

Für und Wider der Folie im Spargelanbau ... aus Sicht des Marktes

11. Produkttag Spargel
am 20.02.2019

Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte
Dr. Peter Sutor

Gliederung

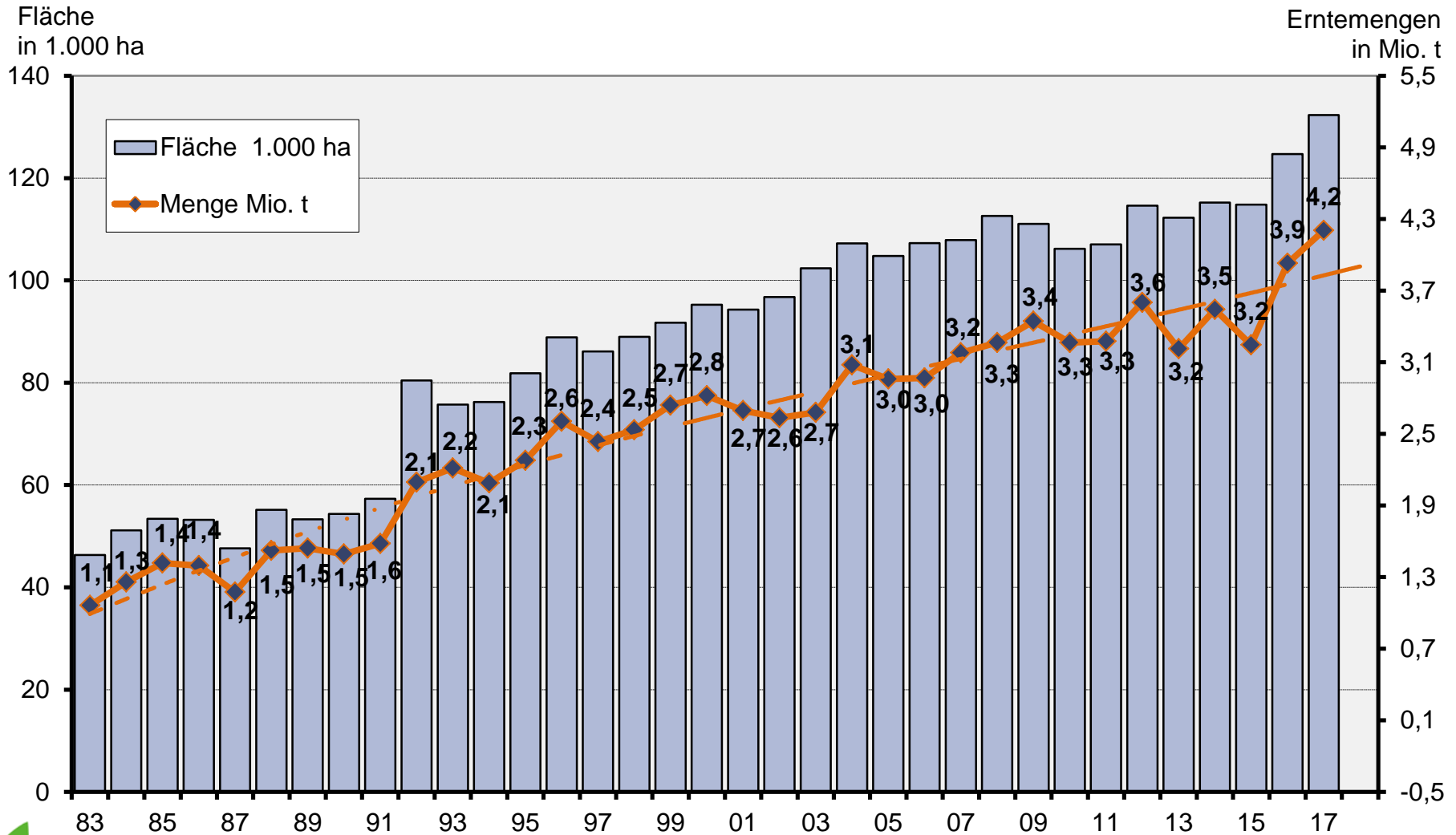
- Die Angebots- und Nachfrageentwicklung bei Spargel
 - Der Markt als mengen- und preisbestimmendes Regulativ
 - Die Entwicklung von Angebot und Nachfrage seit 1994
 - Tendenzen auf dem Spargelmarkt
- Die Auswirkungen des Folienanbaus auf Saisonalität und Regionalität
 - Der Folienanbau als Basis für die Angebotsstruktur
 - ✓ Erschließung neuer Spargelanbauregionen
 - ✓ Verlängerung der Saisondauer
 - ✓ Mengensteuerung durch Folienmanagement
- Konsequenzen für den Spargelmarkt
 - Gründe für den Folienanbaus
 - Spezialität kontra Massenprodukt

Frischer Schrobenhausener Spargel vom



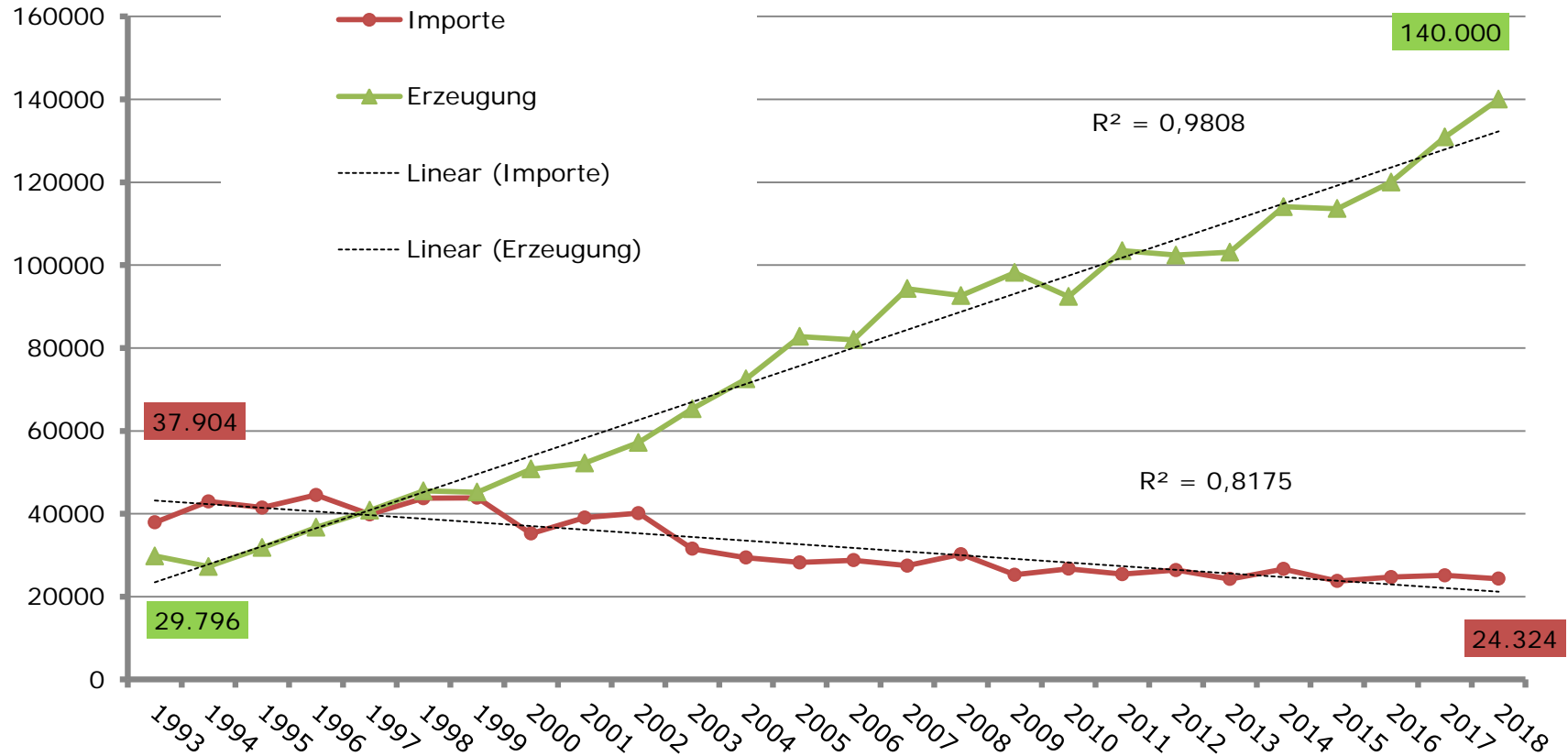
Deutschlandweit hat sich allein im Zeitraum 1994 bis 2007 der Einsatz von Schwarzfolien im Spargelanbau von 380 auf 12.570 (von 18.610) Hektar gesteigert.

Entwicklung Gemüse Deutschland



Spargelerzeugung und Spargelimporte im Vergleich

Tonnen



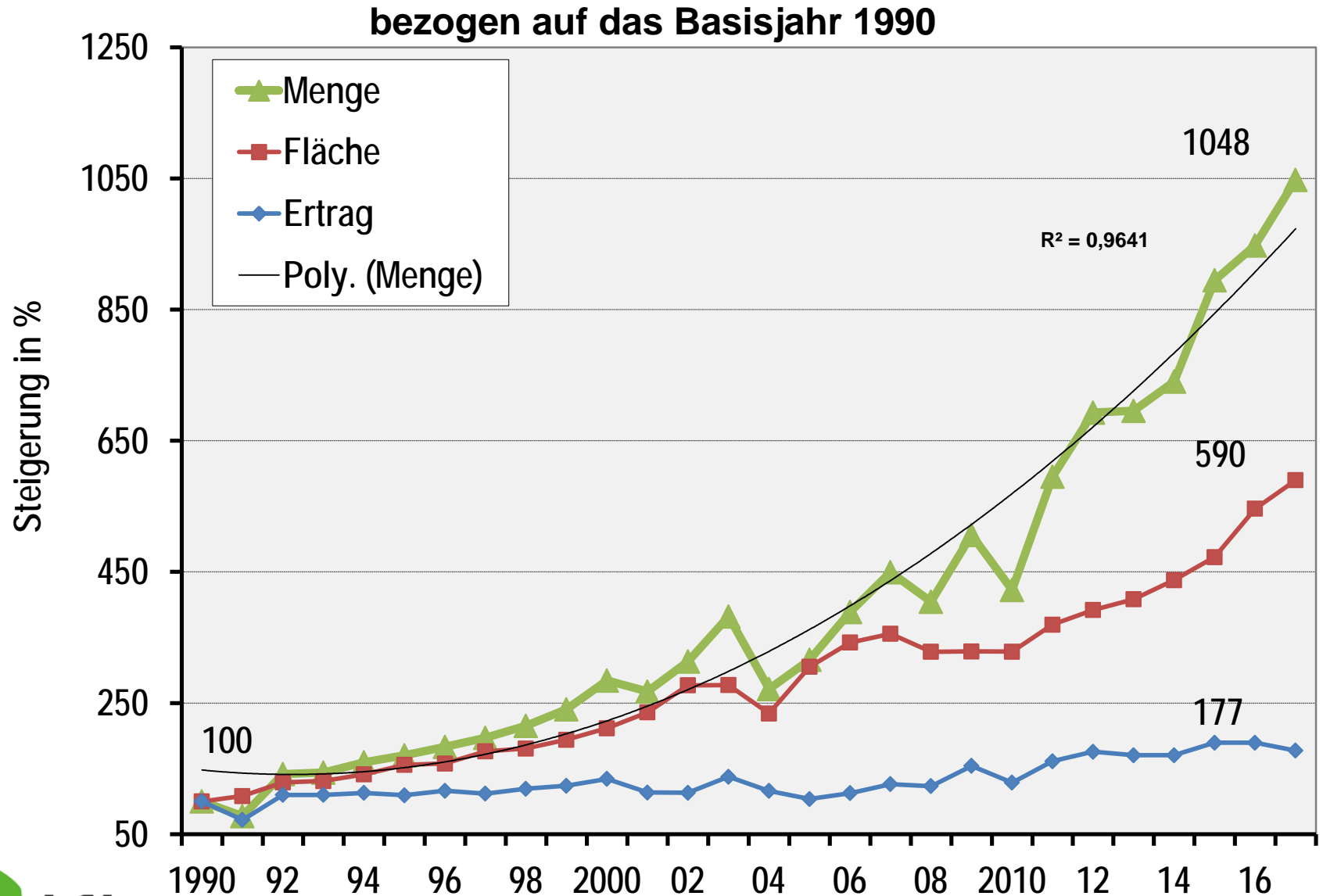
Warenstromanalyse Spargel (1)

