

Johannisbeeren und Stachelbeeren

Die Vermarktungssaison lief besser als erwartet

MICHAEL KOCH

Die Verbraucher in Deutschland sind angesichts der aktuellen gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Herausforderungen verunsichert. Das haben bereits die Saisonprodukte Spargel und Erdbeeren zu spüren bekommen. Zwar war diese Entwicklung bei den Erdbeeren schwächer ausgeprägt als beim Spargel. Dennoch waren die Befürchtungen auch zum Start in die Vermarktungssaison von Johannisbeeren und Stachelbeeren groß. Würde auch hier die Nachfrage fehlen und ein Überangebot zu Preisdruck führen?

Mitte Juli zeichnet sich ab, dass sich diese Befürchtungen nicht bewahrheiten. Die Erzeugermarktpreise erreichen zwar nicht das Niveau des Vorjahres, aber immerhin fließt die Ware zügig ab. Zudem erlauben die Qualitäten eine Langzeitlagerung, über die Angebotsspitzen abgemildert werden können.

ROTE JOHANNISBEEREN

Jedes Jahr vor Saisonstart führt die AMI eine Befragung unter den wichtigsten Erzeugermärkten durch, die die Beeren absetzen. Im Jahr 2022 wurde von ihnen die Absatzmenge an Roten Johannisbeeren um 12 % höher eingeschätzt als im Vorjahr. Dabei soll die Ertragsfläche erneut um 3 % ausgeweitet worden sein. Schon im letzten Jahr war die Anbaufläche mit 989 ha um 4 % größer als im Vorjahr

gewesen. Dabei erreichte die Erntemenge 2021 rund 8.771 t Roter und Weißer Johannisbeeren – ein Plus von insgesamt knapp 18 %. Den größten Einfluss auf die hohe Erntedifferenz zum Vorjahr hatte 2021 allerdings nicht die gestiegene Anbaufläche. Vielmehr war sie auf die hohen Hektarerträge zurückzuführen, die im Bundesdurchschnitt rund 13 % höher lagen als 2020.

Überdurchschnittlich sind dabei die Anbaufläche und die Erntemenge in Baden-Württemberg gestiegen. Damit hat dieses Bundesland seine Spitzenposition bei Roten Johannisbeeren weiter ausgebaut und steht inzwischen für gut 43 % der gesamten deutschen Anbaufläche. Weitere Anbauschwerpunkte liegen in Nordrhein-Westfalen, Bayern und Rheinland-Pfalz. Werden die erwarteten Veränderungsra-

ten der deutschen Erzeugermärkte auf die gesamte Produktion bezogen, so würde das für die Saison 2022 eine Erntemenge von rund 9.800 t bedeuten.

STABILER ABSATZ

Die deutschen Erzeugermärkte starteten mit der Vermarktung von Roten Johannisbeeren in der 24. KW – und damit rund zwei Wochen früher als im Vorjahr. Zunächst lief die Vermarktung für die frühen Anbauggebiete aufgrund überregionaler Absatzmöglichkeiten problemlos. Ab der 26. KW stieg das Angebot dann stärker und die Verkaufsaktivitäten in Richtung LEH wurden intensiviert. In Aktionen standen die Preise zu diesem Zeitpunkt schon etwas stärker unter Druck. Mit 3,57 €/kg lag der durchschnittliche Abgabepreis der deutschen Erzeugermärkte rund 15 % unter dem Niveau des Vorjahres. Dieser Preisabstand zum Vorjahr blieb auch im weiteren Saisonverlauf erhalten. Und dabei war die Nachfrage keinesfalls schlecht: Der Anteil Haushalte, die Rote Johannisbeeren kaufte, war von Saisonbeginn an deutlich höher als im Vorjahr, auch wenn die Werte an den Durchschnitt der vergangenen fünf Jahre nur knapp heranreichten. Dennoch ist es positiv zu bewerten, dass Rote Johannisbeeren offensichtlich nicht der allgemeinen Nachfrageschwäche zum Opfer gefallen sind. Gestützt wurde die Nachfrage durch zahlreiche Angebotsaktionen im Lebensmittel-einzelhandel (LEH). Im Zeitraum zwischen KW 24 und KW 29 wurden Johannisbeeren insgesamt 29-mal beworben. Damit war die Zahl der Werbeanstöße rund 19 % höher als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Allerdings waren Jo-

Abb. 1: Marktübersicht Rote Johannisbeeren

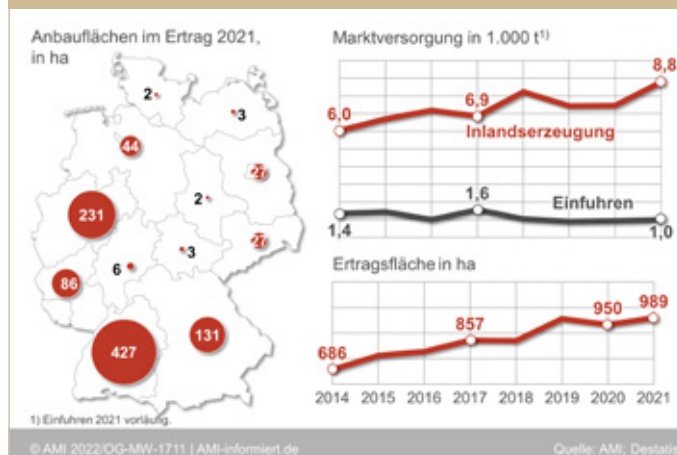


Abb. 2: Rote Johannisbeeren: Preise unter Vorjahresniveau

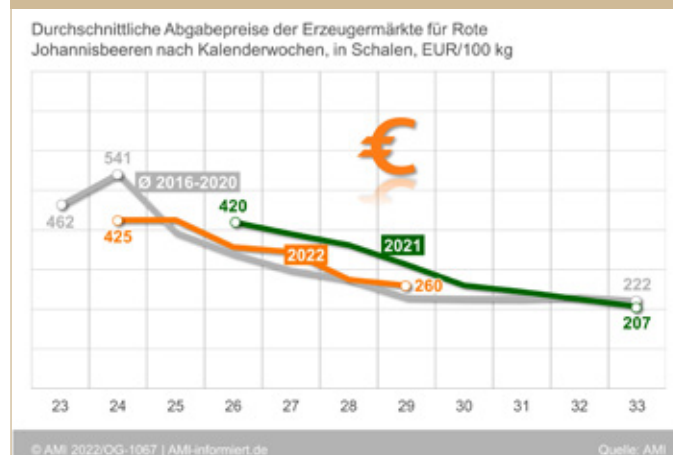


Abb. 3: Anbau und Produktion von Stachelbeeren in Deutschland

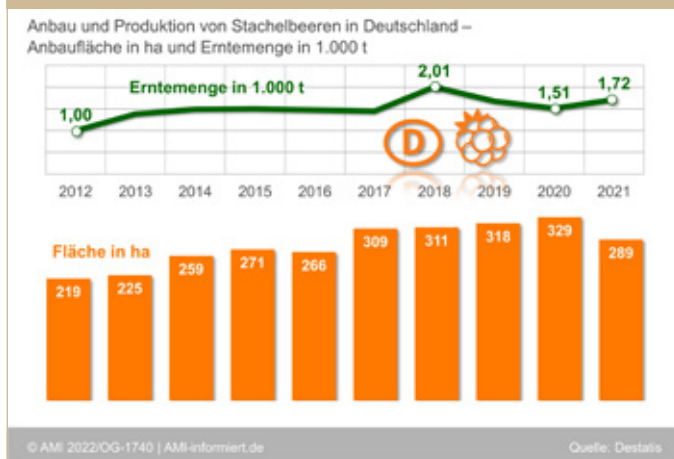
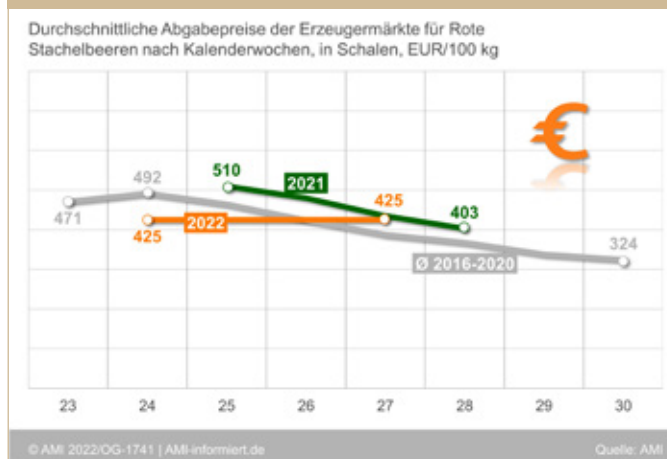


Abb. 4: Stachelbeeren: Stabile Preise, aber niedriger als 2021



hannisbeeren 2018 und 2019 auch schon einmal stärker beworben worden.

HOHER SELBSTVERSORGRAD

Die gute Nachricht: Beworben wurden bislang ausschließlich Rote Johannisbeeren aus Deutschland und es überwiegen dabei Packungen mit einem Inhalt von 500 g. Diese wurden im bisherigen Saisonverlauf zu Preisen zwischen 3,58 und 5,98 €/kg beworben. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres hatten die Preise zwischen 3,98 und 5,98 €/kg gelegen.

