

## **Gedrückte Stimmung in der Spargel- und Erdbeerbranche**

### **Regionalität im Handel reines Lippenbekenntnis – Importe während der Saison drücken Preise und Absatz**

**Bruchsal, 17. Mai 2022.** Noch knapp sechs Wochen sind es bis zum Ende der Spargelsaison am 24. Juni. Trotz bester Spargel-Qualitäten und guter Ernte ist die Spargelsaison bisher jedoch nicht zufriedenstellend. Auch die Erdbeersaison hat trotz bester Qualitäten einen schweren Start. Denn wie beim Spargel behielt der Handel Importe von Spargel und Erdbeeren bis Mitte Mai bei, was den Preis für heimische Ware stark gedrückt hat. Andererseits sorgten teilweise überzogene Preise des Handels für regionalen Spargel und regionale Erdbeeren, d.h. hohe Margen für den Handel, für großen Unmut bei den Käufern und Käuferinnen, die sich übervorteilt fühlten.

„Wir sind ernüchtert und enttäuscht. Mit Corona, dem Krieg in der Ukraine und der Klimakrise dachten wir, es sollte nun jedem klar geworden sein, wie wichtig die Produktion von Lebensmitteln im eigenen Land ist. Weit gefehlt, der Handel hält bis mitten in die Saison hinein neben dem heimischen Spargel Importware zu Spottpreisen in seinen Regalen. Kaum besser ergeht es den Erdbeeren. Man importiert Bio-Ware aus weiter Entfernung und lässt den heimischen Anbau gegen die Wand fahren, wohlwissend, dass dies die Existenz der Landwirte gefährdet, und Regionalität und Saisonalität eine Menge CO<sub>2</sub> einsparen und das Klima schonen“, erklärt Simon Schumacher, Vorstand im Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V., bitter.

