



## **Marktchancen von Emmer, Einkorn und Dinkel – Vermarktung über Bäckereien**

- Fachtag Anbau und Vermarktung von Einkorn, Emmer, Dinkel -  
07.07.2015 - Universität Hohenheim

**Katrin Lehmann ([k.lehmann@naturland-markt.de](mailto:k.lehmann@naturland-markt.de))**

# Marktchancen Emmer, Einkorn, Dinkel



Um die wertvollen Kulturen Emmer, Einkorn und Dinkel fördern zu können, bedarf es einen Absatzmarkt.

*„Was der Kunde nicht isst, stirbt aus.“ (Norddeutscher Bäcker)*

**Wie sehen die Marktchancen der unternutzten Kulturen aus?**

**Wie lässt sich das Marktpotenzial steigern?**

# Eigener Hintergrund



- › **Marktgemeinschaft der Naturland Bauern AG**
  - › Deutschlandweit agierende Erzeugergemeinschaft
  - › Vermarktung von Bio-Produkten vorrangig landwirtschaftliche Erzeugnisse und Saatgutvertrieb
  - › Über 1.500 Erzeugerbetriebe, Handel von ca. 100.000 t Öko-Rohware

- › **Masterarbeit** am Forschungsinstitut für Biologischen Landbau (FiBL) Schweiz und

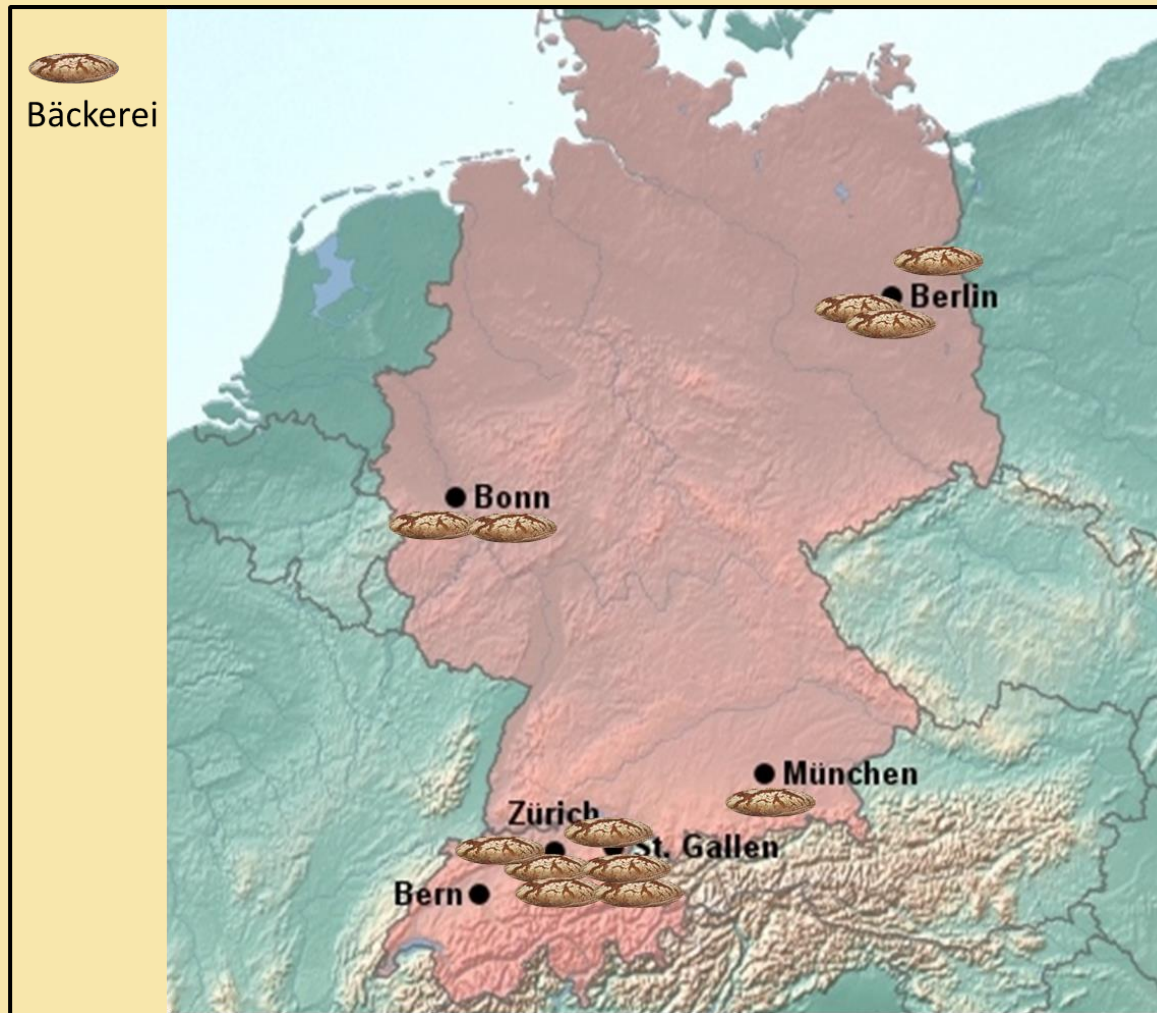


- › Untersuchung zu Marktchancen unternutzter Getreide in der deutschsprachigen Schweiz & Deutschland
- › Befragung von Marktexperten und (Bio-)Bäckereien
- › Im EU-geförderten Projekt HealthyMinorCereals

