

Die Kartoffel – ein Produkt fast ohne Agrarpolitik

von Günther Völkel

Die Kartoffel ist ein Produkt, das bislang ohne Marktordnung ganz gut ausgekommen ist. Veränderte Nachfragestrukturen und Absatzmärkte bringen jedoch die Kartoffel in ihrer Vielfalt und Qualität unter Druck. Künftig werden nur noch große Spezialbetriebe den steigenden Anforderungen des Handels gerecht werden können. Direktvermarkter könnten aus dieser Situation profitieren, wenn sie ihre Qualitäten und ihre Sortenvielfalt bewusst nach außen stellen.

Mit Einführung der Agenda 2000 und den sich jetzt überschlagenden Vorschlägen zur Reform der EU-Agrarpolitik hat die Speisekartoffel einfach nichts am Hut. Kein Agrarpolitiker hat (zum Glück) bisher versucht, den Speisekartoffelmarkt mit einer eigenen Marktordnung regeln zu wollen. Und dennoch hat sich dieses Produkt ohne Flächenprämien oder sonstige staatliche Beihilfen in den landwirtschaftlichen Betrieben und auf dem deutschen Markt sehr gut behauptet.

Angebot und Nachfrage bestimmen Preis und Menge

Immer noch bestimmen Angebot und Nachfrage bei den Kartoffeln den Preis und auch die Flächenausdehnung. So schwankten die Großhandelspreise von 1993 bis 2002 je nach Sorte und Kochtyp zwischen fünf und 13 Euro im Jahresdurchschnitt. Eine etwas schlechtere Ernte erhöht die Preise, eine hohe Erntemenge verringert sie. Höhere Preise verursachen im Folgejahr eine Flächenausdehnung und umgekehrt.

Ein Blick auf die beiden Abbildungen 1 und 2 zeigt nicht nur die Preisentwicklungen auf dem konventionellen und auf dem ökologischen Kartoffelmarkt, sondern auch, wie schnell der Markt auf die aktuelle Situation im August 2003 reagiert hat.

Im konventionellen Anbau haben die ersten Meldungen über größere Ertragseinbußen zu einem Preissprung von der 33. zur 34. Woche von 3,50 Euro pro Doppelzentner für nicht vertraglich gebundene Ware geführt. In den Folgewochen hat sich dieses hohe Preisniveau dann stabilisiert. Die Tendenz zeigt weiter einen

leichten Anstieg, obwohl die prognostizierten Ertragsrückgänge nicht so drastisch ausgefallen sind wie erwartet. Gegenüber dem Vorjahr beträgt die Preissteigerung jetzt sogar gut sechs Euro pro Doppelzentner, was einen Anstieg von 100 Prozent bedeutet. Im Vergleich mit der Preissituation des Jahres 2002 ist festzustellen, dass in Jahren mit einem hohen Mengenangebot die Preisbasis deutlich niedriger liegt und im weiteren Verlauf des Jahres sinkende Preise den Markt bestimmen.

Im ökologischen Anbau wurden in diesem Jahr aufgrund des niedrigen Krautfäule-Befalles gegenüber dem Vorjahr auf den schwereren Böden meist sehr gute Erträge erzielt. Wie der Markt auf diese Situation reagiert, zeigt die Darstellung des ökologischen Kartoffelmarktes. Die Preistendenz ist in beiden Jahren identisch. Bei einem fast gleichen Ausgangspreisniveau in der 33. Woche sind trotz unterschiedlicher Ertragsaussichten in beiden Jahren zum Herbst hin stark abfallende Preise festzustellen, die sich nach kleinen Zwischenschwankungen zur 37. Woche hin wieder auf das Niveau des Vorjahres eingependelt haben. Das hohe Preisniveau in diesem Marktsegment lässt relativ wenig Spielraum für große Preissteigerungen zu. Der hohe Preiseinstieg ist auf den höheren Preis der ertragsschwächeren Frühkartoffeln zurückzuführen, der zur Zeit noch nicht durch Billigimporte beeinflusst wird. Mit Einsatz der Rodung von frühen und mittelfrühen Sorten steigt das Angebot an und der Preis sinkt.