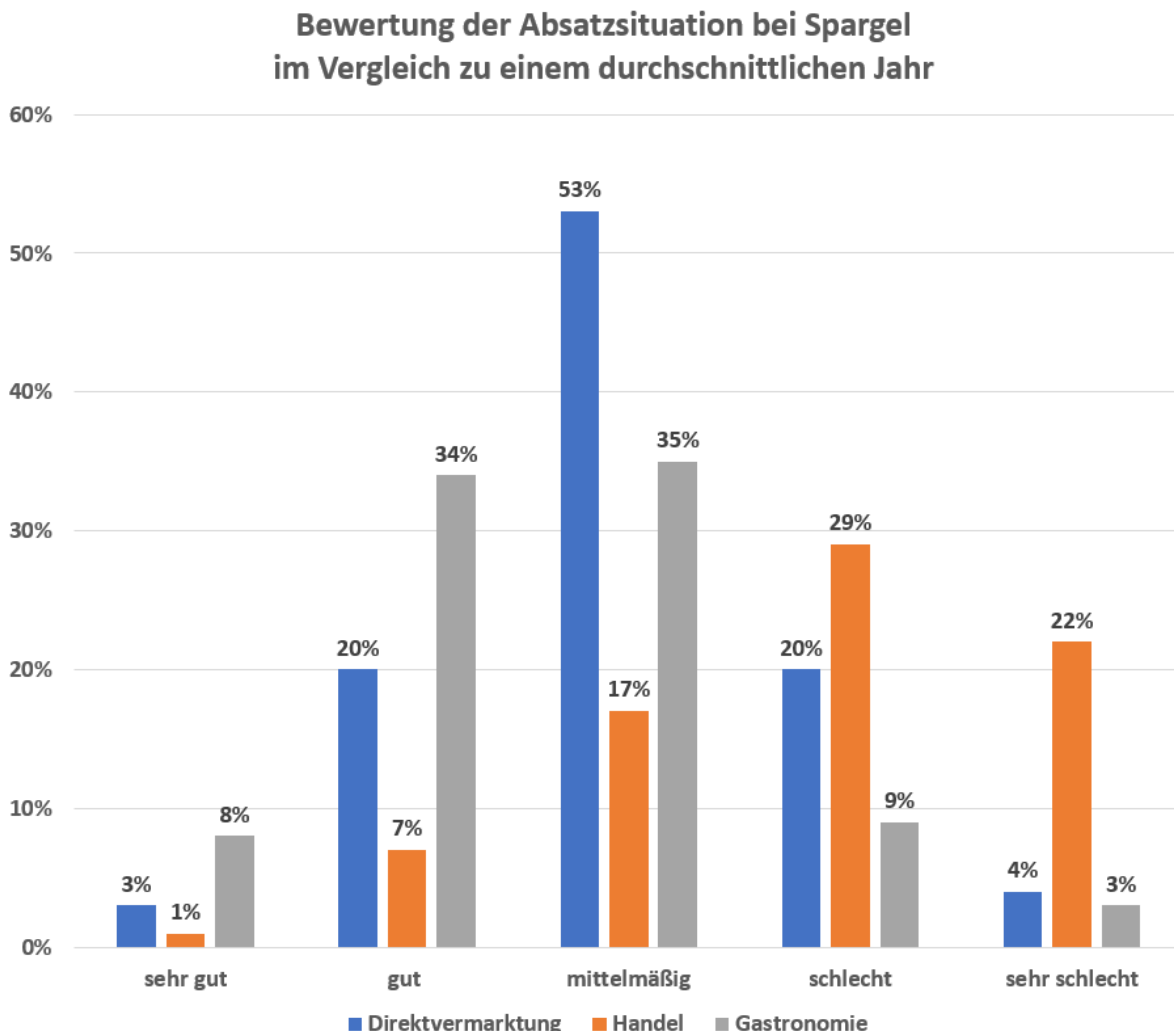
Importspargel und Importerdbeeren können in Deutschland deswegen günstiger als deutscher Spargel angeboten werden, da die Löhne niedriger sind: In Italien gibt es keinen Mindestlohn. In Spanien liegt der Mindestlohn bei 6,06 Euro pro Stunde, in Griechenland gar bei 3,83 Euro pro Stunde und in Ungarn liegt er bei 3,21 pro Stunde. Mit aktuell 9,82 Euro pro Stunde liegt Deutschland hier schon mehr als das 1,5- bis 2,5-Fache höher.

Laut der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI), wurde das Preisniveau vom Spargel nach Ostern auf allen Handelsebenen zurückgenommen. Während die Mengen für das Ostergeschäft nur knapp ausreichend waren, hat sich nach Ostern schnell ein Überangebot aufgebaut. Die Marktmacht des Lebensmitteleinzelhandels zeige sich in dieser Saisonphase deutlicher, und die Preise gerieten unter Druck. Laut AMI waren 2021 April und Mai die Monate mit den stärksten Importen von Spargel, vor allem Grünspargel. 2022 liefen in der Kalenderwoche 19 (Mitte Mai) immer noch Angebote im Lebensmitteleinzelhandel für Importspargel. 10 von insgesamt 60 Werbeanstößen entfielen auf Importe, das meiste davon war grüner Spargel.

Zudem waren – bedingt durch die Inflation und die Unsicherheit angesichts der Weltlage – Liebhaberinnen und Liebhaber von Spargel und Erdbeeren aus der Region in dieser Saison bisher zurückhaltender als erwartet. Weswegen die Nachfrage nach Spargel nur zu und an den Ostertagen sehr zufriedenstellend und am Muttertag gut war. Die Nachfrage nach regionalen Erdbeeren war verhalten und nimmt nun erst mit den warmen Tagen zu.

