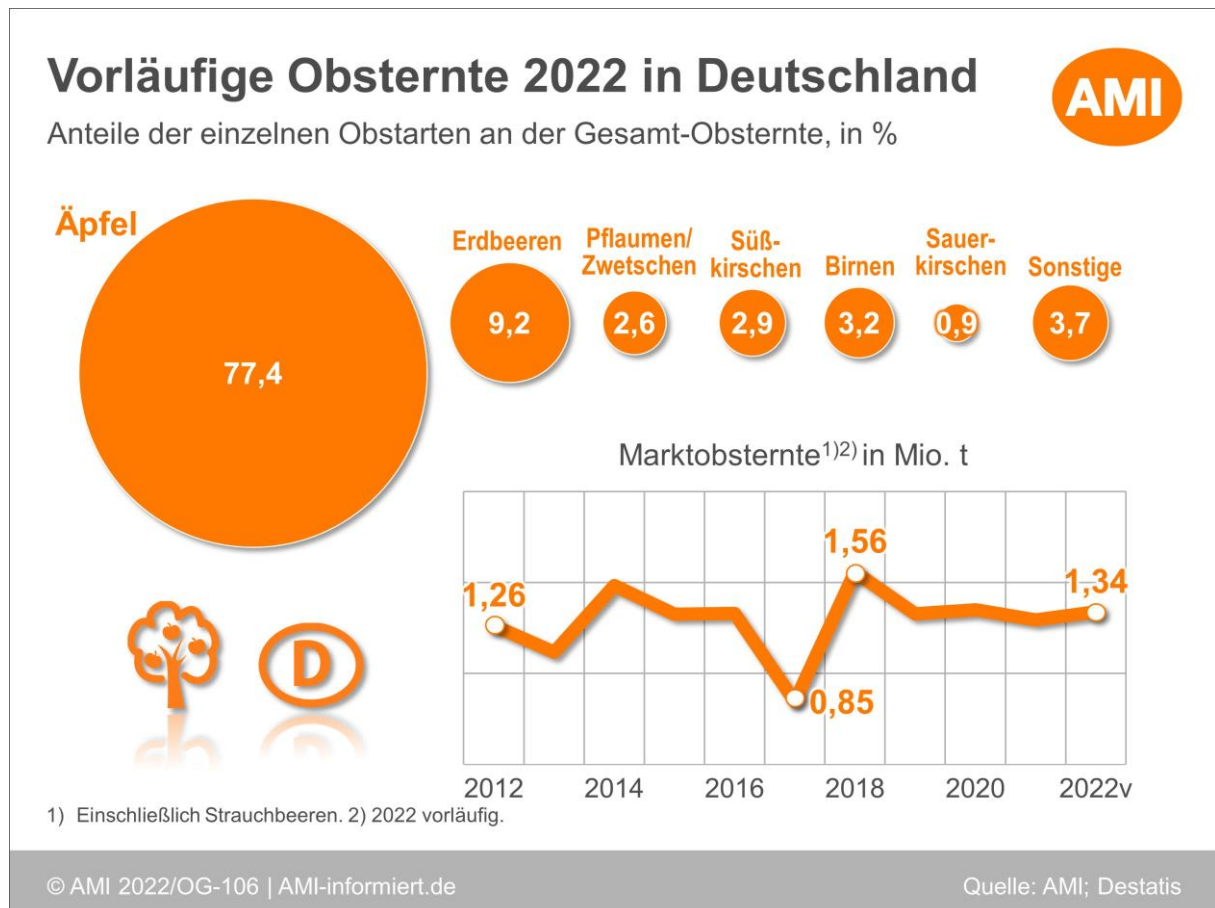


2022 – Eine Obstsaison der Extreme

04.01.2023 (AMI) – Die Obstsaison 2022 war eine Herausforderung. Höhere Produktionskosten standen schon in den Vorjahren an der Tagesordnung. Die Folgen der Ukraine-Krise in Form von steigenden Energiekosten, Inflation und der Kaufzurückhaltung der Verbraucher haben die Marktbedingungen für Produzenten in Deutschland wie auch im europäischen Ausland massiv erschwert.



Deutschland produzierte 2022 nach ersten Schätzungen rund 1,34 Mio. t Frischobst – im Vergleich mit den vergangenen drei Jahren ist das ein durchschnittliches Ergebnis. Allerdings verteuert sich seit Jahren für die deutschen Obstbetriebe die Produktion. Die Kosten für Betriebsmittel steigen, genauso wie die Lohnkosten. Dies und auch das durch die Ukraine-Krise ausgelöste veränderte Konsumverhalten waren für die Obstbranche 2022 große Herausforderungen.

Konkurrenzdruck bei Erdbeeren und Süßkirschen

Erdbeeren und Süßkirschen hatten zusätzlich mit einer ausgeprägten Konkurrenzsituation zu kämpfen. Deutschland startete 2022 früh in die Erdbeersaison. Von Nachteil war der zu diesem Zeitpunkt noch vorherrschende massive Druck durch Importware aus Spanien, Griechenland und durch verspätete Unterglas-Erdbeeren aus Belgien und den Niederlanden. In dieser Situation waren die anfänglichen Preisvorstellungen nicht zu realisieren. Am Ende lagen die Preise in den Hauptwochen der deutschen Erdbeersaison von Mitte Mai bis Mitte Juni auf einem niedrigen Niveau, so dass die Erlössituation für viele Betriebe ernüchternd ausfiel.

Bei den Süßkirschen mussten gerade frühe Anbaugelände in Deutschland mit der verspäteten türkischen Ware konkurrieren. Diese wurde vom Einzelhandel streckenweise präferiert. Unterm Strich war die Kirschsaison 2022 für viele Betriebe enttäuschend. Akzeptabel lief hingegen die Zwetschensaison. Trotz des frühen Saisonstarts Ende Juni zeigte sich der Einzelhandel von Beginn an aufnahmefähig. Die Präsenz der Balkanware war nicht so stark wie in den Vorjahren. Das lag an den schwierigeren Lieferbedingungen wie auch den höheren Abgangsforderungen.

Für die Apfelproduzenten waren die Umstände im Jahr 2022 sehr belastend. Schon in den Vorjahren kämpfte man gegen die rückläufige Kaufkraft. 2022 wurde dieser Effekt verstärkt. Ein Grund ist die mit den steigenden Beerenimporten aus Übersee zunehmende Konkurrenz in den Wintermonaten. Dazu gab es zu Beginn der neuen Saison noch beträchtliche Bestände der altertümlichen Jonagold-Gruppe und Golden Delicious, die parallel in den Markt drängten. Zudem vervielfachten sich die Kosten für die Lagerhaltung. Von der Absatzseite gab es im Herbst kein Aufatmen. Die hohe Streuobst- wie auch Hausgartenernte schränkte die Absatzmöglichkeiten im Einzelhandel ein. Nur in Aktionen flossen Äpfel zügig ab. Mit der zweiten Saisonhälfte gibt es Hoffnung auf einen besseren Verlauf, man wird jedoch mit hohen Beständen in das Jahr 2023 starten.

Obstkäufe brachen um fünf Prozent ein

Das Einkaufsverhalten der privaten Verbraucher in Deutschland hat sich mit dem Angriffskrieg Russlands schlagartig geändert. Die steigenden Lebenshaltungskosten führten nicht nur zu Kaufzurückhaltung. Es werden seitdem zunehmend Eigenmarken den Markenprodukten gegenüber bevorzugt. Die Verbraucher achten mehr auf Angebote und kaufen verstärkt im Discounter ein. Diese Entwicklung ist auch bei den Obstkäufen zu sehen. Nach einer AMI-Hochrechnung auf Basis der ersten 10 Monate der GfK Einkaufsdaten kauften die Haushalte im Jahr 2022 knapp 5 % weniger Frischobst als im Vorjahr. Hinsichtlich der Preise auf Verbraucherebene gab es 2022 dagegen kaum Änderungen zum Vorjahr. Der Durchschnittspreis für ein Kilo Frischobst lag mit 2,49 EUR/kg nur 2 Cent über dem Vorjahresniveau.

Ausblick 2023

Die Ausgangslage für die deutschen Obstbetriebe wird im Jahr 2023 schwierig bleiben. Auf der einen Seite stehen die weiterhin hohen Kosten für Personal, Energie wie auch Produktionsmittel. Auf der anderen Seite haben die Absatzprobleme den Betrieben schon 2022 zu schaffen gemacht. Und aller Voraussicht nach ist hinsichtlich dieses Punktes eine schnelle Änderung 2023 nicht in Sicht.

Mit dem Beginn des Jahres 2023 werden immer mehr Statistiken zum Obstjahr 2022 in ihrer endgültigen Fassung vorliegen. Dann ist es Zeit, noch einmal umfänglich auf das Jahr 2022 zurückzublicken und zu schauen, ob die Entwicklungen kurzfristige Tendenzen waren oder doch im langjährigen Trend liegen. Die [AMI-Marktexterten](#) im Bereich Gartenbau werden das in Analysen, Charts, Tabelle und Vorträgen tun. Sichern Sie sich Ihren Zugang zu fundierten Marktinformationen und nutzen Sie die Bestellmöglichkeiten im [Shop](#).

Beitrag von Eva Würtenberger

Marktextpertin Obst

