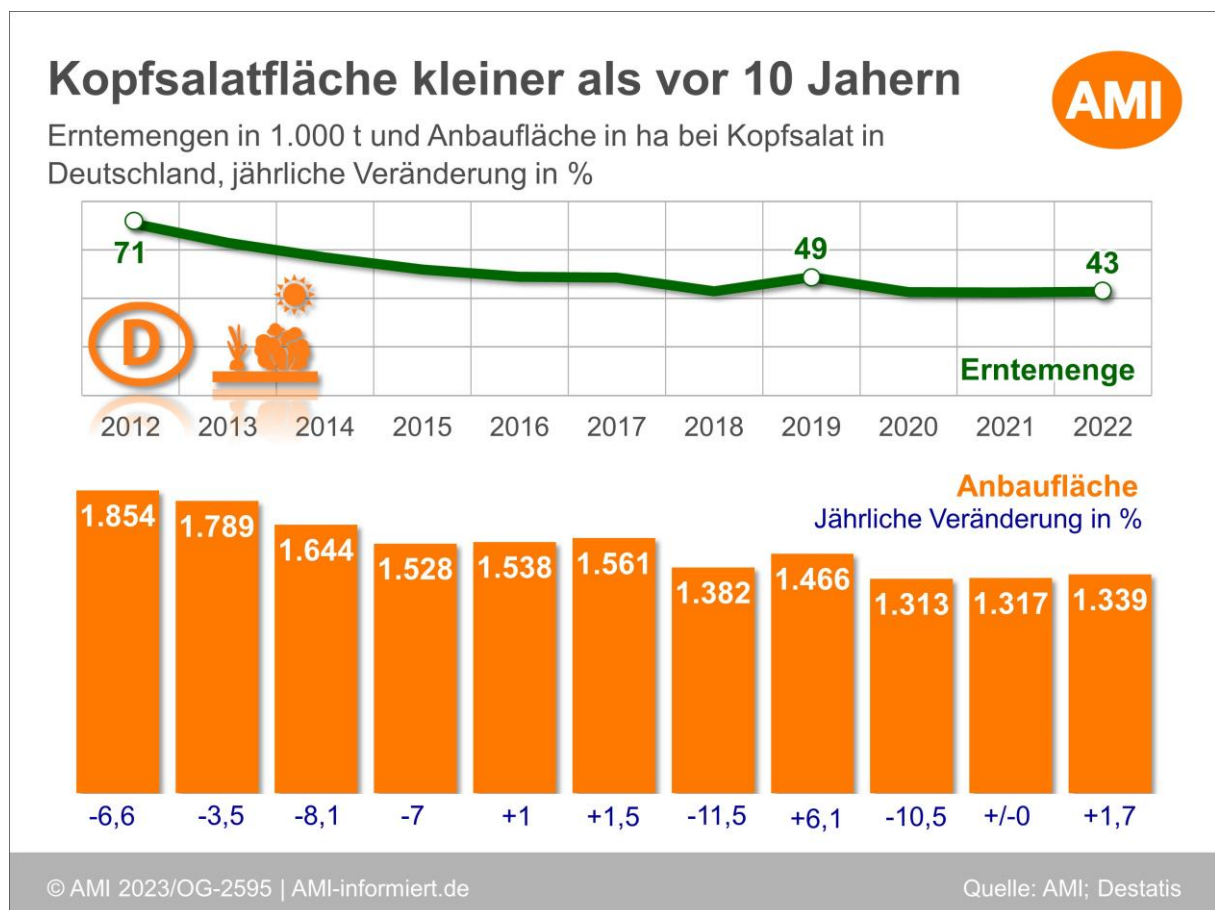


Bunte Salate mit Wurzelballen liegen im Trend

16.06.2023 (AMI) – Obwohl sich die insgesamt Anbaufläche bei Blattsalaten in den vergangenen Jahren in Deutschland kaum verändert hat, gibt es innerhalb des Sortiments erhebliche Verschiebungen. Insbesondere die Kopfsalatflächen wurden stark eingeschränkt, während Salatherzen und der hydroponische Anbau von Bunten Salaten in den Fokus rücken.