## Absatz und angemessene Preise: Direktvermarktung gewinnt – Handel verliert

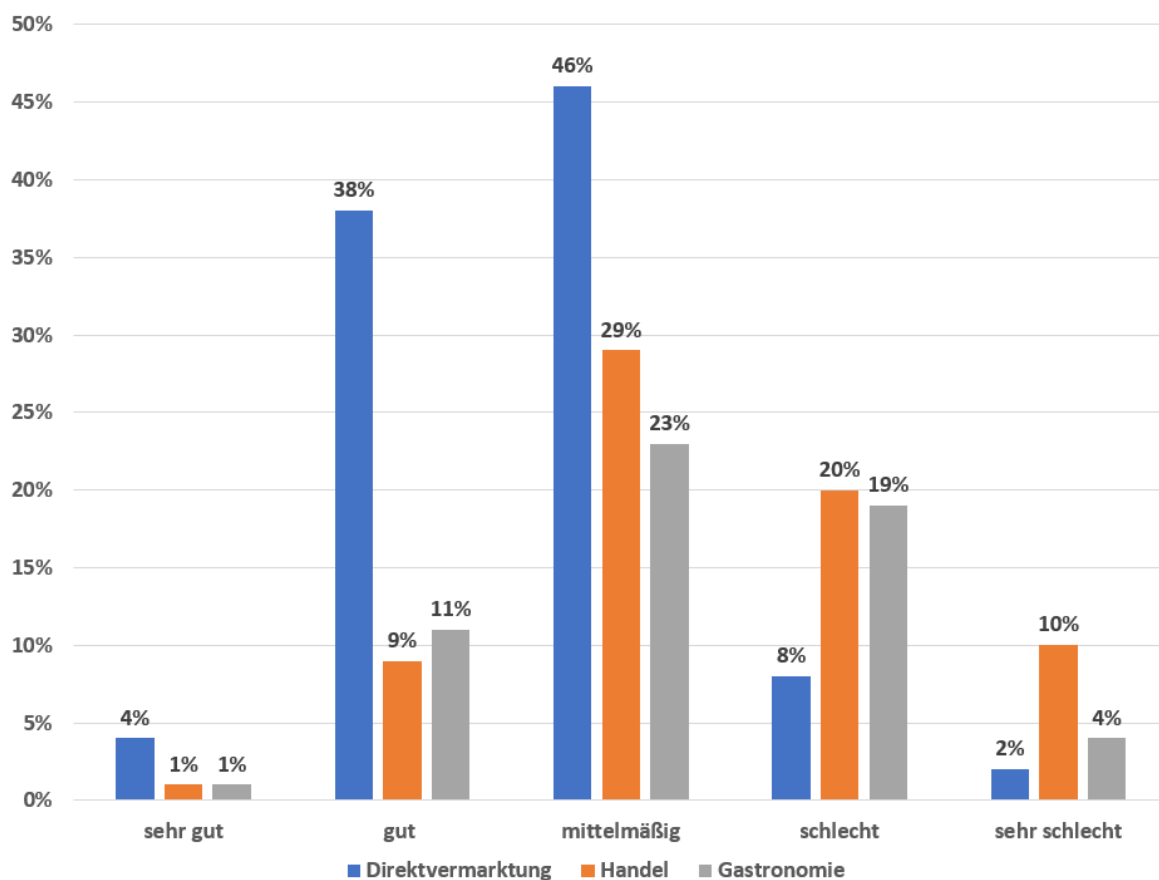
Eine Umfrage des Netzwerks der Spargel- und Beerenanbauer e. V., die vom 10. bis 16. Mai 2022 stattfand und an der 274 Betriebe teilnahmen, zeigt folgendes Bild vom Spargelmarkt: Im Handel geben die Hälfte der Befragten (51 Prozent) an, dass die Absatzsituation schlecht bis sehr schlecht im Vergleich zu einem durchschnittlichen Jahr läuft. Weniger als jeder fünfte Befragte (17 Prozent) bewertet den Verkauf noch als mittelmäßig, nur 8 Prozent als gut bis sehr gut. Die Gastronomie läuft gut bis sehr gut bei 42 Prozent, bei 35 Prozent mittelmäßig, bei rund 12 Prozent schlecht bis sehr schlecht. Die Direktvermarktung wird zu knapp einem Viertel der Befragten als gut bis sehr gut bewertet (23 Prozent) und mehr als die Hälfte der Befragten (53 Prozent) geben an, dass der Verkauf mittelmäßig verläuft. Das letzte Viertel (24 Prozent) bewertet den Verkauf über die Direktvermarkter als schlecht bis sehr schlecht. (Teilnehmer: 237)



Mehr als die Hälfte der Befragten geben an, dass die bisherige Vermarktung über den Handel schlecht bis sehr schlecht im Vergleich zu einem durchschnittlichen Jahr verlaufe, während in der Direktvermarktung über die Hälfte der Befragten angeben, dass die Verkaufssituation mittelmäßig einzustufen ist. Der Absatz über die Gastronomie wird von jedem Dritten als gut bis sehr gut bewertet und mehr als jeder Dritte bewertet diesen Absatzweg als mittelmäßig.

In der Direktvermarktung konnten Spargelanbauer zu 33 Prozent die anvisierten Preise erreichen, rund 47 Prozent konnten sie teilweise durchsetzen. Rund 20 Prozent konnten sie nicht durchsetzen. Beim Handel konnten nur gut 3 Prozent ganz und rund 16 Prozent teilweise die Spargelpreise durchsetzen. Rund 57 Prozent gaben an, dass sie die Preise nicht durchsetzen konnten. In der Gastronomie konnten sie zu 28 Prozent die Spargelpreise ganz und zu rund 38 Prozent teilweise und zu 21 Prozent nicht erreichen. (Teilnehmer: 233)

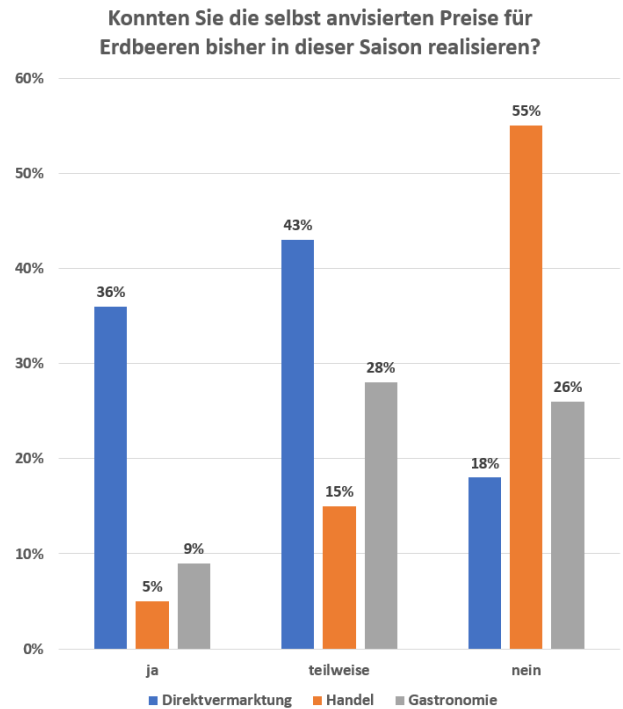
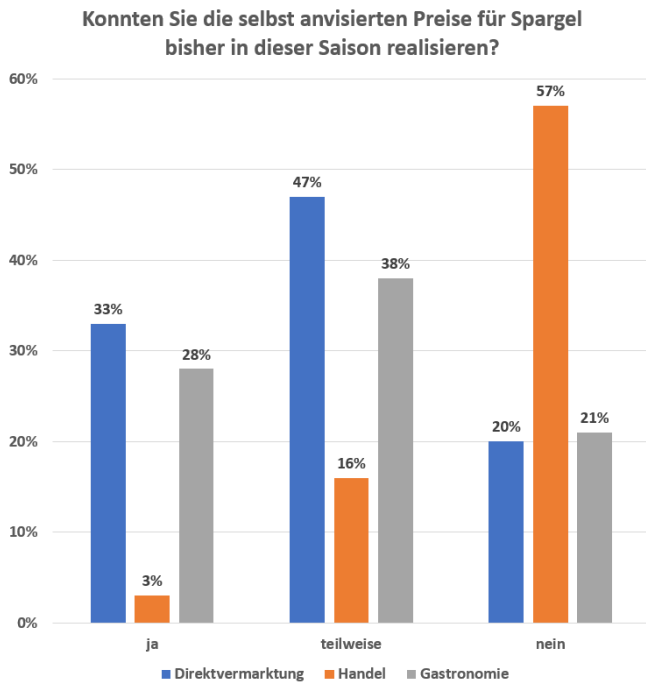
### Bewertung der bisherigen Absatzsituation bei Erdbeeren im Vergleich zu einem durchschnittlichen Jahr



