

AMI **MARKT** STUDIE
OBST & GEMÜSE –
Vom Feld zum Konsumenten
Warenstromanalyse für frisches Obst & Gemüse



natürlich informiert.

Impressum

Autoren

Dr. Hans-Christoph Behr

Eva Würtenberger

Jens Quetsch

Telefon (0228) 33805-250

Herausgeber

Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH

Dreizehnmorgenweg 10 | 53175 Bonn

Telefon (0228) 33 80 5-0 | Fax (0228) 33 80 5-591

E-Mail: info@AMI-informiert.de | Internet: www.AMI-informiert.de

© AMI GmbH 07/2022 | Alle Rechte vorbehalten.

Abdruck, Auswertung und Weitergabe nur mit ausdrücklicher Genehmigung.

Inhalt

0. Einleitung.....	12
1. Berechnung der verfügbaren Inlandsproduktion	15
1.1. Gemüse	15
1.1.1. Erfasste Anbauflächen.....	15
1.1.2. Erträge und verfügbare Menge an Gemüse	17
1.2. Obst	19
1.3. Die verwendbare Inlandsproduktion.....	24
2. Der Außenhandel mit Obst und Gemüse	25
2.1. Importe	25
2.2. Exporte.....	30
3. Die Verarbeitungsmenge.....	33
3.1. Gemüse	33
3.2. Obst	37
4. Obst und Gemüse auf der ersten Vermarktungsstufe.....	38
4.1. Begriffe und Datenquellen	38
4.2. Absatz über Erzeugerorganisationen.....	41
4.3. Direktabsatz	45
4.4. Andere Absatzwege	47
5. Die Großhandelsebene	48
6. Der Obst- und Gemüsemarkt auf Verbraucherebene	50
6.1. Methodik, Anpassungen und Quellen	50
6.2. Der Verbrauch privater Haushalte (Verzehr zu Hause)	52
6.3. Der Außer-Haus-Verzehr	56
7. Die Berechnung der Verkaufserlöse der Erzeuger.....	59
7.1. Vergütete Leistungen und Preisquellen für Gemüse	59
7.2. Die Verkaufserlöse für Erzeuger für Gemüse	61
7.3. Vergütete Leistungen und Preisquellen für Obst	65
7.4. Die Verkaufserlöse der Erzeuger für Obst	65
8. Berechnung der Verkaufserlöse auf der Stufe der erstmaligen Bündler	67
9. Der Wert des Außenhandels mit frischem Obst und Gemüse	68
9.1. Importe	69
9.2. Exporte.....	71
10. Der Warenwert von frischem Obst und Gemüse auf der Großhandelsstufe.....	71

10.1. Schätzung des Gesamtwertes für frisches Obst und Gemüse auf der Großhandelsebene	72
10.2. Großhandel zur Versorgung des Außer-Haus-Marktes	74
11. Der Obst- und Gemüsemarkt auf Verbraucherebene	77
11.1. Der Verbrauch privater Haushalte (Verzehr zu Hause)	77
11.2. Großverbraucher.....	83
12. Diskussion der Ergebnisse.....	86
13. Literaturverzeichnis	89
14. Anhang	90