Die deutsche Blattsalatproduktion entfällt zum Großteil auf den Südwesten Deutschlands. Eissalat ist dabei der flächenstärkste Salat. Mit 3.825 ha stieg die Anbaufläche 2022 um fast 7 % im Vergleich zum Vorjahr und ist damit in den zurückliegenden 10 Jahren stabil geblieben. Die Erntemengen hingegen sind im selben Betrachtungszeitraum mit 1 % leicht rückläufig. In der Rangliste der flächenstärksten kopfbildenden Blattsalate folgen dann Romana-/Salatherzen, Kopfsalat und die Bunten Salate. Endivien und Radicchio belegen flächen- und auch mengenmäßig den letzten Platz.



Romana-/Salatherzen lösen Kopfsalat ab

Der klassische Kopfsalat lag 2010 noch auf Platz 2 der flächenstärksten Blattsalate in Deutschland. Zu diesem Zeitpunkt lag die Anbaufläche bei 2.259 ha. Im Jahr 2022 verzeichnete das Statistische Bundesamt allerdings nur noch eine Freilandfläche von 1.339 ha. Damit ist die Anbaufläche seit 2010 jährlich um etwa 5 % zurückgegangen. Mittlerweile belegt Kopfsalat in der Rangliste der flächenstärksten kopfbildenden Blattsalate den 3. Platz und wurde 2017 von den Romana-/Salatherzen abgelöst. Deren Anbauflächen ist im selben Betrachtungszeitraum um jährlich 5 % gestiegen. Mit steigender Fläche nehmen auch die

Erntemengen zu. Vergangenes Jahr wurden etwa 48.154 t Romana/-Salatherzen in Deutschland geerntet.

Hydroponischer Anbau gewinnt an Bedeutung

Ein Großteil der Werbeaktionen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) fokussieren sich auf deutsche Salatherzen und Eissalat. An den Gesamten Blattsalataktionen 2022 machten sie gemeinsam etwa 36 % aus. Auf Platz 3 der meistbeworbenen Blattsalate liegen Bunte Salate, dessen Werbeintensität im Vergleich zum Vorjahr um 48 % gestiegen ist. Ins Gewicht fallen hier vor allem die Bunten Salate mit Wurzelballen. Kopfsalat musste dafür ein weiteres Mal weichen. Deutscher Kopfsalat machte demnach 2022 nur etwa 10 % an den Werbeaktionen im LEH aus.

Das der hydroponische Anbau an Bedeutung gewinnt lässt sich nicht nur an den Werbeaktionen im LEH festmachen. Die Vorteile dieser Anbaumethode sind nicht von der Hand zu weisen, wie zum Beispiel die effiziente Wasser- und Nährstoffregulierung. Seit vergangenem Jahr stehen erhebliche Mengen aus der Pfalz bereit, die wahrscheinlich für die gestiegene Werbeintensität auf Bundesebene gesorgt haben. Die auf den Markt antreffenden Mengen an Bunten Salaten findet bei den privaten Haushalten Anklang. Die Käuferreichweite und damit der Anteil an Haushalten in Deutschland, die mindestens einmal im Jahr zu Salaten mit Wurzelballen gegriffen haben, steigt weiter, wie eine AMI-Analyse des GfK-Haushaltspanels zeigt.

Sie möchten sich einen Überblick über alle kopfbildenden Salat verschaffen? Alle Handelsstufen auf einen Blick bietet Ihnen die [AMI Markt Charts Blattsalate](#). Die Chartsammlung ist ab dem 19.06.23 lieferbar. Jede PDF-Version hat 80 Inhaltsfolien und kostet jeweils 1.270,09 EUR inkl. 7 % MwSt.

Beitrag von Lena Pollul

Marktexpertin Gartenbau

© Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH