

**Marketing Dr. Vossen und Partner**

Der neue Branchenfokus

**Obst und Gemüse 2012****Verfasser: IFH Retail Consultants Köln****„Mit Bioprodukten aus der Region glaubwürdige Produkte erwerben“**

Nach ersten Schätzungen erzielten die Unternehmen der genossenschaftlichen Obst-, Gemüse- und Gartenbauwirtschaft Umsätze von knapp auf ca. 3,5 Mrd. Euro. Als eine der populärsten Warengruppen im Bereich der Fast Moving Consumer Goods unterliegt dieser Milliardenmarkt ganz eigenen Regeln. Diese beruhen vor allem vor allem auf der Nähe zur landwirtschaftlichen Produktion und den damit verbundenen Ernte- und Preisschwankungen. Insofern ist der Markt äußerst sensibel. Die Privathaushalte in Deutschland kauften 2011 zwar ca. 1 Prozent mehr Frischgemüse ein, sie gaben aber insgesamt 3 Prozent weniger aus.

Sorgte EHEC bei Gemüse in 2011 für große Probleme und Verluste, so konnten die Biobauern nach längerer Durststrecke wieder Rekordergebnisse vermelden. 2011 war für den deutschen Öko- und Biomarkt wieder ein Boomjahr mit fast 10 % Umsatzzuwachs. Damit wächst der Bio-Markt in einem ansonsten stagnierenden Lebensmittelmarkt weiter.

In dem neuen Branchenfokus **Obst und Gemüse 2012** führen die Experten von **IFH Retail Consultants Köln** - hier kooperieren ehemalige Marketing-Mitarbeiter von Dr. Vossen bei der BBE als Autorenteam - alles Wissenswerte rund um das Thema Obst und Gemüse aus.

- √ Was passiert in der Branche in den nächsten Jahren?
- √ Wer sind die Mainplayer im Markt?
- √ Wie entwickelt sich der Markt nach Sortimenten?
- √ Wie entwickeln sich die Trends, die Einflussfaktoren?
- √ Wie gestaltet sich das Marktvolumen bis 2015?
- √ Welche Vertriebsstrukturen sind bis 2015 zu erwarten?

Lassen Sie sich von diesem Studien-Angebot zu einem attraktiven Preis überzeugen!

# Inhaltsverzeichnis der Studie

## **Kapitel I Der deutsche Markt für Obst und Gemüse: Zahlen, Fakten, Zeitreihen**

### **A Die Herstellerebene**

- 1 Produktion, Import, Export, Inlandsmarktvorsorgung (zu Herstellerabgabepreisen)
- 2 Mainplayer
- 3 Der Warenfluss Obst und Gemüse

### **B Das Marktvolumen auf Endverbraucherebene**

- 1 Entwicklung Pro-Kopf-Verbrauch
- 2 Marktvolumen zu Endverbraucherpreisen - die Haushalts-nachfrage von Obst und Gemüse
- 3 Obst und Gemüse: Die Einordnung in den Lebensmittelmarkt
- 4 Trends in der Warengruppe Obst und Gemüse: Bio, Regionalität und Convenience
- 5 Conveniencealternativen: Marktvolumen Tiefkühlobst und -gemüse und Konservenobst- und -gemüse und Umsatz Obst und Gemüse im Außer-Haus-Verzehr

### **C Die Vertriebssebene**

- 1 Vertriebswegeprofile
- 2 Vertriebsstrukturen 2006 bis 2011
- 3 Mainplayer

## **Kapitel II Der deutsche Markt für Obst und Gemüse: Prognose bis 2015**

### **A Die wichtigsten Einflussfaktoren**

- 1 Gesamtwirtschaftliche Situation
- 2 Branchenspezifische Determinanten und Rahmenbedingungen
- 3 Branchenspezifische Annahmen

- 4 Branchenpositionierung von Obst und Gemüse im Konsumgütermarktfeld  
FastMovingConsumerGoods bis 2015
- 5 Obst und Gemüse im Vergleich zur Verbrauchsgüternachfrage
- 6 Preisentwicklung für Obst und Gemüse bis 2015

## **B Prognose-Ergebnisse im Detail von 2010 bis 2015**

- 1 Umsatzentwicklung des Marktes für Obst und Gemüse bis 2015 Gesamtmarkt und  
Teilmärkte im Detail
- 2 Der Markt im Zehnjahreszeitfenster von 2006 bis 2015 Entwicklung in Mio. Euro /  
Indexvergleich mit FMCG
- 3 Marktstruktur nach Teilmärkten 2006 / 2009 / 2010 / 2015 in Mio. Euro / in Prozent
- 4 Vertriebswege für Obst und Gemüse 2009 bis 2015 Marktanteile im Detail in Prozent  
und Mio. Euro
- 5 Vertriebswegesituation für Obst und Gemüse 2010 / 2015 im Vergleich:  
Marktanteilsgewinner / -verlierer
- 6 Vertriebswegesituation für Obst und Gemüse 2015 in Prozent Indexentwicklung 2010 /  
2015

# Verzeichnis der Übersichten

- Übersicht 1: Die Inlandsmarktversorgung mit Obst und Gemüse, 2006 bis 2010
- Übersicht 2: Warenstrom, Obst und Gemüse 2010
- Übersicht 3: Der Pro-Kopf-Verbrauch Obst und Gemüse 2000-2010
- Übersicht 4: Das Marktvolumen Obst und Gemüse 2000-2011
- Übersicht 5: Der Markt für Obst und Gemüse, nach Teilmärkten 2006 bis 2011
- Übersicht 6: Das Marktvolumen für Obst und Gemüse insgesamt und differenziert nach Segmenten im Berichtsjahr 2011
- Übersicht 7: Die Marktentwicklung für Obst und Gemüse insgesamt und differenziert nach Segmenten 2006 bis 2011 (Index 2006=100)
- Übersicht 8: Warengruppenentwicklung Lebensmittel, 2010 geg. 2009
- Übersicht 9: Umsatzentwicklung Lebensmittel, Frischwarengruppen, Obst und Gemüse, 2000-2011, Index 2000 = 100
- Übersicht 10: Umsatzentwicklung Lebensmittelmarkt und Biolebensmittel, Obst und Gemüse und Bioobst und -gemüse, Indexentwicklung 2000-2010, 2000 = 100
- Übersicht 11: Marktvolumen Bioobst und -gemüse in Mio. EUR, 2006-2010
- Übersicht 12: Conveniencealternativen Tiefkühllobst- und Gemüse, Obst-, Gemüse, Sauerkonserven und Frischobst und -gemüse, 2000-2011
- Übersicht 13: Conveniencealternative Frischobst und -gemüse im Außer-Haus- Verzehr und Frischobst und -gemüse, 2000-2011
- Übersicht 14: Marktanteile der Vertriebswege im Lebensmittelmarkt und im Markt für Obst & Gemüse 2006 bis 2011 in Prozent
- Übersicht 15: Obst & Gemüse – Marktanteile der Vertriebswege im Berichtsjahr 2011
- Übersicht 16: FMCG – Entwicklung der Vertriebswege im Berichtsjahr 2011
- Übersicht 17: Branchenrelevante Determinanten im Überblick
- Übersicht 18: Obst und Gemüse: Sortimentsbereiche und Warengruppen:  
Branchenpositionierung im Dynamik-Volumen-Portfolio
- Übersicht 19: Obst & Gemüse: Vertriebswegeentwicklung im Konsumgütermarktfeld  
FastMovingConsumerGoods 2006/2010/2015
- Übersicht 20: Obst und Gemüse und Verbrauchsgüter bis 2015
- Übersicht 21: Die Preisentwicklung für Obst und Gemüse bis 2015
- Übersicht 22: Das Marktvolumen für Obst und Gemüse insgesamt 2006 bis 2015 in Mio. Euro und Veränderungsraten zum Vorjahr (in %)

Übersicht 23: Marktentwicklung Obst und Gemüse vs. Konsumgütermarktfeld FMCG  
2006 bis 2015 (Index 2006=100)

Übersicht 24: Marktvolumen für Obst und Gemüse nach Teilmärkten bis 2015 in Mio.  
Euro

Übersicht 25: Marktvolumen für Obst und Gemüse nach Teilmärkten bis 2015 in %

Übersicht 26: Obst und Gemüse: Marktanteile der Vertriebswege 2010 und 2015 (in %)

Übersicht 27: Obst und Gemüse: Marktanteilsgewinner/-Verlierer 2010 vs. 2015  
(Differenz in Prozentpunkten)

Übersicht 28: Obst und Gemüse: Marktanteile der Vertriebswege 2015

Übersicht 29: Obst und Gemüse: Indexentwicklung der Vertriebswege 2010 bis 2015  
(Index 2010=100)

## Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: Top Lieferanten Frischobst & Gemüse

Tabelle 2: Das Marktvolumen für Obst und Gemüse insgesamt und differenziert nach Warengruppen, 2006 bis 2011 (in Mio. EUR zu Endverbraucherpreisen)

Tabelle 3: Das Marktvolumen für Obst und Gemüse insgesamt und differenziert nach Segmenten, 2006 bis 2011 (Index 2006=100)

Tabelle 4: Das Marktvolumen für Tiefkühlobst und -gemüse, Obst-, Gemüse-, Sauerkonserven und Obst und Gemüse im Außer-Haus-Verzehr, 2006 bis 2011

Tabelle 5: Das Marktvolumen für Tiefkühlobst und -gemüse, Obst-, Gemüse-, Sauerkonserven und Obst und Gemüse im Außer-Haus-Verzehr, 2006 bis 2011 (Index 2006=100)

Tabelle 6: Top 10 Handelsunternehmungen LEH und bediente Betriebsformen

Tabelle 7: Das Marktvolumen für Obst und Gemüse insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten bis 2015 (in Mio. Euro zu EVP)

Tabelle 8: Das Marktvolumen für Obst und Gemüse insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2010 bis 2015 (Index 2010=100)

Tabelle 9: Obst und Gemüse: Marktanteile der Vertriebswege 2009 bis 2015 (in %)

Tabelle 10: Obst und Gemüse: Marktanteile der Vertriebswege 2009 bis 2015 (in Mio. Euro)

## ... der Schlüssel zu mehr Erfolg!

Beachten Sie bitte im Internet die Darstellung der weiteren aktuellen Studien und des umfassenden Vortragsangebotes.

- >>> **Neu: "Branchenfokus Lampen und Leuchten"**
- >>> **Neu: "Branchenfokus Garten"**
- >>> **Neu: "Branchenfokus Gartenmöbel"**
- >>> **Neu: "Branchenfokus Küchenmöbel"**

### **Auftrags-Coupon (Fax: 02131 - 2989721)**

Die Studie „**Obst und Gemüse 2012**“ ist ab sofort per mail erhältlich. Sie kostet 850,- Euro plus Mehrwertsteuer. Die Studie ist zu beziehen bei:

**bbw Marketing Dr. Vossen & Partner, Liebigstraße 23, D-41464 Neuss**

**Fon: 02131/298 97 22 – Fax: 02131/298 97 21 – mail: [bbwmarketing@email.de](mailto:bbwmarketing@email.de)**

Ich bestelle die Studie "**Obst und Gemüse 2012**"

zum Preis in Höhe von 850,- Euro zzgl. 19 % MwSt. per e-Mail

Unternehmen \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_ Vorname \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ Email \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

Für Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung:

Fon 02131/298 97 22, Fax 02131/298 97 21, [bbwmarketing@email.de](mailto:bbwmarketing@email.de)