Diese marktabhängigen Einflüsse sind den Kartoffelanbauern bekannt und die meisten haben sich auf solche Schwankungen eingestellt, ohne je auf eine staatliche Lenkung des Marktes zu setzen. Nicht auf dem Markt abzusetzende Übermengen wandern ohne Ge-

schrei in die Futtermittelverwertung oder auch manchmal auf den Abfallhaufen. Außer dem zollfreien Import von Frühkartoffeln greift keine Administration in den Speisekartoffelmarkt ein. Diese Tatsache kann auch in der heutigen agrarpolitischen Diskussion immer mal wieder als Beispiel für eine gut funktionierende Marktwirtschaft gelten.

Wohin gehen die Kartoffeln?

In Deutschland werden pro Jahr ca. 5,8 Millionen Tonnen Speisekartoffeln geerntet:

- 40 Prozent der gesamten Speisekartoffelernte werden davon zu Veredelungsprodukten verarbeitet und meist als Vertragsware angeboten.
- Von den verbleibenden Frischkartoffeln werden 1,65 Millionen Tonnen oder umgerechnet 50 Prozent als Frischkartoffeln im Haushalt und die gleiche Menge über den Großverbraucher und Gastronomiebereich verzehrt.

Abgepackt und direkt an den Verbraucher werden somit nur knapp 1 Million Tonnen Kartoffeln vermarktet. Da der Frischkartoffelverzehr immer stärker zurückgeht, verliert dieser Absatzweg auch immer mehr an Bedeutung. Allein im Jahr 2002 sank der Kartoffelverbrauch um rund neun Prozent und dies, obwohl der Verbraucher auch heute noch die Kartoffel als besonders gesundes, fettarmes, sättigendes und vollwertiges Nahrungsmittel einstuft. Wie im Nahrungsmittelbereich allgemein bekannt, liegen auch hier Erkenntnis und praktische Umsetzung doch relativ weit auseinander

Der Markt spaltet sich

Noch immer spielt der Direktbezug beim Landwirt, zum Glück, eine große Rolle. Auch hat sich hier ein relativ hohes und stabiles Preisniveau eingependelt. Der Absatz in den kleineren Lebensmittelgeschäften wie auch auf den Wochenmärkten hingegen ist rückläufig. So werden nach Analyse der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) nur noch acht Prozent der Kartoffeln von den kleinen Lebensmittelgeschäften vermarktet und auf den Wochenmärkten sechs Prozent. Bei geringen Umschlagsmengen werden die Kartoffeln in den Geschäften oft zu wenig gepflegt, was zu einer Qualitätsverschlechterung führt und einen weiteren Absatzrückgang verursacht. Aber auch die fehlende und für eine längere Lagerung erforderliche sachgerechte Pflege fehlt in den Verkaufsstellen. Dann werden oft Kartoffeln verkauft, die den Qualitätsansprüchen des