Der Absatz der bisherigen Absatzsituation bei Erdbeeren wird im Handel von jedem dritten Befragten als schlecht bis sehr schlecht bewertet. Knapp jeder Dritte stuft den Absatz über den Handel noch als mittelmäßig ein.

Was den Erdbeermarkt betrifft, so bewerten 42 Prozent der Anbauer den Absatz in der Direktvermarktung als gut bis sehr gut und rund 46 Prozent als mittelmäßig und knapp 10 Prozent als schlecht bis sehr schlecht. Beim Handel ist die Lage viel schlechter: nur 10 Prozent bewerten den Absatz als gut bis sehr gut, 29 Prozent als mittelmäßig und 30 Prozent als schlecht bis sehr schlecht. Den Absatz über die Gastronomie bewerteten knapp 12 Prozent der Erdbeerproduzenten als gut bis sehr gut, und rund 23 Prozent als mittelmäßig und rund 23 Prozent als schlecht bis sehr schlecht. (Teilnehmer: 160)

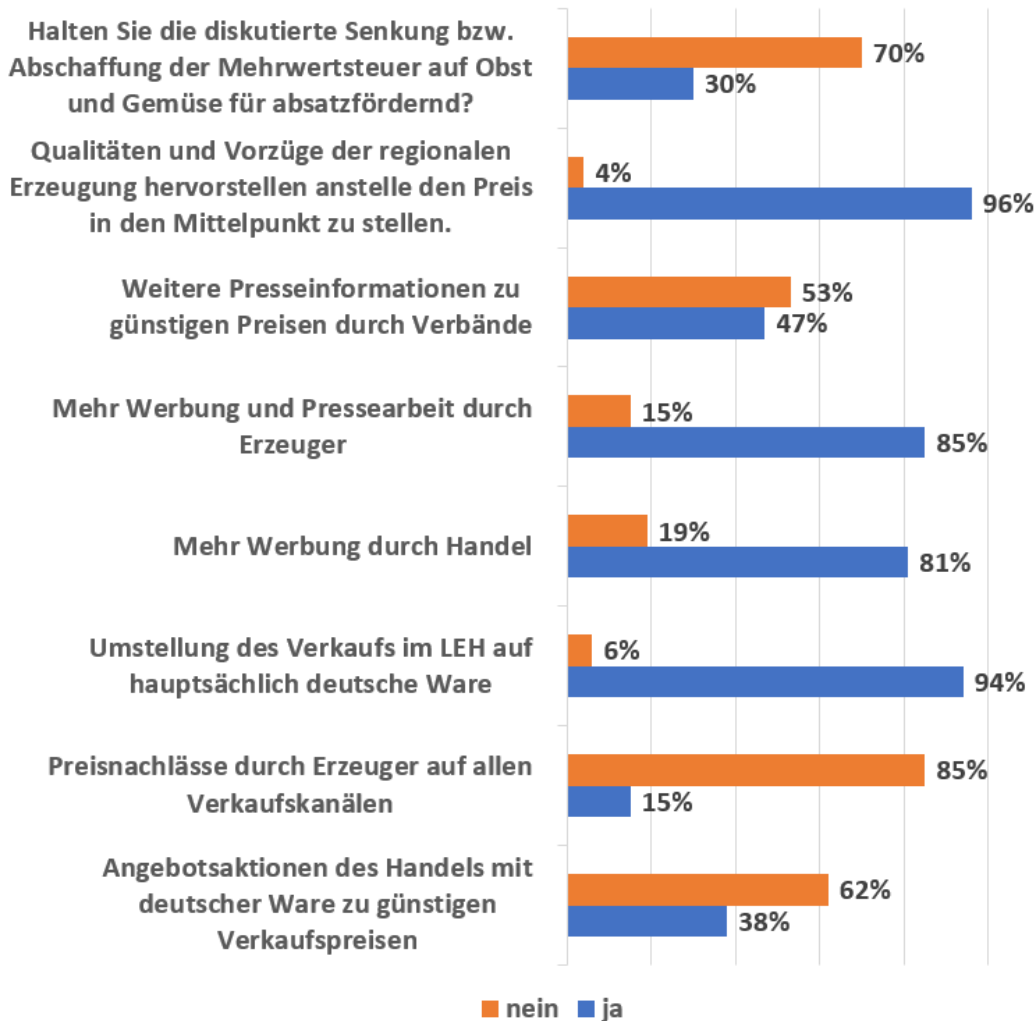
In der Direktvermarktung konnten Erdbeerbauer zu 36 Prozent die anvisierten Preise erreichen, 43 Prozent konnten sie teilweise durchsetzen. Beim Handel konnten nur 4 Prozent ganz und 15 Prozent teilweise die Erdbeerpreise durchsetzen. In der Gastronomie konnten sie zu 8 Prozent die gewünschten Erdbeerpreise ganz und zu rund 28 Prozent teilweise erreichen. (Teilnehmer: 152) \*



Die anvisierten Spargel- und Erdbeerpreise konnten im Handel bei mehr als der Hälfte der Befragten nicht realisiert werden. In der Direktvermarktung waren es beim Spargel knapp die Hälfte der Befragten, die die Preise teilweise durchhalten konnten und 15 % der Erdbeererzeuger. Mehr als jeder Dritte meinte, dass die anvisierten Spargel- und Erdbeerpreise in der Direktvermarktung gehalten werden konnten.