Bezeichnung	FAE	2012 1000t	2013 1000t	2014 1000t	2015 1000t	2016 1000t	2017 1000t
Erzeugung Deutschland	t	102.395	103.107	114.090	113.613	120.014	130.881
Erzeugung Deutschland (15% Verlust)	t	87.036	87.641	96.977	96.571	102.012	111.249
Importe Gemüse frisch	t	26.409	24.261	26.648	23.746	24.725	25.140
Importe Gemüse frisch (10% Verlust)	t	22.448	20.622	22.651	20.184	21.017	21.369
Importe Gemüse verarbeitet	t	21.942	26.937	17.478	18.410	16.717	18.379
Gemüsemenge verfügbar	t	131.426	135.200	137.105	135.165	139.745	150.997
Exporte Gemüse frisch	t	4.340	3.761	4.255	3.994	4.767	5.120
Verarbeitung Gemüse Deutschland	t	0	0	0	0	0	0
davon Gemüse_Erstverarbeitung	t	0	0	0	0	0	0
davon Gemüse_Weiterverarbeitung	t	0	0	0	0	0	0
Exporte Gemüse verarbeitet	t	3.756	4.023	3.429	2.726	2.454	2.357
Erzeugung Gemüse verarbeitet	t	18.186	22.914	14.049	15.684	14.263	16.022
Verbrauch Gemüse frisch	t	113.239	112.286	123.057	119.481	125.482	134.975
Gemüse Verbrauch insgesamt	t	131.426	135.200	137.105	135.165	139.745	150.997

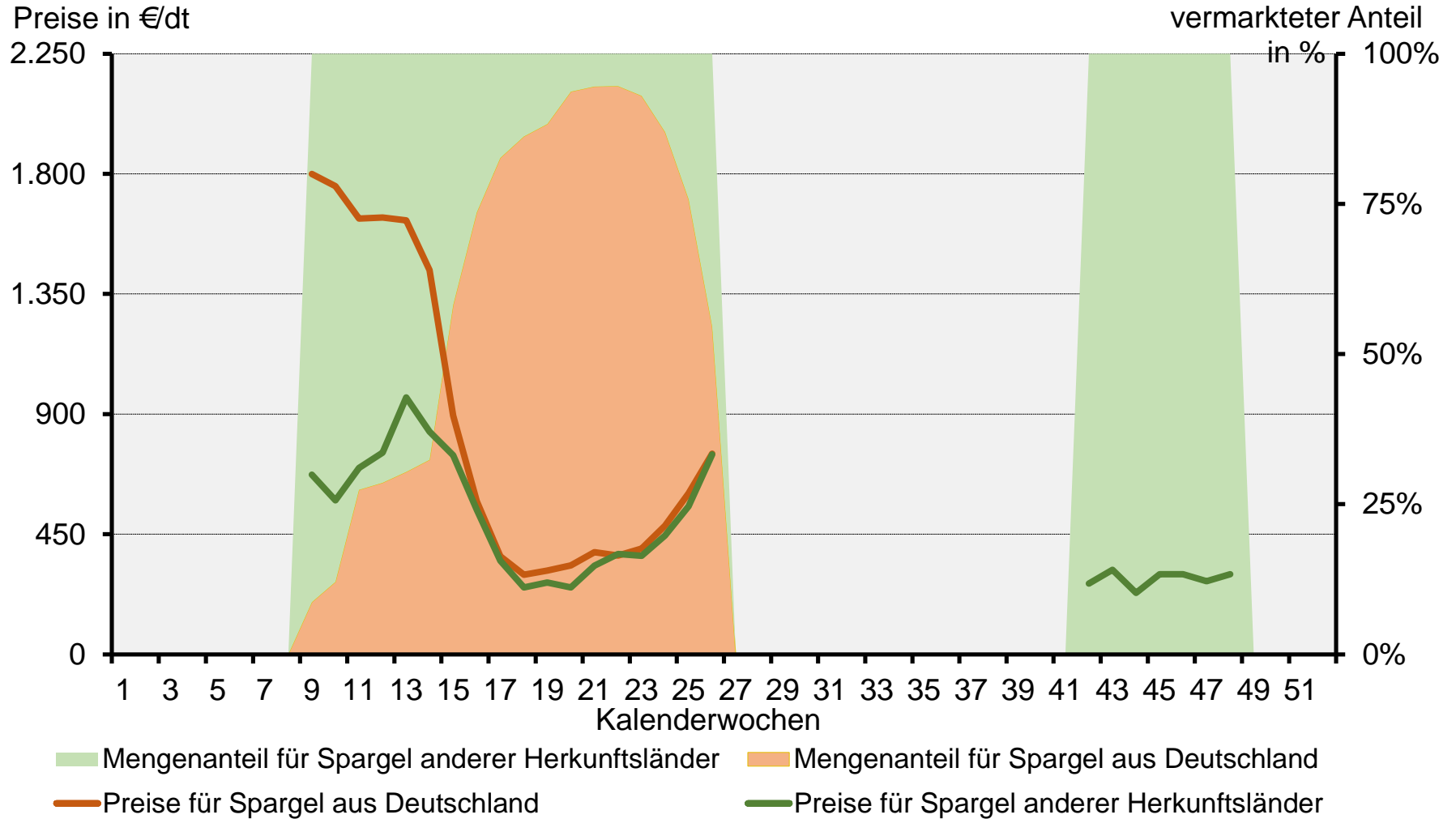
Warenstromanalyse Spargel (2)

Position	FAE	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Importe insgesamt	t	44.390	47.559	40.129	38.594	37.733	39.748
Exporte insgesamt	t	8.095	7.784	7.685	6.719	7.221	7.476
Außenhandelsüberschuss	t	-36.294	-39.775	-32.444	-31.874	-30.513	-32.272
Selbstversorgungsgrad	%	66,22%	64,82%	70,73%	71,45%	73,00%	73,68%
Bevölkerung	Anzahl	80.523.746	80.767.463	81.197.537	82.175.684	82.521.653	82.792.351
Pro_Kopf_Verbrauch Frischgemüse	kg/Kopf	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5	1,6
Pro_Kopf_Verbrauch Verarbeitungsgemüse	kg/Kopf	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Pro_Kopf_Verbrauch Gemüse	kg/Kopf	1,6	1,7	0,0	1,6	1,7	1,8
Gemüse_Verarbeitungsanteil	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