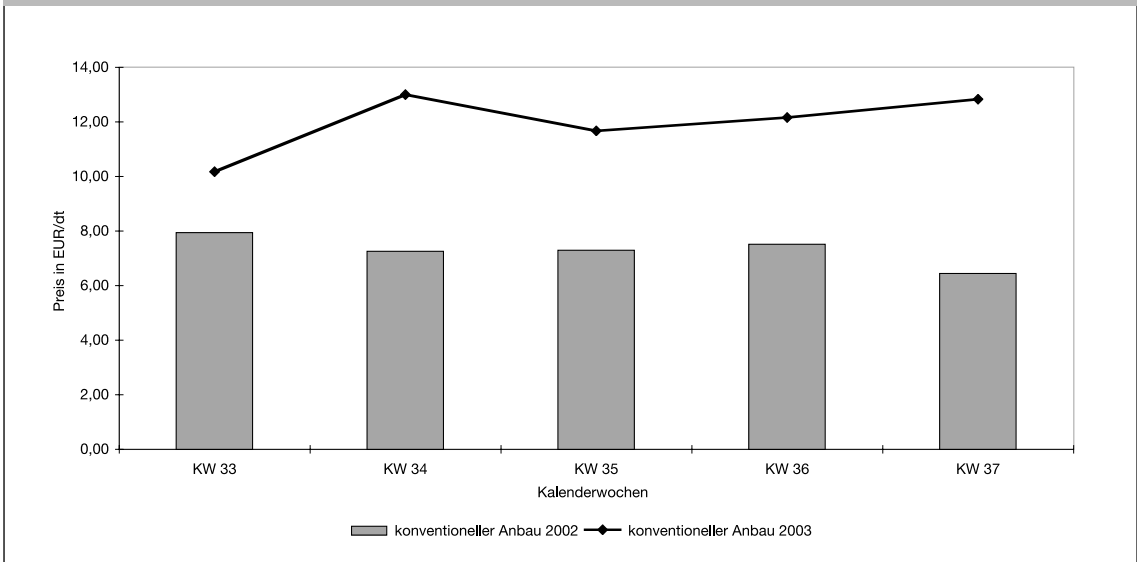
Kunden nicht mehr genügen und ihm eine hohe Abfallquote bescheren. So werden zum Beispiel die Kartoffeln auf Paletten jeden Tag vor das Geschäft gestellt und sind dann oft tagelang dem prallen Sonnenlicht ausgesetzt. Da bereits ein sechsstündiger Sonneneinfluss die Bildung des Bitterstoffes Solanin fördert, sind negative Geschmacksbeeinflussungen vorprogrammiert. Zusätzlich müssen die grünen Knollen dann noch entsorgt werden. Bei dem höheren Preisniveau verzichtet der Kunde dann künftig auf einen Kauf im Lebensmittelgeschäft und weicht auf die preisgünstigeren Kartoffeln im Supermarkt aus. Über 50 Prozent der Verbraucher kaufen daher heute ihre Kartoffeln bereits im Supermarkt und dieser Trend ist anhaltend.

Das Kartoffelgeschäft entwickelt sich somit immer mehr zu einem anonymen Markt. Fast 40 Prozent des Frischkartoffelabsatzes erfolgt heute bereits über die Discounter und fast jede fünfte Kartoffel wird bei Aldi eingekauft. Hier scheint nicht nur die günstige Preissituation für eine Kaufentscheidung ausschlaggebend zu sein: die hohe Umschlagsrate sorgt für laufend frische Ware, auch wenn immer nur wenige Sorten zur Verfügung stehen. Da sehr viele Kartoffeln heute bereits gewaschen angeboten werden, ist zur Qualitätssicherung ein schneller Umschlag der Ware erforderlich. In Gebinden zwischen 2,5 und fünf Kilogramm werden heute die meisten Kartoffeln vermarktet, lose Ware oder Gebinde über 12,5 Kilogramm werden nur noch in sehr geringen Mengen nachgefragt. Hinzu kommt, dass die heute üblichen warmen Keller auch keine Lagermöglichkeiten in den Privathaushalten mehr bieten. Sie sind eine weitere Ursache für das beobachtete veränderte Einkaufsverhalten.

Nur noch Spezialbetriebe?