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Freilandgemüse in Deutschland	15
Abbildung 2: Gemüseanbau unter Glas in Deutschland	16
Abbildung 3: Obsternte 2021 in Deutschland	20
Abbildung 4: Strauchbeerenfläche im Deutschland, 2017 und 2021	22
Abbildung 5: Strauchbeerenfläche in Deutschland, 2021	22
Abbildung 6: Erdbeeranbau und -ernte in Deutschland	24
Abbildung 7: Anbaufläche von Erdbeeren in Deutschland, nach Produktionsweise	24
Abbildung 8: Deutsche Frischgemüseimporte nach Arten, in 1.000 t	26
Abbildung 9: Deutsche Frischobsteinfuhren nach Arten, in 1.000 t	29
Abbildung 10: Absatzmengen in 1.000 t und Umsatzerlöse in Mio. EUR 1) 2)	42
Abbildung 11: Absatzmengen in 1.000 t und Umsatzerlöse in Mio. EUR	44
Abbildung 12: Einkaufsmengen privater Haushalte an ausgewählten Lebensmitteln in Deutschland 2018	52
Abbildung 13: Ausgaben privater Haushalte für ausgewählte Lebensmittel in Deutschland 2018	52
Abbildung 14: Entwicklung der Einkaufsmengen an frischem Obst, in Deutschland, nach Einkaufsstätten, in %	53
Abbildung 15: Entwicklung der Einkaufsmengen an frischem Gemüse, in Deutschland, nach Einkaufsstätten, in %	54
Abbildung 16: Verbraucherausgaben für Fresh-Cut-Salate und Gemüse, in Mio. EUR und % der Ausgaben	55
Abbildung 17: Verbraucherausgaben im Außer-Haus-Verzehr, in Deutschland, 2021	56
Abbildung 18: Umsatz in der Gastronomie in Deutschland	56
Abbildung 19: Absatz von Tiefkühlgemüse im LEH und Außer-Haus-Markt	57
Abbildung 20: Warenstromanalyse Frischgemüse 2021	58
Abbildung 21: Warenstromanalyse Frischobst 2021	58
Abbildung 22: Deutsche Frischgemüseeeinfuhren	69
Abbildung 23: Deutsche Frischobsteinfuhren	70
Abbildung 24: Deutsche Frischgemüseausfuhren, Menge in t	71
Abbildung 25: Deutsche Frischobstausfuhren, Menge in t	71
Abbildung 26: Index der Einkaufswerte von frischem Obst und Gemüse im Foodservice-Bereich	74
Abbildung 27: Anteil von Fresh-Cut Obst am gesamten Einkaufswert	74
Abbildung 28: Anteil von Fresh-Cut Gemüse (inkl. Salate) am gesamten Einkaufswert von frischem Gemüse	75

Abbildung 29: Umsätze von C+C-Märkten und Zustelldiensten im Vergleich zu Verbraucherausgaben nach Segmenten.....	76
Abbildung 30: Umsätze von C+C-Märkten und Zustelldiensten im Vergleich zu Verbraucherausgaben nach Segmenten.....	76
Abbildung 31: Entwicklung der Verbraucherausgaben für frisches Gemüse	78
Abbildung 32: Entwicklung der Verbraucherausgaben bei frischem Obst	79
Abbildung 33: Ausgaben für frisches Gemüse in Deutschland 2021	80
Abbildung 34: Ausgaben für frisches Obst in Deutschland 2021	80
Abbildung 35: Verbraucherausgaben für frisches Gemüse in Deutschland, nach Segmenten	81
Abbildung 36: Verbraucherausgaben für frisches Obst in Deutschland, nach Segmenten, in %	81
Abbildung 37: Umsatzanteil von Fresh-Cut Produkten am gesamten Umsatz mit Frischgemüse.....	83
Abbildung 38: Durchschnittliche Veränderungsraten bei frischem Obst, 2017 - 2021	93
Abbildung 39: Durchschnittliche Veränderungsraten bei frischem Gemüse, 2017 - 2021	93