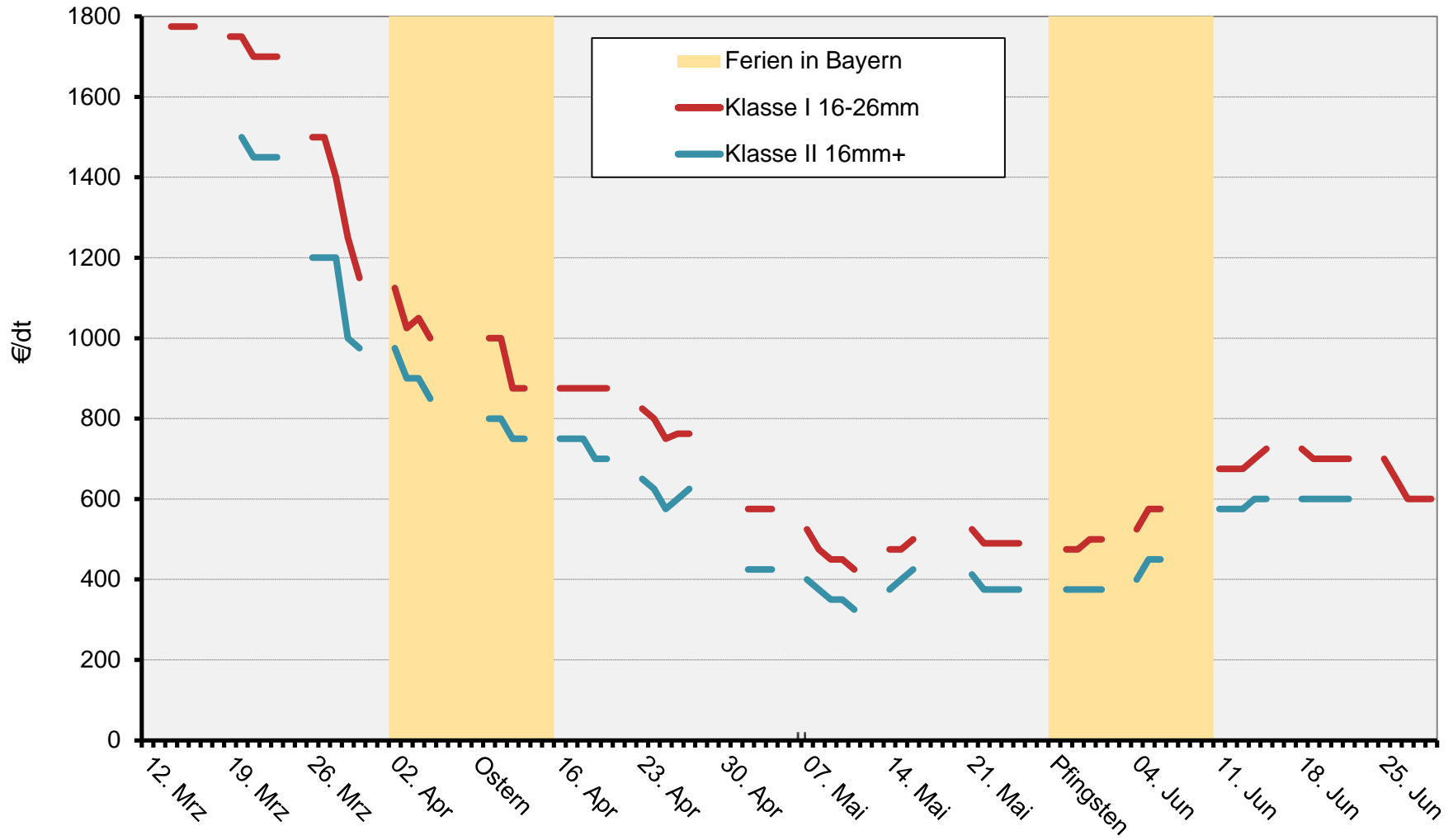
Entwicklung des bayerischen Spargelanbaus



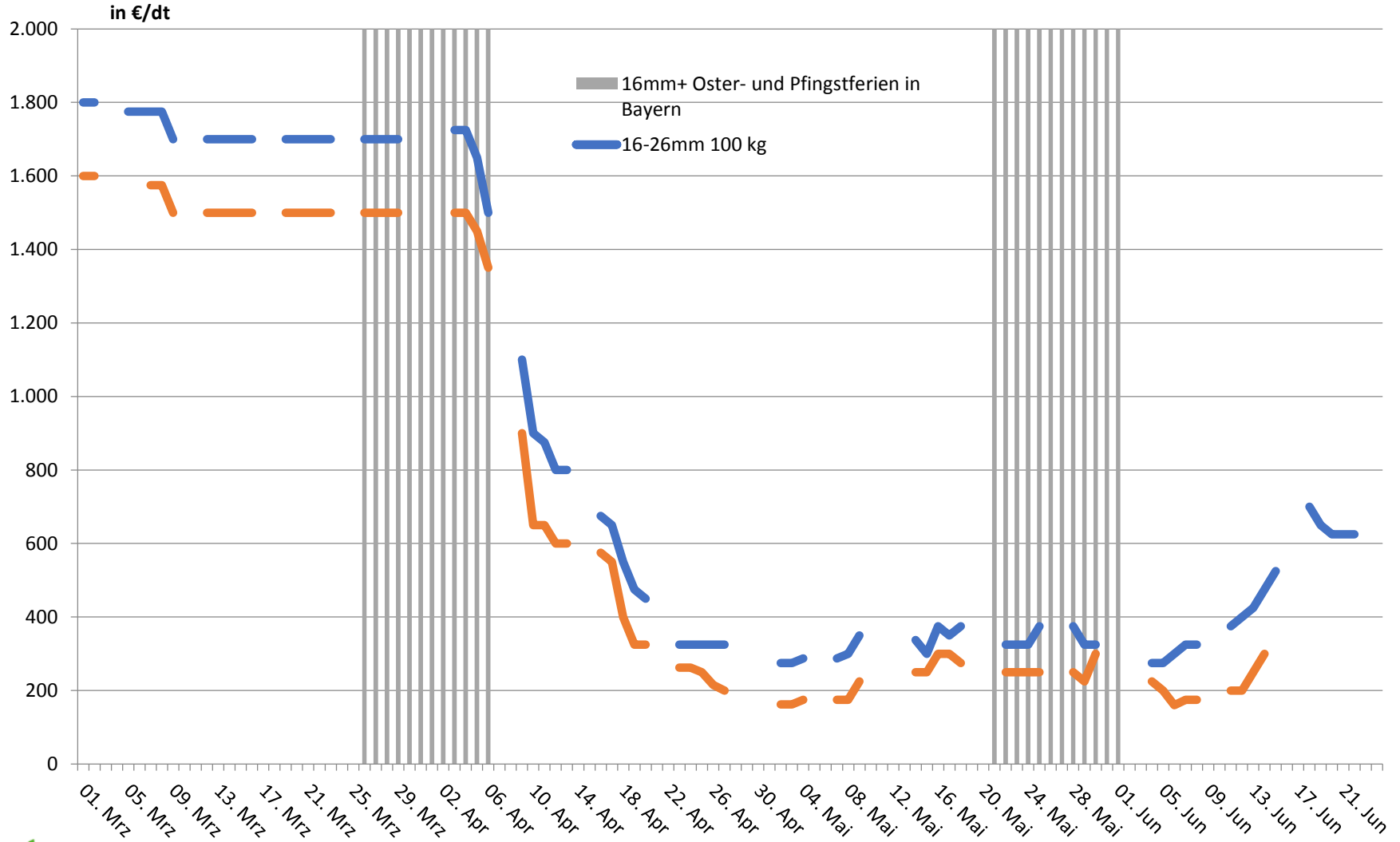
Preis- und Mengenentwicklung Spargel 2018 München



Großmarktpreise für bayerischen Bleichspargel 2012



Großmarktpreise für bayerischen Bleichspargel 2018



Die Entwicklung von Angebot und Nachfrage (1)

- Der Anbau von Frischgemüse, insbesondere Spargel hat bundesweit und besonders in Bayern stark zugenommen. Gründe für die Ausweitung der Erzeugung sind die Öffnung der osteuropäischen Grenzen, der breite Einsatz von Foliensystemen und verbesserte Sorten.
- Der Spargel ist seit den 90er Jahren auf einen aufnahmefähigen und elastischen Markt getroffen. Das „Edelgemüse“ ist Ausdruck der verbesserten wirtschaftlichen Lage und passt mit dem Schlankmacherimage in die Zeit. Die Folge war ein elastischer und sehr aufnahmefähiger Markt.
- Die Konkurrenzfähigkeit des heimischen Spargels hat die Mitbewerber (Spanien, Niederlande, Frankreich) aus dem Markt geworfen. Seit 1993 haben sich die Importe von frischem Spargel halbiert. Teilweise wird von deutschen Anbauern Spargel aus osteuropäischen Ländern importiert. Die noch vorhandenen Importe (Peru) treten zur Spargelsaison praktisch nicht auf. Spargel aus Peru wird insbesondere zu Weihnachten angeboten.

Die Entwicklung von Angebot und Nachfrage (2)

- Spargel hat sich zu einem saisonalen „Frischemassenprodukt“ im Bereich der Supermärkte und Discounter entwickelt. In der Regel werden gute bis sehr gute Qualitäten angeboten. Öko-Spargel spielt nur eine untergeordnete Rolle.
- Die Spargelpreise sind in den letzten Jahren auf den Großmärkten stark verfallen. Hauptkunde wird immer mehr die Gastronomie und kleinere Gemeinschaftsverpflegungen.
- Es zeichnet sich ab, dass die Elastizität der Spargelnachfrage abnimmt und damit einer Mengenausdehnung ohne starken Preisverfall zunehmend Grenzen gesetzt sind.
- Die Nutzung der Verkaufsargumente von Regionalität und Saisonalität sind weitgehend umgesetzt.

Auswirkungen des Folienanbaus



Vor- und Nachteile des Folienanbaus

- Die Anwendung von Folien hat im Wesentlichen folgende Vorteile:
 - Nutzung besserer Böden für den Spargelanbau (höhere Erträge)
 - Verringerte Austrocknung der Dämme (Nutzung der Wasserhaltefähigkeit)
 - Verbesserte Erntemöglichkeiten in den Bifängen
 - Vermeidung grüner Köpfe bei längeren Stechintervallen
 - Verlängerung der Saison (Temperatursteuerung)
- Die Anwendung von Folien hat folgende Nachteile:
 - Verstärkung der Erosion insbesondere im Hang
 - Hohle Stangen bei geringer Wasserhaltefähigkeit des Bodens
 - Beschädigung der Köpfe möglich
 - Erheblicher Beitrag zum Preisverfall bei Spargel
 - Vermehrter Arbeitsaufwand durch Folienmanagement
 - Beseitigung der verbrauchten Folien

Die Entwicklung der Spargelanbaufläche 1994 und 2018 (1)

Landkreis bzw. kreisfreie Stadt	Spargelanbau					
	1994			2018		
	Fläche (ha)	Betriebe (n)	B-Größe (ha/Betrieb)	Fläche (ha)	Betriebe (n)	B-Größe (ha/Betrieb)
Neuburg-Schrobenhausen	194,14	228,00	0,85	372,95	58,00	6,43
Kitzingen	102,20	233,00	0,44	255,55	29,00	8,81
Pfaffenhofen	99,56	170,00	0,59	348,59	37,00	9,42
Kelheim	98,03	97,00	1,01	377,09	35,00	10,77
Stadt Nürnberg	73,87	124,00	0,60	67,31	46,00	1,46
Schweinfurt	66,36	124,00	0,54	122,41	26,00	4,71
Roth	64,10	135,00	0,47	73,13	39,00	1,88
Aichach-Friedberg	51,06	38,00	1,34	959,29	22,00	43,60
Forchheim	38,92	126,00	0,31	27,53	28,00	0,98
Stadt Fürth	37,24	58,00	0,64	32,67	22,00	1,49

Die Entwicklung der Spargelanbaufläche 1994 und 2018 (2)