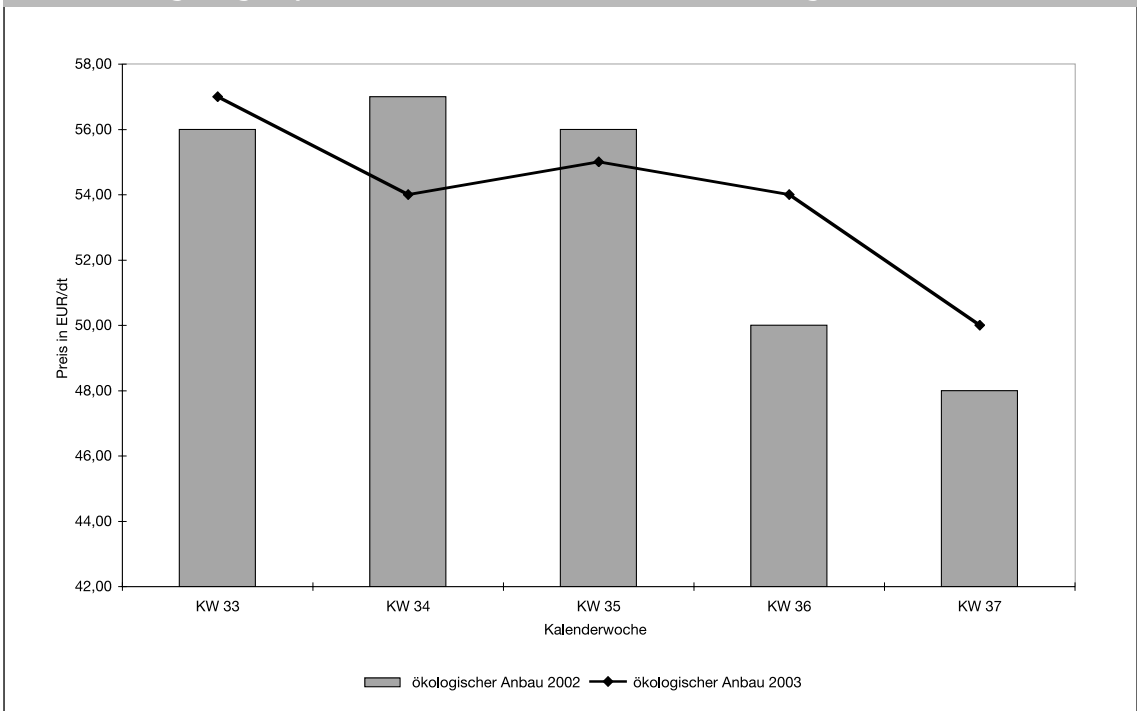
Während früher die Abpackbetriebe auch gleichzeitig eine große Lagerhaltung betrieben, wird dieses heute auf die Erzeugerstufe zurückverlagert. Diese Entwicklungstendenzen haben Konsequenzen für die Kartoffelproduzenten. Der Erzeuger muss das Lagerrisiko tragen und ist somit selbst für seine Ware verantwortlich. Verkauft werden können nur noch einwandfreie und auf Abruf bereitstehende große Partien. Große Konzerne verlangen darüber hinaus heute fast ausnahmslos ein Qualitätsmanagementsystem der Erzeuger oder aber wollen sich mit eigenen Marken von den Discountern unterscheiden. Hierbei werden an den Erzeuger sehr hohe Qualitätsanforderungen gestellt, die der Abnehmer jedoch meist nur im Vertragsanbau absichern kann. Vorgaben über neues Pflanzgut, die Düngung, den Pflanzenschutzmitteleinsatz, Aufzeichnungspflichten, Rückstandsuntersuchungen etc. werden gemacht oder

Abb. 1: Erzeugerabgabepreise an den Großhandel 2002/2003 (konventioneller Anbau)



Quelle: ZMP-Marktberichte

Abb. 2: Erzeugerabgabepreise an den Großhandel 2002/2003 (ökologischer Anbau)



Quelle: ZMP-Marktberichte

auch besondere Sortiervorschriften festgelegt. Dieser zusätzliche Aufwand wird für den Erzeuger jedoch nur selten durch höhere Preise belohnt, sondern sichert nur den möglichen Absatz ab. Die steigenden Absatzmengen der Discounter verlangen in Zukunft von den Landwirten noch größere, einheitlichere Partien in gu-

ter Qualität. Dieses ist von kleineren Betrieben oder auch von einfachen Erzeugerzusammenschlüssen nicht mehr zu leisten. Auch der Forderung des Handels, zu jeder Zeit die entsprechende Menge abrufbar zu liefern, kann nur von großen Abpackbetrieben nachgekommen werden.

