

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



Impressum

Autoren

Anne Ewens

Britta Tröster

Eva Würtenberger

Telefon (0228) 33805-253

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 08/2026 | Alle Rechte vorbehalten.

Abdruck, Auswertung und Weitergabe nur mit ausdrücklicher Genehmigung.

Inhalt

1. Zusammenfassung	8
2. Einleitung	9
3. Warenstrom Obst & Gemüse	10
4. Warenstrom Obst	15
4.1. Erzeugerebene	16
4.1.1. Inlandsproduktion und -anbau	17
4.1.2. Die verwendbare Inlandsproduktion	21
4.1.3. Erzeugerorganisationen und andere Absatzwege	22
4.2. Außenhandel mit frischem Obst	24
4.2.1. Importe	24
4.2.2. Exporte	27
4.3. Der Wert des Außenhandels mit frischem Obst	29
4.3.1. Importe	29
4.3.2. Exporte	30
4.4. Verarbeitungsmenge	30
4.5. Erste Vermarktungsstufe	32
4.5.1. Absatz über Erzeugerorganisationen	34
4.5.2. Direktabsatz	35
4.6. Großhandelsebene	35
4.7. Verbraucherebene	36
4.7.1. Verzehr zu Hause	36
4.7.2. Außer-Haus-Verzehr	36
4.8. Großhandel zur Versorgung des Außer-Haus-Marktes	38
4.9. Großverbraucher	38
5. Warenstrom Gemüse	40
5.1. Erzeugerebene	40
5.1.1. Inlandsproduktion und -anbau	41
5.1.2. Die verwendbare Inlandsproduktion	43
5.2. Außenhandel mit frischem Gemüse	44
5.2.1. Importe	44
5.2.2. Exporte	47
5.3. Der Wert des Außenhandels mit frischem Gemüse	49
5.3.1. Importe	49

5.3.2. Exporte	50
5.4. Verarbeitungsmenge	50
5.5. erste Vermarktungsstufe	51
5.5.1. Absatz über Erzeugerorganisationen	51
5.5.2. Direktabsatz	52
5.5.3. Selbstvermarktung	53
5.6. Großhandelsebene	56
5.7. Verbraucherebene	56
5.7.1. Verzehr zu Hause	57
5.7.2. Außer-Haus-Verzehr	57
5.8. Großhandel zur Versorgung des Außer-Haus-Marktes	58
5.9. Großverbraucher	59
6. Fazit	59
7. Methodik	60
7.1. Inlandsangebot Gemüse	60
7.2. Inlandsangebot Obst	61
7.3. Der Wert des Außenhandels	63
7.4. Rohwareneinsatz Gemüse	63
7.5. Verkaufserlöse Industriegemüse	64
7.6. Rohwareneinsatz Obst	64
7.7. Verkaufserlöse Industrieobst	64
7.8. Anerkannte Erzeugerorganisationen	65
7.9. Direktabsatz	66
7.10. Privater Verbrauch (In House)	66
7.11. Großverbraucher (Verbrauch außer Haus)	67
8. Anhang	68

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Warenstromanalyse Obst und Gemüse 2025.....	11
Abbildung 2: Warenstromanalyse Frischobst 2025.....	15
Abbildung 3: Obsternte 2025 in Deutschland	17
Abbildung 4: Erdbeeranbau und -ernte in Deutschland.....	19
Abbildung 5: Strauchbeerenfläche in Deutschland 2021 und 2025.....	19
Abbildung 6: Strauchbeerenfläche in Deutschland 2025 nach Arten	20
Abbildung 7: Deutsche Frischobsteinfuhren.....	29
Abbildung 8: Deutsche Frischobstausfuhren.....	30
Abbildung 9: Obstverkäufe deutscher Erzeugermärkte.....	34
Abbildung 10: Deutschland: Verbraucherausgaben im Außer-Haus-Verzehr.....	37
Abbildung 11: Umsatz der Gastronomie in Deutschland	37
Abbildung 12: Warenstromanalyse Frischgemüse 2025	40
Abbildung 13: Freilandgemüseanbau in Deutschland.....	41
Abbildung 14: Gemüseanbau unter Glas in Deutschland.....	42
Abbildung 15: Deutsche Frischgemüseeeinfuhren	49
Abbildung 16: Deutsche Frischgemüseausfuhren	50
Abbildung 17: Absatz von Tiefkühlgemüse im LEH und im Außer-Haus-Markt	58