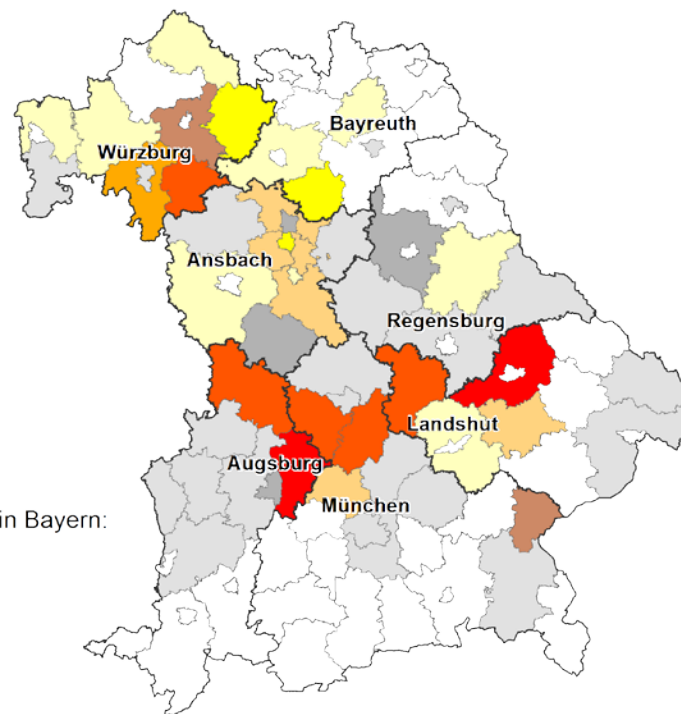
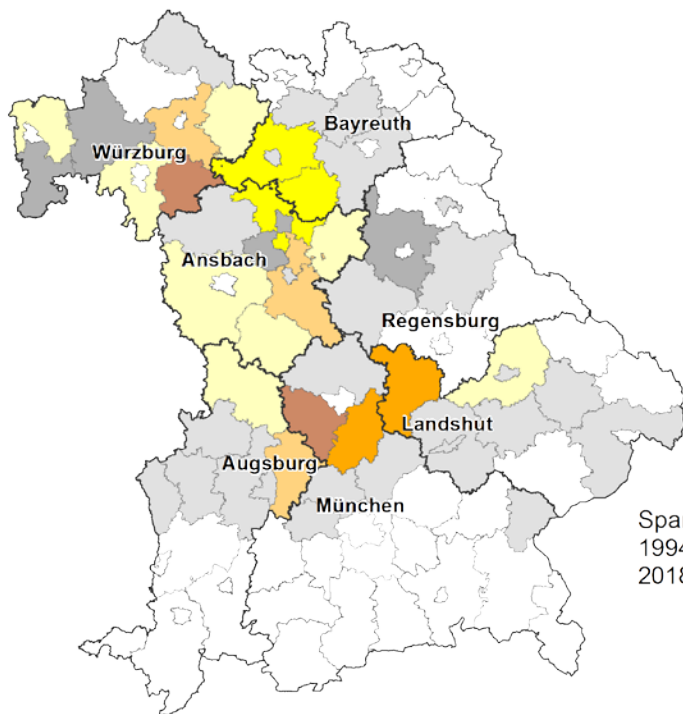
Landkreis bzw. kreisfreie Stadt	Spargelanbau					
	1994			2018		
	Fläche (ha)	Betriebe (n)	B-Größe (ha/Betrieb)	Fläche (ha)	Betriebe (n)	B-Größe (ha/Betrieb)
Aichach-Friedberg	51,06	38,00	1,34	959,29	22,00	43,60
Straubing-Bogen	21,94	7,00	3,13	583,01	4,00	145,75
Donau-Ries	10,90	7,00	1,56	435,03	6,00	72,51
Kelheim	98,03	97,00	1,01	377,09	35,00	10,77
Neuburg-Schroben	194,14	228,00	0,85	372,95	58,00	6,43
Pfaffenhofen	99,56	170,00	0,59	348,59	37,00	9,42
Kitzingen	102,20	233,00	0,44	255,55	29,00	8,81
Altötting	1,10	2,00	0,55	183,24	*	183,24
Schweinfurt	66,36	124,00	0,54	122,41	26,00	4,71
Würzburg	15,14	28,00	0,54	93,22	14,00	6,66

