



OBST AUS DEUTSCHLAND

Du bist bei Instagram aktiv und nimmst deinen Kunden bei deiner täglichen Arbeit mit?

Dann mach den Kanal der Kampagne „Obst aus Deutschland“ zu deinem.

Der Blick hinter die Kulissen macht den Kanal lebendig und authentisch – für den deutschen Obstbau!



#obstausdeutschland oder @obstausdeutschland



Zurückgehende Betriebszahlen bei leicht ansteigender Fläche

Großes Interesse am Obstforum „Perspektiven für die Niederelbe“

DR. MATTHIAS GÖRGENS UND HELWIG SCHWARTAU

Durch die Corona-Pandemie und den Krieg in der Ukraine hat sich der Obstmarkt verändert und stellt für alle Beteiligten eine große Herausforderung dar. Die Kosten explodieren, Warenströme verändern sich und letztendlich kauft der Konsument preisbewusster und gezielter Obst ein. Außerdem wird europaweit zu viel Obst produziert, das über konsumfördernde Preisanreize in den Markt gedrückt wird und damit die Existenz zahlreicher Obstbaubetriebe gefährdet.

Wie muss sich eine Apfelregion, wie es das Niederelbe-Gebiet ist, zukunftsorientiert aufstellen? Dieses Thema haben die AMI und das ESTEBURG Obstbauzentrum Jork aufgegriffen und in Kooperation ein Zukunftsforum mit Perspektiven für die Region organisiert. Die eintägige Veranstaltung fand in Jork mit 250 Teilnehmern aus Produktion und Handel reichlich Zuspruch.

STATUS QUO AN DER NIEDERELBE
Der Strukturwandel an der Niederelbe schreitet nicht nur bei den Betriebszah-

len, sondern auch beim Obstartenverhältnis voran. Innerhalb der letzten fünf Jahre ist die Zahl der Betriebe mit Baumobstbau von 565 auf 491 Betriebe zurückgegangen. Das entspricht einem „normalen“ Betriebs-Rückgang von ca. 2,6% je Jahr. In fünf Jahren würden dann noch ca. 400 Betriebe an der Niederelbe wirtschaften, da durch die angespannte Situation aktuell mehr Betriebsaufgaben zu verzeichnen sind.

Die Anbaufläche an der Niederelbe hingegen steigt innerhalb der letzten Jahre mit langsamen Schritten an. Wer ist der

250 Teilnehmer aus Produktion und Handel zeigten unmissverständlich, wie wichtig es ist, sich intensiv mit möglichen Zukunftsszenarien auseinanderzusetzen (Fotos: Esteburg)





Zum Thema „Jetzt werden Birnen gepflanzt – Chancen und Risiken für die Niederelbe“ referierten (v. li.) Jürgen Faby, Faby Fruchtgroßhandel, Chris Wouters, NV Fruithandel, Bernd Feenstra, Xenia Europe, Maike Steffens, ESTEBURG, und Ursula Schockemöhle, AMI.

vermeintliche Gewinner dieser Ausweitung? Leider der Apfel, der sich aber gerade in einer Krise befindet. Die Konstellation der zurückgehenden Betriebszahlen bei leicht ansteigender Fläche hat zur Folge, dass die verbleibenden Betriebe wachsen – auf aktuell durchschnittlich 21 Hektar. Innerhalb der letzten fünf Jahre hat der Apfel dabei seine Vormachtstellung auf 91 % ausgebaut – zu Lasten der anderen Obstarten, deren Fläche (bis auf die der Sauerkirsche) zurückgegangen ist.

APFELANBAU

Das Apfelsortiment verändert sich. ‘Elstar’, ‘Jonagold’, ‘Braeburn’, ‘Boskoop’ und ‘Holsteiner Cox’ haben in den letzten Jahren allesamt an Bedeutung verloren. Zugenommen haben ‘Wellant’ und die Markensorten. ‘Wellant’ hat aktuell einen Anteil von 6,6 % inne. Berücksichtigt man die Baumverkaufszahlen der letzten Jahre, dann wird die Sorte im Jahre 2025 ihren Anteil verdoppeln auf ca. 13 %. Für das Jahr 2022 wird die Erntemenge an der Niederelbe auf 14.000 t geschätzt – dies könnten im Jahre 2025 dann schon 25.000 t sein.

Aber das Sortenkarussell dreht sich weiter. Im Jahre 2025 könnten an der Niederelbe auf ca. 1.200 ha Markensorten angebaut werden. Das wäre 13 % der Anbaufläche. Aus Sicht der Obstbauern sollten Markensorten mit gleichen anbautechnischen Schwerpunkten zusammengefasst und ein darauf abgestimmtes Anbausystem auf größerer Fläche umlegt werden. Entscheidend für den Erfolg ei-

ner Markensorte ist aber die Verzahnung von Versuchswesen, Praxis, Beratung und Vermarktung.