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Verkaufserlöse für frisches Obst und Gemüse auf verschiedenen Handelsstufen (Mio. EUR)	12
Tabelle 2: Verkaufserlöse für frisches Obst und Gemüse auf Großhandelsstufe, 2025 (Mio. EUR)	13
Tabelle 3: Umsatzgrößenklassen des Großhandels mit Obst und Gemüse	14
Tabelle 4: Anteile der Erntejahre 2024 und 2025 auf das verfügbare Angebot aus deutscher Erzeugung in den Kalenderjahren 2024 und 2025	21
Tabelle 5: Ermittlung des verfügbaren Inlandsangebotes an Obst 2025, (1.000 t)	22
Tabelle 6: Die Obstvermarktung in Deutschland auf Erzeugerebene (1.000 t), 2025	23
Tabelle 7: Durchschnittliche Erzeugerpreise nach Absatzweg (EUR/t), 2025	23
Tabelle 8: Verkaufserlöse der Obsterzeuger (Mio. EUR), 2025	24
Tabelle 9: Der deutsche Import von Frischobst, 2025 (1.000 t)	26
Tabelle 10: Deutsche Ausfuhr von frischem Obst, 2022 und 2025, (t)	28
Tabelle 11: Die Verarbeitung von Obst aus deutscher Erzeugung (t)	31
Tabelle 12: Anerkannte Erzeugerorganisationen mit durchgehender Geschäftstätigkeit im Jahr 2025	33
Tabelle 13: Obstvermarktung über anerkannte Erzeugerorganisationen in Deutschland, 2025	35
Tabelle 14: Anteile des Erntejahres 2024 und 2025 am verfügbaren Angebot aus deutscher Erzeugung in den Kalenderjahren 2024 und 2025	43
Tabelle 15: Ermittlung des verfügbaren Inlandsangebotes an Gemüse (Freiland und geschützter Anbau), 2025, (1.000 t)	44
Tabelle 16: Der deutsche Import von Frischgemüse 2025 (1.000 t)	46
Tabelle 17: Die deutsche Ausfuhr von Frischgemüse 2022 und 2025 (t)	48
Tabelle 18: Produktion von verarbeiteten Gemüseerzeugnissen und Schätzung der dafür eingesetzten Rohware aus dem Inland 2025	51
Tabelle 19: Gemüsevermarktung über anerkannte Erzeugerorganisationen in Deutschland 2025	52
Tabelle 20: Die Gemüsevermarktung in Deutschland auf Erzeugerebene 2025 (1.000 t)	54
Tabelle 21: Durchschnittliche Erzeugerpreise für Gemüse nach Absatzart 2025 (EUR/t)	55
Tabelle 22: Verkaufserlöse der Gemüseerzeugung 2025 (Mio. EUR)	56
Tabelle 23: Die Obstvermarktung in Deutschland auf Erzeugerebene 2025 (%)	68
Tabelle 24: Verkaufserlöse der Obsterzeugung 2025 (%)	68
Tabelle 25: Die Gemüsevermarktung in Deutschland auf Erzeugerebene 2025 (%)	69
Tabelle 26: Verkaufserlöse der Gemüseerzeugung 2025 (%)	70
Tabelle 27: Marktverluste bei Obst und Gemüse (%)	71

Abkürzungsverzeichnis

BMLEH	= Bundesministerium Landwirtschaft, Ernährung und Heimat
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
SBW	= Selbstbedienungs-Warenhaus
EkSt ex LEH	= Einkaufsstätten außerhalb des LEH
Zw.-Summe	= Zwischensumme
o. Verarbeitung	= ohne Verarbeitung
Inländ.	= inländisch
GV	= Großverbraucher
WVE	= Wert der vermarkteten Erzeugung der anerkannten Erzeugerorgani- sationen für Obst und Gemüse in Deutschland
BLE	= Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