Konzentration des Spargelanbaus in Bayern 1993 und 2018

Spargelanbau in Bayern

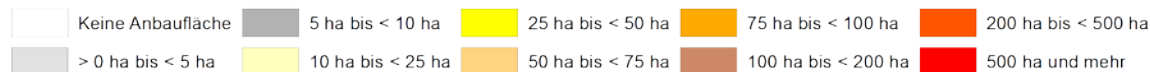
1994

2018



Spargelanbaufläche in Bayern:
1994: 1.112 ha
2018: 4.433 ha

Spargelanbaufläche



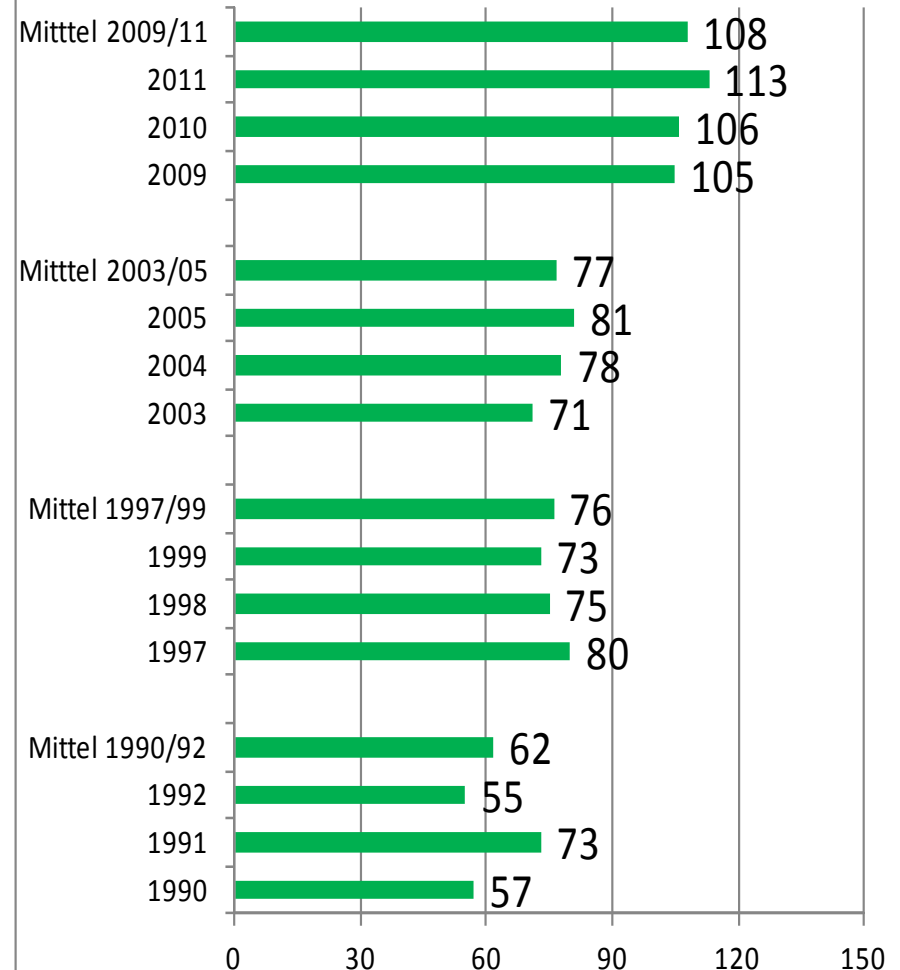
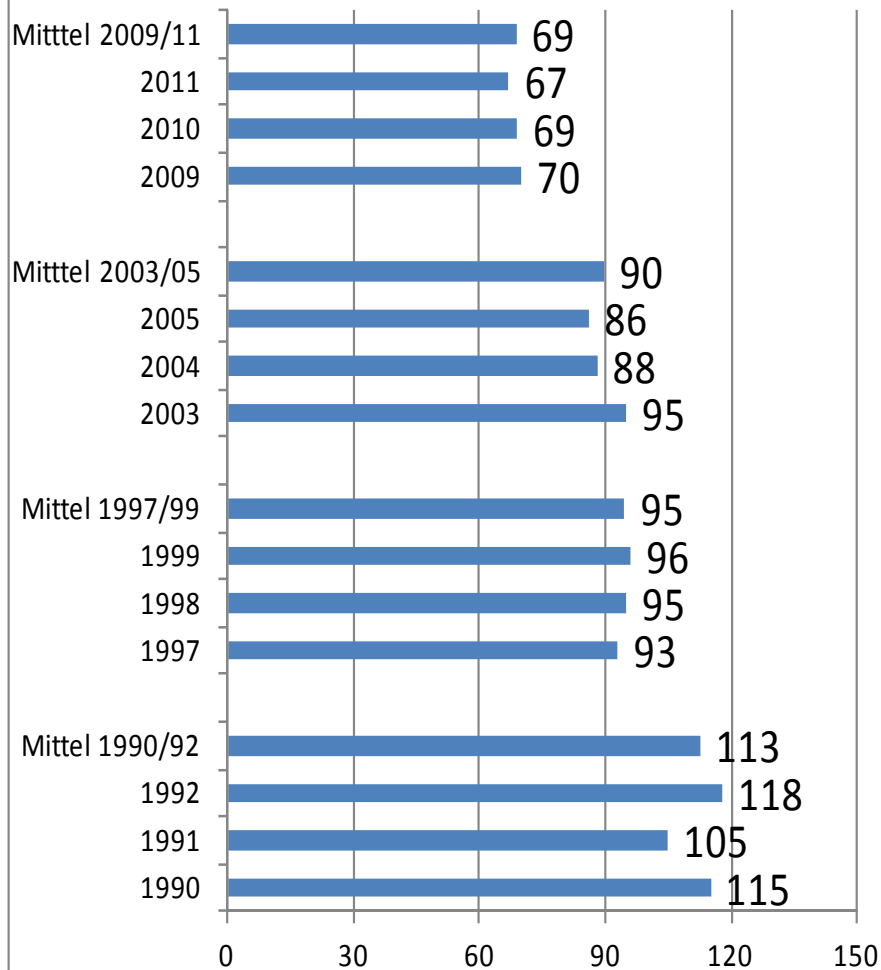
Landkreise u. kreisfreie Städte
Regierungsbezirke

Datengrundlage:
StMELF 1994 und 2018
Geobasisdaten:
© Bayerische Vermessungsverwaltung
(www.geodaten.bayern.de)

Wanderungsbewegungen zum Spargelanbau in Bayern

- Der Spargelanbau wandert auf bessere, wasserhaltefähige Böden
- Die Märkte für Spargel werden in jüngerer Zeit von großen Sonderkulturbetrieben versorgt. Kleineren Betrieben verbleiben die Absatzwege über die Großmärkte, ggf. Straßenstände und den Ab-Hof (Feld)-Verkauf.
- Die großen Sonderkulturbetriebe können derzeit nur in der Kombination Saisonarbeitskräfte und Folie bestehen. Das Angebot an Saisonarbeitskräften verknappt sich derzeit überdurchschnittlich stark.
- Die traditionellen Spargelanbaugebiete haben ein wenig das Nachsehen.