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anteile der Erntejahre 2020 und 2021 am verfügbaren Angebot aus deutscher Erzeugung im Kalenderjahr 2021	18
Tabelle 2: Ermittlung des verfügbaren Inlandsangebotes an Gemüse (Freiland und geschützter Anbau), 2021, in 1000 t.	19
Tabelle 3: Ermittlung des verfügbaren Inlandsangebotes an Obst 2021, in 1000 t.....	23
Tabelle 4: Der deutsche Import von Frischgemüse 2021 (1.000 t)	27
Tabelle 5: Der deutsche Import von Frischobst, 2021 (1.000 t) (1/2).....	28
Tabelle 6: Die deutsche Ausfuhr von Frischgemüse, 2021, (t)	31
Tabelle 7: Deutsche Ausfuhr von frischem Obst, 2021, (t).....	32
Tabelle 8: Produktion von verarbeiteten Gemüseerzeugnissen und Schätzung der dafür eingesetzten Rohware aus dem Inland, 2021	35
Tabelle 9: Verarbeitungsmenge an Gemüse ¹⁾ in Deutschland nach Gemüseerhebung und Verarbeitungsanteilen, 2021, in 1.000 t.....	36
Tabelle 10: Die Verarbeitung von Obst aus deutscher Erzeugung (t).....	38
Tabelle 11: Anerkannte Erzeugerorganisationen mit durchgehender Geschäftstätigkeit im Jahr 2021.....	40
Tabelle 12: Gemüsevermarktung über anerkannte Erzeugerorganisationen, 2021, in 1.000 t	43
Tabelle 13: Obstvermarktung über anerkannte Erzeugerorganisationen in Deutschland, 2021	45
Tabelle 14: Umsatzgrößenstruktur des Großhandels mit Obst und Gemüse 1)	49
Tabelle 15: Die Gemüsevermarktung in Deutschland auf Erzeugerebene, 2021, in 1.000 t	63
Tabelle 16: Durchschnittliche Erzeugerpreise nach Absatzweg (EUR/t), 2021	64
Tabelle 17: Verkaufserlöse der Gemüseerzeuger nach Absatzweg (Mio. EUR), 2021	64
Tabelle 18: Die Obstvermarktung in Deutschland auf Erzeugerebene (1.000 t), 2021	66
Tabelle 19: Durchschnittliche Erzeugerpreise nach Absatzweg (EUR/t), 2021	66
Tabelle 20: Verkaufserlöse der Obsterzeuger (Mio. EUR), 2021	66
Tabelle 21: Verkaufserlöse für frisches Obst und Gemüse auf der Stufe des erstmaligen Bündlers, Deutschland, 2021 in Mio. EUR.....	68
Tabelle 22: Verkaufserlöse für frisches Obst und Gemüse auf Großhandelsstufe, 2021, in Mio. EUR	73
Tabelle 23: Verbraucherausgaben für frisches Gemüse, hochgerechnet (Mio. EUR)	77
Tabelle 24: Verbraucherausgaben für frisches Obst, hochgerechnet (Mio. EUR)	77
Tabelle 25: Verbraucherausgaben für frisches Obst und Gemüse, hochgerechnet (Mio. EUR).....	78

Tabelle 26: Verkaufserlöse für frisches Obst und Gemüse auf verschiedenen Handelsstufen (Mio. EUR).....	85
Tabelle 27: Die Gemüsevermarktung in Deutschland auf Erzeugerebene, 2021, Anteile in %	90
Tabelle 28: Verkaufserlöse der Gemüseerzeuger nach Absatzweg (in %), 2021	91
Tabelle 29: Die Obstvermarktung in Deutschland auf Erzeugerebene (%).....	91
Tabelle 30: Verkaufserlöse der Obsterzeuger (%)	92
Tabelle 31: Marktverluste bei Obst (%)	92

Abkürzungsverzeichnis

BMEL	= Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
Thünen-Institut Wald und Fischerei	= Forschung und Politikberatung zu ländlichen Räumen, Landwirtschaft, Wald und Fischerei
Anerk.	= anerkannt
EO	= Erzeugerorganisation
EUR	= Euro
ha	= Hektar
i. Ertr.	= im Ertrag
insges.	= insgesamt
kg	= Kilogramm
kumuli.	= kumuliert
LEH	= Lebensmitteleinzelhandel
Mio.	= Millionen
MwSt.	= Mehrwertsteuer
NRW	= Nordrhein-Westfalen
Rohwareäquiv.	= Rohwareäquivalent
s	= Schätzung
t	= Tonnen
verarb.	= verarbeitet
p.a.	= pro Jahr
SWB	= Selbstbedienungs-Warenhaus
EkSt ex LEH	= Einkaufsstätten außerhalb des LEH