<http://www.healthyminorcereals.eu/>



# Eigener Hintergrund



Eigene Expertenbefragungen in Deutschland & der Schweiz 2014



# Wer nutzt Emmer, Einkorn und Dinkel?



- › **Anbauflächen** Emmer, Einkorn, Dinkel: noch wenige Prozent der gesamten Getreideanbaufläche – ABER Steigerung
- › Emmer & Einkorn nehmen bisher noch eher kleinen Anteil im Sortiment der **Bäckereien** ein
- › Große Bäckereikette führt Emmer-Einkorn-Waldstaudenroggen-Brot (Sternenbäck)
- › Für Bio geeignet – aber auch für die konventionelle Produktion
- › Bisher starke Verbreitung von Dinkel

# Wie sehen die Marktchancen aus?



- › Schwankendes Angebot und Nachfrage - ABER **Steigerung** von Jahr zu Jahr
- › Preise: **höhere Auszahlungspreise** für Landwirte
  - › für Bio-Emmer bis zu 3 mal höher als für Bio-Weizen
- › Es gibt erfolgreiche Bäckereibetriebe und Landwirte sowie Kunden die Interesse haben an den Kulturen
- › Kulturen **erfüllen aktuelle Trends** nach Ursprünglichkeit, Regionalität und gesundheitsfördernden Inhaltsstoffen (OEHEN & DE GREGORIO 2014)
- › **Mehrwert** – Inhaltsstoffe, Geschmack, Biodiversität,...

# Wie sehen die Marktchancen aus?



- › **Heute existieren Marktpotenziale**
  - › Beispiel Dinkel – Steigerung Marktmenge über viele Jahre
  - › Bei Emmer noch mehr Potenzial als bei Einkorn
  - › Alternative bei Dinkelknappheit

→ **Gutes Marktpotenzial für die Kulturen**

# Wo existieren Fördermöglichkeiten?



## Bei den Landwirten

- › Wichtig für Landwirte Ertragssicherheit und Vermarktungsmöglichkeiten

## In den Bäckereien

- › Beschaffung nicht immer einfach
- › Verarbeitung unterscheidet sich zum gängigen Weizen

## Bei den Kunden

- › Kommunikation an Kunden ist wichtig – Mehrwert und Preise müssen erklärt werden
- › Vernetzung der regionalen Akteure
- › Hohe Transportkosten vermeiden u.a. durch kleine Mengen und überregionale Akteure



# Wie kann gefördert werden?



## Landwirte

- › Neue geeignete Sorten für den Anbau
- › Informationen zu Kulturen für Landwirte, landwirtschaftliche Berater
- › Kooperationen und Netzwerke – Regionale Ketten, Koordinatoren finden (wie Erzeugergemeinschaften)
- › Vorkontrakte zwischen Landwirte und Abnehmer

## Bäckereien

- › Schulungen/Infomaterial für Bäcker bzgl. Verarbeitung
- › Bsp.: Mehl von der Mühle mit Backanleitungen

## Läden

- › Schulungen Verkaufspersonal, Informationsmaterialien – Flyer für die Kunden
- › Kommunikation des Mehrwertes und Begründen des Preises

# Wie kann gefördert werden?



## Öffentlichkeitsarbeit – Mehrwert bewerben

### Geeignete Kommunikation bei den Kunden:

- › Wichtig für die befragten Bäcker -> Herstellung von geschmackvollem Brot mit gesunden Inhaltsstoffen
- › **Kommunizieren von Biodiversität und Regionalität macht für Vermarktung ebenfalls Sinn**
- › **Dem Kunden eine „Geschichte“ zu den Kulturen erzählen können**
  - › Bsp. Anbau zum Schutz des Rebhuhns (Schweiz)



Vielen Dank!

# Literaturangaben



- › **BASLER+PARTNER** (2003): Marktchancen von alten Landsorten und Medizinalpflanzen. Abschlussbericht, Dezember 2003. in Auftrag gegeben vom Bundesamt für Landwirtschaft (BLW). Online verfügbar unter <http://www.emmer-einkorn.ch/pdf/marktchancen.pdf>, zuletzt geprüft am 21.08.2014.
- › **DE GREGORIO J., OEHEN B.** (2014): Market potential of minor cereal: An analysis of consumer trends. Deliverable 8.1 of the EU Project HealthyMinorCereals. [www.healthminorcereals.eu](http://www.healthminorcereals.eu)
- › **MIEDANER, T.; LONGIN, F.** (2012): Unterschätzte Getreidearten. Einkorn, Emmer, Dinkel & Co. Deutschland: Agrimedia GmbH & Co. KG.
- › **LEHMANN, K.; OEHEN, B.** (2014): Marktchancen für unternutzte Getreidearten in Bio-Bäckereien: Das Beispiel von Emmer, Einkorn und Dinkel. Beitrag für die 13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, 17.-20.03.2015 Eberswalde. Online verfügbar unter: [http://orgprints.org/27168/1/27168\\_lehmann.pdf](http://orgprints.org/27168/1/27168_lehmann.pdf).

The research leading to these results has received funding from the European Union's Seventh Framework Programme for research, technological development and demonstration under grant agreement n° 613609

\* The views expressed in this publication represent only the views of the authors. The European Union is not liable for any use that may be made of the information contained therein.

