3.2 Methodische Vorgehensweise innerhalb der Arbeitspakete	35
A Der Hamburger Öko-Markt: Bestandsaufnahme und Bedeutung der Regionalität	38
4 Bio-Erzeugung in Hamburg	40
4.1 Situationsanalyse der Bio-Erzeugung in Hamburg	40
4.2 Erhebung zur Bio-Erzeugung und (Regional-) Vermarktung in Hamburg	42
4.2.1 Methodik der Erhebung zur Bio-Erzeugung	42
4.2.2 Ergebnisse der Erhebung zur Bio-Erzeugung	43
4.3 Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zur Bio-Erzeugung und (Regional-) Vermarktung in Hamburg	51

5	Handwerkliche Bio-Verarbeitung in Hamburg	54
5.1	Situationsanalyse handwerkliche Bio-Verarbeitung in Hamburg	54
5.2	Erhebung zur handwerklichen Bio-Verarbeitung und (Regional-) Vermarktung in Hamburg	60
5.2.1	Methodik der Erhebung zur handwerklichen Bio-Verarbeitung	60
5.2.2	Ergebnisse der Erhebung zur handwerklichen Bio-Verarbeitung	61
5.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zur handwerklichen Bio-Verarbeitung und (Regional-) Vermarktung in Hamburg	63
6	Bio-Produkte im Großhandel	65
6.1	Situationsanalyse zum Großhandel mit Bio-Produkten in Hamburg	65
6.2	Erhebung zum Naturkostgroßhandel und dessen (Regional-) Vermarktung	68
6.2.1	Methodik der Erhebung zum Naturkostgroßhandel	68
6.2.2	Ergebnisse der Erhebung zum Naturkostgroßhandel	69
6.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zum Großhandel mit Bio-Produkten	72
6.4	Exkurs Großmarkt Hamburg	72
6.4.1	Ergebnisse der Erhebung zum Großmarkt Hamburg	73
6.4.2	Ergebnisse der Interviews ausgewählter Großmarkt-Anbieter	77
6.4.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zum Großmarkt Hamburg	79
7	Bio-Produkte im Hamburger Einzelhandel	81
7.1	Stationärer Naturkostfachhandel	81
7.1.1	Situationsanalyse zum Hamburger Naturkostfachhandel	81
7.1.2	Erhebung zum (regionalen) Bio-Angebot im Hamburger Naturkostfachhandel	87
7.1.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zum (regionalen) Bio-Angebot im Hamburger Naturkostfachhandel	94
7.2	Konventioneller Fach- und Lebensmitteleinzelhandel	95
7.2.1	Situationsanalyse zum konventionellen Fach- und Lebensmitteleinzelhandel in Hamburg	95
7.2.2	Erhebung zum (regionalen) Bio-Angebot im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel in Hamburg	99

7.2.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zum (regionalen) Bio-Angebot im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel in Hamburg	105
7.3	Lieferdienste und Abo-Kistenversand	105
7.3.1	Situationsanalyse zu Lieferdiensten und zum Abo- Kistenversand in Hamburg	106
7.3.2	Erhebung zum (regionalen) Bio-Angebot von Hamburger Lieferdiensten und vom Abo- Kistenversand	108
7.3.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zum (regionalen) Bio-Angebot von Lieferdiensten und vom Abo-Kistenversand in Hamburg	109
7.4	Wochenmärkte	110
7.4.1	Situationsanalyse zu Hamburger Wochenmärkten.....	110
7.4.2	Erhebung zum Bio-Angebot auf städtischen Wochenmärkten in Hamburg	113
7.4.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zum (regionalen) Bio-Angebot auf Hamburger Wochenmärkten	117
7.5	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zum (regionalen) Bio-Angebot im Hamburger Einzelhandel	118
8	Bio-Produkte in Gastronomie und Außer-Haus-Verpflegung	120
8.1	Situationsanalyse zur Gastronomie und Außer-Haus- Verpflegung in Hamburg	120
8.2	Erhebung zum (regionalen) Bio-Angebot in Gastronomie und Außer-Haus-Verpflegung in Hamburg.....	124
8.2.1	Methodik der Erhebung zu Gastronomie und AHV.....	124
8.2.2	Ergebnisse der Erhebung zu Gastronomie und AHV	125
8.3	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen zum (regionalen) Bio-Angebot in Gastronomie und Außer-Haus-Verpflegung in Hamburg	128
9	Anteil regionaler Produkte am Gesamtmarkt für Bio-Lebensmittel in Hamburg	129
9.1	Bio-Äpfel	129
9.2	Bio-Eier	134
9.3	Bio-Kartoffeln.....	137

B	Querschnittsanalyse und Handlungsempfehlungen.....	141
10	Definition und Bedeutung der Regionalität für Hamburger Akteure der Bio-Branche.....	141
10.1	Definition „Regionale Lebensmittel“	141
10.2	Bezugs- und Absatzwege der Akteure des Hamburger Öko-Marktes	143
11	Handlungsempfehlungen.....	148
12	Literatur- und Quellenverzeichnis.....	154
13	Anhang	165