1. Zusammenfassung

Die Warenstromanalyse 2025 zeigt deutliche Unterschiede zwischen den Märkten für frisches Obst und Gemüse in Deutschland – sowohl hinsichtlich der Produktionsstruktur als auch bei Vermarktung, Außenhandel und Verbrauch. Insgesamt standen im Jahr 2025 rund 6,0 Mio. t Obst und Gemüse aus deutscher Erzeugung zur Verfügung. Ergänzt durch Importe von 9,4 Mio. t wurden auf Verbraucherebene rund 8,5 Mio. t frische Produkte abgesetzt. Der Gesamtwert der Warenströme belief sich auf rund 39 Mrd. EUR.

Gemüse dominiert weiterhin mengenmäßig den deutschen Frischemarkt. Von den verfügbaren Mengen entfielen rund 4,0 Mio. t auf Gemüse und 1,2 Mio. t auf Obst. Ursache dafür sind insbesondere die hohen Flächenerträge wichtiger Freilandkulturen wie Zwiebeln, Möhren oder Kohl. Die deutsche Gemüseernte erreichte 2025 mit rund 4,3 Mio. t einen Rekordwert. Flächenausweitungen und günstige Witterungsbedingungen führten insbesondere bei Zwiebeln, Kohl und Roter Bete zu deutlichen Produktionszuwächsen. Bei Obst führten gute Blüh- und Wachstumsbedingungen nach schwachen Vorjahren zu einer deutlich größeren Baumobsternte. Mit 1,3 Mio. t lag die Ernte um knapp 28 % über dem Vorjahr und erreichte das zweitbeste Ergebnis der vergangenen zehn Jahre.

Auch strukturell unterscheiden sich die beiden Warenströme deutlich. Im Obstbereich spielen anerkannte Erzeugerorganisationen (EOs) weiterhin eine wichtige Rolle. Rund 42 % der verfügbaren Obsternte wurden 2025 über anerkannte EOs vermarktet. Besonders hoch war deren Anteil bei Äpfeln mit 48 %. Im Gemüsebereich lag der Anteil der EO-Vermarktung dagegen lediglich bei rund 21 %. Hier dominieren selbstvermarktende Betriebe sowie direkte Lieferbeziehungen zum Lebensmitteleinzelhandel (LEH). Besonders bei Kulturen mit hohen Flächenerträgen wie Möhren, Weißkohl oder Zwiebeln bleibt der EO-Anteil gering.

Die Selbstvermarktung besitzt im Gemüsebereich mit knapp 2,0 Mio. t beziehungsweise 50 % der verfügbaren Ernte eine wesentlich größere Bedeutung als im Obstbereich mit rund 328.000 t beziehungsweise 27 %. Ursache hierfür sind spezialisierte Produktions- und Packbetriebe, die direkt an den LEH liefern. Bei Obst dagegen ist die Vermarktung stärker über Bündelungsstrukturen organisiert. Der Direktabsatz an Verbraucher spielt bei beiden Segmenten mengenmäßig nur noch eine untergeordnete Rolle, bleibt jedoch insbesondere bei Erdbeeren und Spargel weiterhin relevant.

Auch im Außenhandel zeigen sich klare Unterschiede. Deutschland bleibt bei Obst deutlich importabhängiger als bei Gemüse. Im Jahr 2025 wurden rund 5,63 Mio. t Frischobst importiert, aber nur 3,79 Mio. t Frischgemüse. Besonders hoch ist die Bedeutung außereuropäischer Lieferländer im Obsthandel. Tropische Früchte wie Bananen, Avocados oder Ananas prägen die Importstruktur. Spanien blieb wichtigstes Lieferland, gefolgt von Italien, Kolumbien und Ecuador. Bei Gemüse stammen dagegen nahezu 90 % der Importe aus EU-Mitgliedstaaten, insbesondere aus Spanien und den Niederlanden. Fruchtgemüse wie Tomaten, Gurken und Paprika dominieren die Gemüseimporte.

Wertmäßig erreichten die Obstimporte 2025 rund 9,3 Mrd. EUR und die Gemüseimporte rund 7,1 Mrd. EUR. Während bei Obst steigende Fracht- und Logistikkosten eine wichtige Rolle