BIRNEN IM FOKUS

Die Niederelbe produziert Baumobst auf einer Fläche von 10.400 ha. 91 % davon entfallen auf den Apfel. Die Vorträge im Rahmen des Obstforums machten deutlich, dass die Niederelbe zu einseitig auf den Apfel fokussiert ist. So werde das Potenzial für Birnen (aktueller Flächenanteil 2,6 %) nicht ausschöpft.

Gleiches gelte für ganz Deutschland: Bundesweit werden nur 30.000 bis 40.000 t Birnen produziert. Mit dieser schwachen Eigenversorgung von 15–20 % werde dem Marktpotenzial dieser Obstart nicht annähernd Rechnung getragen. Denn Deutschland importiert jährlich

mehr als 150.000 t Birnen, mit Schwerpunkt ‘Conference’ aus dem Benelux-Raum.

Durch den Klimawandel haben sich die Standortbedingungen an der Niederelbe für den Anbau von Birnen verbessert. Die Erzeugerorganisationen Elbe-Obst bzw. Marktgemeinschaft Altes Land forcieren im Rahmen des Deutschen Obstsortenkonsortiums den Einstieg in den Anbau der Birnenmarke Xenia®. Bei einer ebenfalls diskutierten Anbauausdehnung von ‘Conference’ gibt es hingegen Vorbehalte, denn die Produktionsbedingungen für diese Sorte sind in den Niederlanden besser.

ANBAU VON SÜSSKIRSCHEN

Ein weiteres Standbein der Obstproduktion an der Niederelbe ist die Süßkirsche. Innerhalb von zehn Jahren wurde der geschützte Anbau von Kirschen unter Folie von 70 ha auf 340 ha ausgedehnt. Damit wurde die Möglichkeit geschaffen, den konzentrierten Lebensmitteleinzelhandel kontinuierlich und zu einem relativ späten Zeitpunkt mit Qualitätsware zu beliefern.

Nun scheint der Anbau durch die deutlich steigenden Investitionskosten aber an seine Grenzen zu stoßen. Zusätzlich spürt man die türkische Konkurrenz, die ebenfalls bis Ende Juli lieferfähig ist. Eine Streckung des Angebots bis weit in den August hinein ist jedoch wenig attraktiv, da die Konsumenten dann stärker auf Pflaumen/Zwetschen fokussiert sind.

Im Grundsatz stellt die Süßkirsche also eine attraktive Alternative zu Äpfeln dar, von einer Ausdehnung der Anbaufläche wird aber abgeraten.

„Alternativen für die Niederelbe“ stellten (v. li.) Björn Wienecke, Elbe Obst, Tilman Keller, ESTEBURG, und Henning Rolker, Rolker Ökofrucht vor.





Dr. Matthias Görgens, ESTEBURG (li.), Georg Kössler, Obmann des Verbands der Südtiroler Obstgenossenschaften VOG, und Andreas Hahn, ESTEBURG (re.), legten der Fokus ihrer Beiträge zum Obstanbau der Zukunft auf Kosten, Struktur und mögliche Perspektiven.

KEINE ABSATZPOTENZIALE BEI STRAUCHBEEREN

Neben der Süßkirsche wurde im Rahmen des Obstforums intensiv über den Anbau und die Vermarktung von Beerenobst berichtet und diskutiert. Himbeeren und besonders Heidelbeeren liegen beim Konsumenten voll im Trend und gelten mittlerweile als „Ganzjahresfrüchte“. Jedoch bedeutet der Ganzjahreskonsum auch, dass sich die Preise im Jahresverlauf kaum verändern. Dies stellt die deutsche Produktion, insbesondere vor dem Hintergrund der aktuell massiv steigenden Kosten, vor eine große Herausforderung. Seit dem Jahr 2005 ist die globale Produktion bei Heidelbeeren von 180.000 t auf 900.000 t angestiegen. Heidelbeeren aus Übersee und dem Mittelmeerraum beeinflussen u. a. auch den Absatz von Äpfeln und die deutschen Heidelbeeren konkurrieren mit preisgünstigen Offerten aus Polen.

Über die Listung im LEH entscheidet letztendlich der Preis, der Vorteil einer regionalen Produktion hält sich in Grenzen. Vergleichbares gilt für deutsche Himbeeren, deren Absatz sich mehr und mehr auf die Direktvermarktung konzentriert.