Auf die Frage, welche Maßnahmen den Absatz ankurbeln würden, wurden folgende Antworten gegeben: 87 Prozent der Spargelanbaubetriebe fordern vom Handel in der Saison eine Umstellung auf deutsche Ware, 84 Prozent von ihnen wünscht sich eine klare Hervorhebung der Qualitäten und Vorteile der heimischen Erzeugung und 72 Prozent mehr Werbung für den deutschen Spargel durch den Handel.

## Welche Maßnahmen halten Sie ansonsten für sinnvoll?



Fast alle Befragten meinen, dass als absatzfördernde Maßnahme die Qualitäten und die Vorzüge der regionalen Erzeugung, anstelle des Preises, in den Mittelpunkt gestellt werden sollten und der Handel früher von Importen auf heimische Ware umstellen sollte. Große Einigkeit besteht auch darin, dass Erzeuger und der Handel mehr Werbung für die Produkte machen müssten. Über 80% der Befragten lehnen Preisnachlässe auf allen Verkaufskanälen ab.

### Die große Frage nach dem Wie bei 12 Euro Mindestlohn

Die aktuelle Situation gibt den Spargel- und Erdbeerproduzenten schon einen bitteren Vorschmack auf das, was sie 2023 mit 12 Euro Mindeststundenlohn erwartet. „Die Anbauer und Anbauerinnen bezahlen gerne 12 Euro Stundenlohn, aber dieser setzt faire Preise voraus. Aktuell zeigt sich deutlich, dass die heimische Produktion nicht entsprechend geschätzt und entlohnt wird. In der Branche wird der Unmut immer größer. Denn die Anforderungen wachsen, die Produktionskosten steigen, der Druck auf die Preise wird größer. Wenn sich die Preise nicht entsprechend des Mindestlohns anpassen, wird das die Existenz vieler Betriebe kosten“, betont Fred Eickhorst, Vorstand im Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V.