Dass ausschließlich deutsche Rote Johannisbeeren beworben werden, kommt nicht von ungefähr. Importe spielen bei dieser Obstart, anders als bei Erdbeeren oder Heidelbeeren, kaum eine Rolle. Rund 80 % der Johannisbeeren gehen im Juli und August, also zur deutschen Haupterntezeit, über die Ladentheke. Rote Johannisbeeren sind damit noch ein richtiges Saisonprodukt.

Wenn Johannisbeeren außerhalb der deutschen Erntesaison importiert werden, handelt es sich im Winter um CA-Ware aus den Niederlanden, die fast ausschließlich für die Gastronomie von Interesse ist. Ab Februar bis zum Start der deutschen Saison kommt dann Ware aus dem niederländischen Gewächshausanbau auf den deutschen Markt. Durch die steigende deutsche Produktion, den Ausbau von Lagermöglichkeiten und die dadurch erreichte Entzerrung der Angebotsspitzen ist Deutschland allerdings immer weniger auf diese Importware angewiesen. Während 2011 noch rund 2.400 t Rote Johannisbeeren aus dem Ausland Deutschland erreichten, waren es in den Jahren 2018 bis 2021 nur noch knapp 1.000 t. Als Folge davon

stieg der Selbstversorgungsgrad der Roten Johannisbeeren von 82 % im Jahr 2011 auf 90 % im Jahr 2021.

STACHELBEEREN

Im Konzert der Strauchbeeren spielen Stachelbeeren nur eine untergeordnete Rolle. Von der gesamten Anbaufläche für Strauchbeeren in Deutschland entfielen im vergangenen Jahr gerade einmal 3 % auf diese Beerenobstart.

Im Jahr 2021 wurden deutschlandweit auf einer Fläche von 289 ha rund 1.716 t Stachelbeeren geerntet. Damit wurde die um 12 % eingeschränkte Anbaufläche nicht mengenwirksam, denn die Erträge waren knapp 14 % höher als im Jahr zuvor – eine Folge der deutlich höheren Durchschnittserträge in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen.

Die Anbauswerpunkte für Stachelbeeren liegen in Baden-Württemberg mit einem Anteil von 34 % an der gesamten Anbaufläche und in Nordrhein-Westfalen mit einem Anteil von 25 %.

POSITIVER SAISONVERLAUF

Die Saison von Stachelbeeren ist sehr kurz und erstreckt sich je nach Witterungsbedingungen auf den Zeitraum zwischen KW 24 und 30. In diesem Jahr starteten die Ernte und die Vermarktung der deutschen Erzeugermärkte rund eine Woche früher als im Vorjahr.


Allerdings waren die durchschnittlichen Abgabepreise der deutschen Erzeugermärkte schon zu Saisonbeginn niedriger als im Vorjahr: Mit durchschnittlich 4,25 €/kg wurde der Startpreis des Vorjahres um rund 17 % unterschritten. In der Folge blieb der sonst übliche Preisrückgang aller-

dings aus, so dass sich die Preislinien immer weiter angeglichen haben. Schon in der 29. KW war die Ernte in den meisten Anbauregionen beendet und es wurde überwiegend gelagerte Ware zu festen Preisen verkauft.

Insgesamt ist der Saisonverlauf von Stachelbeeren in diesem Jahr positiv zu bewerten, da es zu keiner Zeit einen Angebotsdruck oder Absatzschwierigkeiten gab.

Die kurze Saison spiegelt sich auch in den Angebotsaktionen des LEH wider. Stachelbeeren wurden in den vergangenen Jahren immer zwischen der 25. KW und der 29. KW beworben. 2022 zeugen 24 Werbeanstöße in diesem Zeitraum von einem umfangreichen Angebot. So häufig waren Stachelbeeren in den vergangenen fünf Jahren nie beworben worden: Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Zahl der Werbeanstöße verdoppelt, gegenüber dem bisherigen Höchstwert aus dem Jahr 2020 steht ein Plus von 26 % zu Buche.

Der Schwerpunkt der Aktionen lag in diesem Jahr in der 26. KW. Beworben wurden ausschließlich deutsche Stachelbeeren, überwiegend in Packungen mit einem Inhalt von 500 g. Die Aktionspreise lagen im Saisonverlauf 2022 zwischen 4,44 und 6,22 €/kg, mit einem Schwerpunkt bei 5,98 €/kg. Der Schwerpunktpreis entspricht damit dem des Vorjahres, Minimum- und Maximumwerbepreis lagen etwas unter dem Niveau des Vorjahres. ●

 **Michael Koch**, AMI, Dreizehnmorgenweg 10, 53175 Bonn, Tel.: 0228 33805252, E-Mail: Michael.Koch@AMI-informiert.de