Saisonverlauf am Münchner Großmarkt seit 1990



■ Saisonbeginn Tage

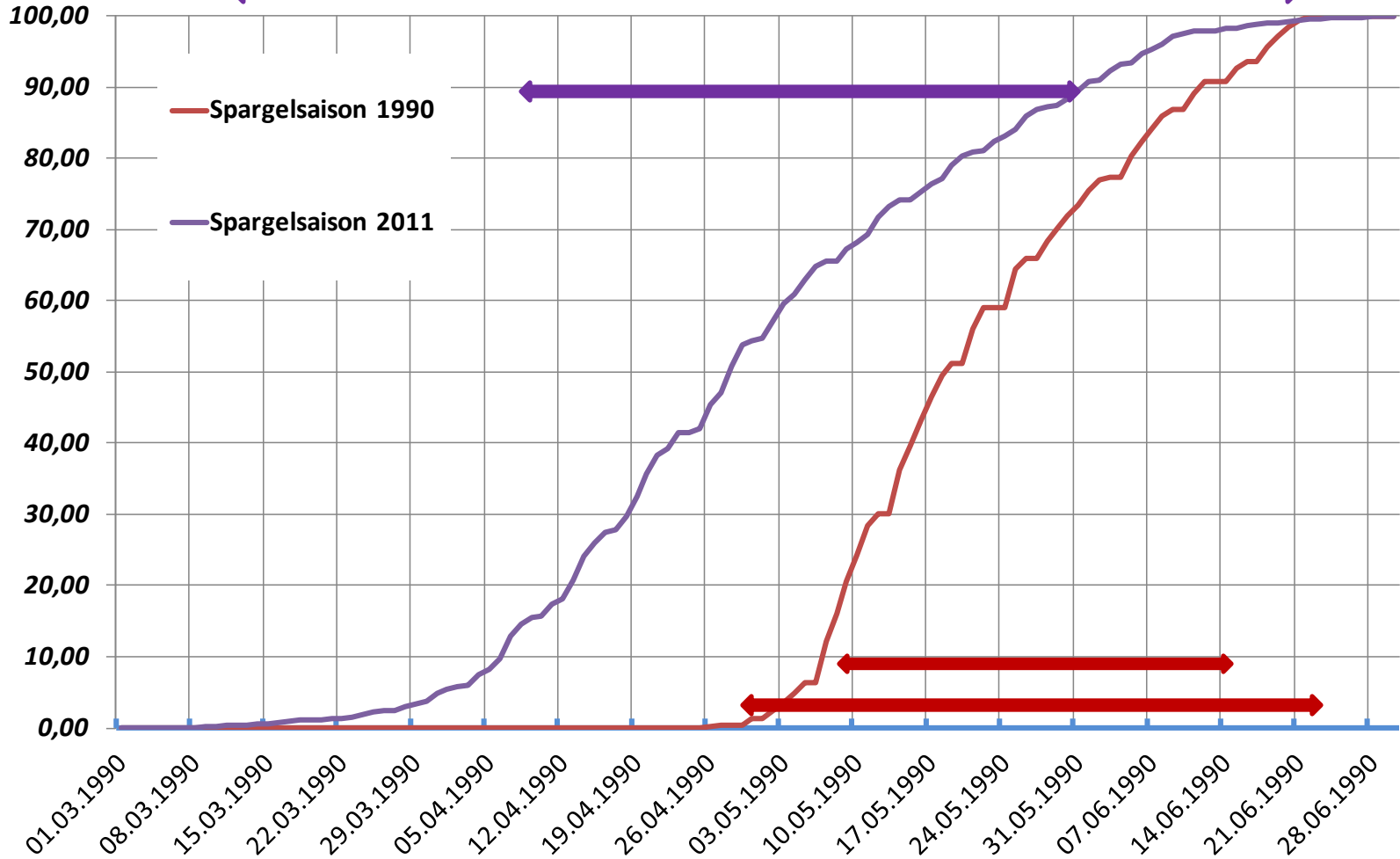
■ Saisondauer Tage

Entwicklung der Spargelsaison am GM München





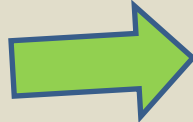
- Der Beginn der Spargelsaison hat sich im Zeitraum von 1990/92 bis 2009/2011 um knapp sieben Wochen nach vorne geschoben und beginnt jetzt Ende Februar bzw. Anfang März. In den Jahren 1990 bis 1992 begann die Saison frühestens am Ende der dritten Aprildekade.
- Im Gegenzug verlängerte sich die Verkaufszeit im selben Zeitpunkt von 57 Tagen auf 105 Tage, entsprechend einer Steigerung der Vermarktungsdauer um das 1,8-fache. Damit ist der Beginn der Spargelsaison definitiv in den kalendarischen Winter gerutscht.
- Die ursprüngliche Verbindung von Spargel mit warmem Frühjahr wird damit verwässert. Mit dem früh geernteten Spargel wird ein Spannungsbogen aufgebaut, der ggf. über die Saison nicht gehalten werden kann und abbricht.

Saisonverlauf GM München – 2 Jahre kumuliert

kumulierter Umsatz in
% der Gesamtmenge



Sinkende oder steigende Marktmacht der Nachfrage?

<p>Direktvermarktung</p> <p>814 Mio. € 1,4 %</p> 	<p>Außer-Haus-Verpflegung</p> <p>11,9 Mrd. € 20,8 %</p> 	<p>LEH, traditionell</p> <p>27,4 Mrd. € 48,0 %</p> 	<p>Internet-handel</p> <p>147 Mio. € 0,3 %</p> 	<p>Export</p> <p>16,8 Mrd. € 29,4 %</p> 
<p>Abnehmend, für hochwertige, regionale Produkte</p>	<p>Zunehmend + Menge + Qualität (+) Spezialmengen</p>	<p>LEH, traditionell, () Menge (+) Qualität</p>	<p>Etablierung, (+) Flexibilität, (+) Kleinmengen</p>	<p>Für Konserven + Menge + Preis</p>

Außer-Haus-Verpflegung und Internethandel brauchen Kommissionszentren!

Aus Sicht der Erzeuger ist es sinnvoll, diese anzubieten!

Nachfrage nach Spargel in Bayern

Vermarktung von heimischem Spargel

- Der Verbrauch von Spargel über die Haushalte nimmt tendenziell ab und dürfte sich in die Gastronomie verlagern.
- Die Haushalte beginnen den Kauf von frischem Spargel ein bis zwei Wochen später als die Gastronomie. Die Gastronomie ist daher der „Katalysator“ für den Spargelabverkauf.
- Spargelwerbung (Spargeleröffnung) sollte dazu beitragen, den Spannungsbogen zu erhöhen. Optimaler Termin: 1. Aprildekade.
- Gemeinschaftsverpflegung und Catering gezielt beliefern!
- Die Besonderheiten des Spargels hervorheben.
- Neue Ideen zur Vermarktung (Sortenvielfalt) und Anpassung an die Verbrauchewünsche.




Marktbestimmende Tendenzen im Gemüse- (und Obst-)anbau

Ab 1990:
Saisonalbeitskräfte in größerem Umfang
verfügbar



Ab 2000 bis 2005:
Neue Technologien verfügbar (Folien,
Bewässerung, Sorten, Zertifizierung)



Ab 2010:
Regionalisierung als Gegengewicht zur
Globalisierung sichert heimischen Absatz



Ab 2000:
zunehmende und kaufkräftige
Verbraucherschaft in Bayern

Argumente für Saisonalität

Erhalt der Präferenz für saisonalen & regionalen Spargel:

- Beginn der Spargelsaison nicht vor März präferieren
- Spargel im März ist zwar hochpreisig, die verkaufbaren Mengen aber überschaubar (keine Ausdehnung)
- Generische Werbung ist sinnvoll! „g.g.A“ Schrobenhausener, Abensberger und Fränkischer Spargel nutzen! „GQ-Bayern“ nutzen!
- Kombination: Spargelsaisoneröffnung mit eigenen Werbemaßnahmen (Handel- und Erzeuger-Verbraucher-Direktverkehr) kombinieren.
- Erhalt des Spannungsbogens bis zum Schluss
- Technischer Fortschritt ist nur mehr im Bereich der Bewässerung möglich. Er kann zur Vergleichmäßigung der Mengenversorgung beitragen.
- Ggf. „betriebliche Spargelsaison“ optimieren!

Mehrwert suchen!

- Voraussetzungen für die Erzielung eines Mehrwerts
 - Ausreichende Bekanntheit des Produktes beim Verbraucher und Kenntnis, wie, warum und wann es erzeugt wird (saisonaler Mehrwert)
 - Kenntnis des Verbrauchers, wo es wächst (regionaler Mehrwert)
 - Kommunikation der Nachhaltigkeit der heimischen Erzeugung

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

