

Melanie Hafner

Chancen und Risiken kooperativer Modelle bei der Distribution von nachhaltigkeitsorientierten Lebensmitteln

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2010 GRIN Verlag
ISBN: 9783640968732

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/174517>

Melanie Hafner

Chancen und Risiken kooperativer Modelle bei der Distribution von nachhaltigkeitsorientierten Lebensmitteln

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

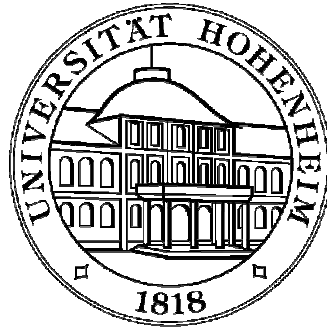
Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Universität Hohenheim
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Fachgebiet Umweltmanagement



**Chancen und Risiken kooperativer Modelle bei der
Distribution von nachhaltigkeitsorientierten
Lebensmitteln**

Eingereicht am Fachgebiet Umweltmanagement

von :

cand. oec. Melanie Hafner

13. Semester

Abgabetag: 16.08.2010

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
1.1 Notwendigkeit einer nachhaltigen Entwicklung	1
1.2 Durchführung und Aufbau der Arbeit	3
2 Der Markt für nachhaltigkeitsorientierte Lebensmittel	3
2.1 Nachhaltigkeit und ihre Bedeutung für Lebensmittel	3
2.1.1 Das Nachhaltigkeitsdreieck	3
2.1.2 Nachhaltigkeit bei Lebensmitteln	5
2.2 Bedeutung und Entwicklung des Markts für nachhaltige Lebensmittel	7
2.2.1 Zum Begriff der Regionalität	7
2.2.2 Entwicklungen des Bio-Markts	8
2.3 Kennzeichnung biologischer Lebensmittel	10
2.3.1 Das Bio-Siegel und das EU-Bio-Logo	10
2.3.2 Anbauverbände des ökologischen Landbaus in Deutschland	11
2.4 Lifestyle of Health and Sustainability - Die Konsumenten	13
3 Kooperationen und Netzwerke	15
3.1 Grundlagen von Kooperationen, Allianzen und Netzwerken	15
3.2 Merkmale von Kooperationen	18
3.3 Erscheinungsformen der Produktionsnetze	21
3.3.1 Strategisches Netzwerk	22
3.3.2 Operatives Netzwerk	22
3.3.3 Virtuelle Unternehmung	23
3.3.4 Regionales Netzwerk	24
3.3.5 Besonderheiten nachhaltigkeitsorientierter Netzwerke	26
4 Distributionspolitische Entscheidungen bei nachhaltigen Lebensmitteln	27
4.1 Grundlagen der Distributionspolitik als Bestandteil des Marketingmix	27
4.1.1 Einordnung der Distributionspolitik in den Marketingmix	27
4.1.2 Entscheidungen innerhalb der Distributionspolitik	28
4.2 Distributionswege bei nachhaltigkeitsorientierten Lebensmitteln	32
4.2.1 Strukturen und Entwicklung der Absatzwege	32
4.2.2 Formen der Direktvermarktung	34
4.2.3 Der Naturkostfachhandel	37
4.2.4 Der Lebensmitteleinzelhandel	38

4.2.5	Weitere Wege und Exkurs Slow Food.....	40
5	Fallstudien bezüglich nachhaltiger Konzepte	41
5.1	Methodik und Vorgehensweise der Untersuchung.....	41
5.1.1	Die Forschungsmethodik	41
5.1.2	Der Interviewprozess	45
5.2	Das Käslädle	47
5.2.1	Vorstellung des Drei-Wasen-Hofes und des „Käslädles“	47
5.2.2	Die Kooperationen	49
5.2.3	Wege des Vertriebs	50
5.2.4	Region und Konsumenten	51
5.3	Die Tübinger Bio-Bauernmilch.....	52
5.3.1	Vorstellung der Tübinger Bio-Bauernmilch GmbH und der Tübinger Bio-Bauernmilch	52
5.3.2	Die Kooperationen	55
5.3.3	Wege des Vertriebs	56
5.3.4	Region und Konsumenten	58
5.4	Die Eselsmühle	58
5.4.1	Vorstellung der Eselsmühle	58
5.4.2	Die Kooperationen	60
5.4.3	Wege des Vertriebs	61
5.4.4	Region und Konsumenten	64
5.5	Das Regionalportal HOFfrisch und der Betrieb „Bauer Falk“	65
5.5.1	Vorstellung des Regionalportals HOFfrisch und des Betriebs „Bauer Falk“ als Beispiel für einen Mitgliedsbetrieb.	65
5.5.2	Die Kooperationen des Betriebs Bauer Falk	67
5.5.3	Struktur und Potentiale des Regionalportals	68
5.5.4	Wege des Vertriebs	69
5.5.5	Region und Konsumenten	71
6	Diskussion der Ergebnisse und Ausblick.....	72
	Literaturverzeichnis.....	VI
	Anhang	XXI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das Nachhaltigkeitsdreieck	5
Abbildung 2: Das deutsche Bio-Siegel und das EU-Bio-Logo	10
Abbildung 3: Das Bioland-Logo.....	12
Abbildung 4: Das Demeter-Logo.....	13
Abbildung 5: Ziele von Kooperationen und strategischen Partnerschaften.....	16
Abbildung 6: Kooperationsrichtungen	20
Abbildung 7: Strategisches Netzwerk.....	22
Abbildung 8: Operatives Netzwerk.....	23
Abbildung 9: Virtuelles Unternehmen.....	24
Abbildung 10: Regionales Netzwerk	25
Abbildung 11: Entscheidungen über die Absatzkanalstruktur.....	31
Abbildung 12: Der Umsatz von Bio-Lebensmitteln nach Einkaufsstätten in Deutschland im Jahr 2007-2009	33
Abbildung 13: Die Distributionswege für Lebensmittel im Überblick	34
Abbildung 14: Der Hofladen „s Käshäusle“	48
Abbildung 15: Netzwerk und Vertriebswege des Käslädles.....	51
Abbildung 16: Der Birkenhof und die bisherige Milchbefüllungsanlage	54
Abbildung 17: Netzwerk und Vertriebswege der Tübinger Bio-Bauernmilch GmbH.....	57
Abbildung 18: Die Eselsmühle mit Gastronomie und Kaufladen.....	59
Abbildung 19: Netzwerk und Vertriebswege der Eselsmühle	64
Abbildung 20: Der Hofladen von „Bauer Falk“	67
Abbildung 21: Struktur von HOFfrisch e.V.....	71

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Erwartete Vor- und Nachteile durch Kooperationen.....	17
Tabelle 2: Konstruktion des Interviewleitfadens	44
Tabelle 3: Übersicht der geführten Experteninterviews	46

Abkürzungsverzeichnis

ABM	Arbeitsbeschaffungsmaßnahme
LEH	Lebensmitteleinzelhandel
ZMP	Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle GmbH