Steigende Qualitätsanforderungen

Wie viele andere Produkte auch wird die Kartoffel immer mehr zu einem Transportprodukt. Die in den Erzeugerbetrieben gelagerten Kartoffeln müssen zeitgerecht zu den Abpackstellen geliefert werden. Von hier aus geht es weiter zu den Zentrallagern, die die Weiterverteilung an die Geschäfte vor Ort übernehmen. Dieser Transportmarathon beeinflusst die Qualität der Kartoffel erheblich und wird künftig die Qualitätsansprüche noch weiter nach oben schrauben. Da die Kartoffel als lebendes Produkt durch Temperaturschwankungen oder zu tiefe Temperaturen sehr beschädigungsempfindlich wird und bei leichten Stößen oder bei starkem Druck mit Schwarzfleckigkeit reagiert, ist die Kartoffel besonders im Winterhalbjahr durch unsachgemäßen Transport sehr in der Qualität gefährdet. Ein Süßwerden bei Frosttemperaturen ist bei dem Massengut Kartoffeln ebenfalls kaum zu unterbinden, da die Transportunternehmen oft die erforderlichen Maßnahmen zur Qualitätserhaltung nicht kennen bzw. nicht an das Personal weitergeben.

Unter diesen Bedingungen leidet auch die bekannte Sortenvielfalt: gute aber empfindlichere Sorten werden über diese Absatzschiene keinen Weg mehr auf den Teller finden. Es ist zu vermuten, dass die Gentechnik auch hier schnell mit der Anti-Faul-Kartoffel aushelfen könnte.

Fazit

Die Vermarktung von Speisekartoffeln wird sich künftig noch stärker als bisher in Direktvermarktung und Discounterverkauf aufteilen. Die Vermarktung über die letztgenannte Schiene wird künftig sehr hohe Qualitätsanforderungen an die Kartoffeln stellen. Nur mit einer ausgefeilten Anbau- und Lagertechnik, die dann nur noch von spezialisierten Betrieben zu erfüllen sind,

wird es möglich sein, diese Forderungen zu erfüllen. Hierfür werden die Kartoffelanbauer auf wenige robuste Sorten ausweichen, da sich die Gefahr, bei Nichterfüllung von großen Discountern ausgelistet zu werden, erhöht. Dieses führt mehr oder weniger zu großen Preiszugeständnissen, was sich auf die Wirtschaftlichkeit des Anbaues negativ auswirken kann.

Obwohl zur Zeit mit 143 Sorten aus der deutschen und circa 65 aus der europäischen Sortenliste so viel Sorten zur Verfügung stehen wie noch nie, wird sich der Sortenanteil der geschmacklich guten aber in der Behandlung empfindlicheren Sorten leider zu Gunsten der robusten Sorten verringern, was auf längere Sicht zu einer Reduzierung der Sortenvielfalt führen wird. Schon heute sind nur rund 20 Prozent der oben erwähnten Sorten mit einem mehr oder weniger großen Flächenanteil in Deutschland vertreten. Die bisherige Sortenvielfalt im Angebot und der gute Geschmack der Kartoffeln wird in Zukunft sicherlich nur noch in der Direktvermarktung zu finden sein, was für diesen Anbieterkreis ein gutes Werbeargument sein wird.

Quellen

Kartoffeljournal, CMA, Bonn.
ZMP Nachrichten, Bonn.
Kartoffeltrends 2002, Verlag Agrimedia GmbH, Bergen.

Autor

Günther Völkel, Agraringenieur, seit 1983 im Bereich Ökologischer Landbau (Pflanzenbau) im heutigen Dienstleistungszentrum für Landwirtschaft, Gartenbau und Naturschutz in Hessen tätig.

Güntersloh 1a, 34128 Kassel
Telefon: 0561 / 88842
E-Mail: guenther.voelkel@hdlgn.de