ZU VIELE ÄPFEL IN DER EU

Die Vermarktung von Äpfeln steht unter dem Einfluss der Überproduktion in Europa und den rückläufigen Einkäufen der Konsumenten. Aktuell werden über 12 Mio. t EU-Äpfel produziert. Damit wird das Marktpotenzial um 1,5 bis 2,0 Mio. t überschritten. Entsprechend muss der Anbau dringend reduziert werden. Im Fokus steht Polen, das durch die finan-

zielle Unterstützung aus Brüssel sowie zusätzliche nationale Zuschüsse seine Produktion auf 4,5–5 Mio. t nahezu verdoppelt hat. Aber auch in Deutschland werden mittlerweile zu viele Äpfel produziert. Unrentable Anlagen/Sorten müssen deshalb dringend gerodet werden. Nur über ein marktgerechtes Angebot kann die Wertschätzung des Apfels im Einzelhandel und beim Konsumenten erhöht werden.

SORTIMENTSANPASSUNGEN

In puncto Verbesserung des Apfelsortiments besteht auch an der Niederelbe Nachholbedarf. Noch immer dominiert dort 'Elstar' mit rund 30 % der Anbaufläche. Diese Sorte nimmt allerdings eine Sonderstellung ein und erfreut sich beim Konsumenten weiterhin großer Beliebtheit. Also sollte das Standbein 'Elstar' weiter gepflegt werden. Zur Sortenpflege gehört aber auch, dass zu reife und farblose Partien unbedingt der Mostobstindustrie zugeführt werden müssen. Denn wenn 'Elstar' im Markt in Schiefelage geraten würde, würde dies in der aktuellen Anbausituation die gesamte Niederelbe in den Strudel hineinziehen.

Der Sortenanteil der 'Jonagold'-Gruppe ist an der Niederelbe mit 20 % viel zu hoch. Deshalb müssen unbedingt bei Ersatzpflanzungen neue Sorten gewählt bzw. Flächen mit alten Baumbeständen stillgelegt werden.

Zu den Newcomern zählt 'Wellant', dessen Erntemenge im norddeutschen Anbaugebiet in den kommenden zwei Jahren die Marke von 25.000 t erreichen wird. In der Direktvermarktung wird diese Sorte geschätzt, nun muss die Platzie-

rung in den Regalen des LEH gelingen. Der Anteil der übrigen neuen Sorten liegt bei 13 % und ist stark gesplittet. Die Hoffnung liegt auf Fräulein® mit bislang 600.000 gepflanzten Bäumen. Dazu kommen zahlreiche Neuheiten, die in engen Kooperationen mit dem LEH forciert werden.

WAS MACHT SINN?

Schwierige Zeiten erfordern ein umsichtiges Handeln, um die Liquidität eines jeden einzelnen Obstbaubetriebes zu erhalten. Der Betrieb muss für das Bestehen in der Zukunft auf den Prüfstand gestellt werden. Dazu gehört u. a., dass unrentable Anlagen identifiziert und gerodet werden. Manchmal ist auch ein geordneter Rückzug sinnvoll, bevor das Eigenkapital geschmolzen ist. Das Konzept für die Zukunft ist immer betriebsindividuell. Wenn es die Spezialisierung auf den Apfel ist, dann aber richtig:

- 50 t/ha plus X,
- Kostenführerschaft,
- Markensorten auf 20 % der Fläche oder
- Öko-Anbau.

Auch die Diversifizierung mit einem Obstarten-Mix, eine eigene Vermarktung oder die Investition in den Tourismus können vielversprechend sein. Und über Nischen wie Selbstpflücke, Baumpatenschaften, Walnüsse oder anderes mehr lohnt es sich nachzudenken.

INNOVATIONEN UND MEHR WERBUNG SIND GEFRAGT

Die Teilnehmer des Obstforums in Jork waren sich einig, dass sie auch in den kommenden Jahren bestehen können. Allerdings sind Innovationen gefragt. Im Grundsatz fehlt es außerdem an massiven Werbemaßnahmen, um die heimische Produktion beim deutschen Konsumenten stärker in den Fokus zu rücken. Nicht der Preis, sondern Regionalität muss bei Aktionen im Vordergrund stehen. ●



Dr. Matthias Görgens,
ESTEBURG Obstbauzentrum

Jork, Moorende 53, 21635 Jork,
Tel.: 04162 6016155, E-Mail:
matthias.goergens@esteburg.de

Helwig Schwartau, AMI,
Großmarkt Hamburg,
Zimmer 137, 20097 Hamburg,
Tel.: 040 6505595-0, E-Mail: Helwig.
Schwartau@AMI-informiert.de