\*Hinweis zu den Zahlen: Da die Spargel- und Beerenbetriebe nicht immer alle Vertriebswege bedienen, ergeben die Prozentzahlen nicht immer 100 Prozent. Nicht alle Fragen waren für alle Betriebe relevant, da nicht alle beide Kulturen anbauen. Aus diesem Grund ist die Anzahl der Antworten hinter den Textpassagen in Klammern angegeben.

## Über das Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V.

Das Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V. hat seinen Ursprung in jährlichen Treffen, die durch Jochen Winkhoff, ehemaliger Geschäftsführer vom **Zentralverband Gartenbau e.V. (ZVG)**, organisiert wurden. Das Netzwerk wurde am 13. April 2021 offiziell gegründet und tauscht sich regelmäßig mit der Bundesfachgruppe Obst und Gemüse des BOG aus. Zu den Mitgliedern des Netzwerks zählen der Verband der Ostdeutschen Spargel- und Beerenobstanbauer, der Verband Süddeutscher Spargel- und Erdbeeranbauer e.V., die Vereinigung der Spargel- und Beerenanbauer e.V. in Niedersachsen und die Vereinigung der Spargelanbauer Westfalen-Lippe e.V. sowie der Arbeitskreis Spargel Schleswig-Holstein e.V., der Arbeitskreis Spargel Südhessen, der Landesverband Obstbau Westfalen-Lippe und der Spargelerzeugerverband Südbayern e.V.

Das Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V. hat sich das Ziel gesetzt, mit seiner politischen und öffentlichen Tätigkeit den angeschlossenen Betrieben Sicherheit für ihre Produktion von Spargel und Beerenobst zu geben. Vorteile des Netzwerks sind der intensiviert Wissen- und Informationstransfer unter den angeschlossenen Verbänden sowie ihre enge Vernetzung und das einheitliche Auftreten nach außen über die gemeinsame Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Weitere Informationen unter: <https://netzwerk-spargelbeeren.de/>

Grafiken zum Download:

[https://download.vsse.de/Presse/Umfrage\\_Absatz\\_Spargel.PNG](https://download.vsse.de/Presse/Umfrage_Absatz_Spargel.PNG)

[https://download.vsse.de/Presse/Umfrage\\_anvisierte\\_Preise\\_Spargel.PNG](https://download.vsse.de/Presse/Umfrage_anvisierte_Preise_Spargel.PNG)

[https://download.vsse.de/Presse/Umfrage\\_Absatz\\_Erdbeeren.PNG](https://download.vsse.de/Presse/Umfrage_Absatz_Erdbeeren.PNG)

[https://download.vsse.de/Presse/Umfrage\\_anvisierte\\_Preise\\_Erdbeeren.PNG](https://download.vsse.de/Presse/Umfrage_anvisierte_Preise_Erdbeeren.PNG)

[https://download.vsse.de/Presse/Umfrage\\_Maßnahmen.PNG](https://download.vsse.de/Presse/Umfrage_Maßnahmen.PNG)

### Presseansprechpartner:

Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V. | Ropenstall 83a | 51377 Leverkusen

Frank Saalfeld, Geschäftsführer

Tel.: +49 2171 4014304 | Mobil: +49 160 7832352 | [info@netzwerk-spargelbeeren.de](mailto:info@netzwerk-spargelbeeren.de)

Isabelle Bohnert, Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0)7251 3032184 | [presse@netzwerk-spargelbeeren.de](mailto:presse@netzwerk-spargelbeeren.de)