



ZUR PERSON

Markus Schneider ist Inhaber und Geschäftsführer der Frutania GmbH in Grafschaft-Ringen. Das Unternehmen handelt ganzjährig und europaweit mit frischen Beerenfrüchten, Kern- und Steinobst sowie Spargel und Kürbissen.

„Motivierende Kraft sein“

Markus Schneider, Geschäftsführer der Frutania GmbH, über aktuelle Herausforderungen in der Obst- und Gemüsebranche.

Das Interview führte **Hedda Thielking**

Herr Schneider, das vergangene Jahr brachte in der Obst- und Gemüsebranche Höhen und Tiefen mit sich. Ihr Fazit?

Markus Schneider: Es war ein sehr anspruchsvolles Jahr für die Erzeugung und Vermarktung von Obst und Gemüse. Anfang des Jahres war die Dürre in Europa eine Katastrophe, die Inflation eine enorme Herausforderung. Nachdem die Verbraucher während der Pandemie sehr wertig gekauft hatten, kauften sie jetzt weniger Obst und Gemüse, und sie achteten extrem auf den Preis. Die Produktion in Deutschland verlief im Jahr 2023 zwar besser als im Vorjahr, aufgrund der gestiegenen Kosten konnten wir allerdings gerade kostendeckend arbeiten.

Ihr Blick auf dieses Jahr?

Wir haben die richtigen Sorten und nutzen die passende Technik rund um den Anbau und die Logistik. Deshalb gehen wir davon aus, dass sich Frutania positiv entwickeln wird. Immerhin sind nach den drei Dürrejahre in Deutschland die Böden wieder ausreichend mit Wasser versorgt.

Aber: Wir haben ein politisches Umfeld, das sehr schwierig ist.

Sie meinen den gestiegenen Mindestlohn?

Ja, in Deutschland gelten nach Luxemburg die höchsten Mindestlöhne von 12,41 Euro. Bei Himbeeren, Erdbeeren und Heidelbeeren machen die Lohnkosten mehr als 50 Prozent der gesamten Kosten aus. Die Kosten für Energie, Dünger und Vertrieb sind auch gestiegen, aber nicht so sehr wie die Lohnkosten. Sollte der Mindestlohn auf 14 Euro steigen, wird sich das signifikant auf den Verkaufspreis auswirken. Die Nachfrage wird sinken, sodass wir viel weniger produzieren müssen. Kurzum: Das politische Umfeld gibt uns keine Gewissheit darüber, ob hierzulande eine lohnende Produktion künftig noch möglich sein wird.

Wie beurteilen Sie die Stimmung unter den Produzenten?

Als schlecht. Sie sind verunsichert. Manche Erzeuger haben die Anbauflächen reduziert, da ein Anbau nicht mehr wirtschaftlich ist. Ich sehe mich hier als motivierende Kraft, denn ich bin zutiefst davon überzeugt, dass wir eine deutsche Produktion brauchen.

Sie lassen Obst und Gemüse auch außerhalb Deutschlands anbauen, weil...?

Unser Fundament liegt klar in der deutschen Produktion. Sie macht 50 Prozent unserer gesamten Produktionsmenge aus. Aber: Außerhalb der jeweiligen Saison sind wir weltweit tätig, um dem gesamten LEH das ganze Jahr über frische Ware anbieten zu können. So lassen wir beispielsweise Heidelbeeren außer-

halb der heimischen Saison in Südafrika, Peru, Chile, Marokko und Spanien anbauen. So sind wir mit Beeren und Tomaten stark in Marokko. Ein weiterer Anbauschwerpunkt liegt im südspanischen Huelva nahe der portugiesischen Grenze. Und wir blicken verstärkt nach Polen. Fakt ist: Egal wo unsere Produzenten arbeiten, sie sind unser höchstes Gut.

Welche Herausforderungen bringt die Zusammenarbeit mit dem LEH mit sich?

Jedes Handelsunternehmen hat individuelle Wünsche an die Sorten, Herkunft, Mengen, Gebinde, Verpackungen und Liefertermine. Wir kümmern uns um den Anbau, die Ernte, das Qualitätsmanagement, die Verpackung und den Transport. Auf kurzfristige Wünsche des Handels können wir mitunter kaum reagieren. So lassen sich Produktionsmengen von Himbeeren nicht von heute auf morgen steigern. Es dauert ein bis drei Jahre, bis neue Pflanzen Ertrag bringen.

Welche Sorten produzieren Sie exklusiv für Handelsunternehmen?

Unsere Vertragslandwirte bauen zum Beispiel exklusiv für Edeka den Clubapfel Magic Star an. Zurzeit sprechen wir mit Discounter über die Einführung exklusiver neuer Obstsorten. Ich kann nur so viel sagen: Es ist kein Apfel.

Worauf achten Sie bei neuen Sorten?

Wir sind Inhaber verschiedener Sorten und bauen unser Testwesen und die Sortensichtung immer weiter aus. Bei neuen Sorten ist das wichtigste der Geschmack. Danach beurteilen wir Fruchtgröße, -form, -farbe, -glanz, -haltbarkeit und den Ertrag.

Welche Rolle spielt Bio für Frutania?

Der Bio-Anteil bewegt sich bei uns im kleinen einstelligen Prozentbereich. Bio-Heidelbeeren anzubauen ist kein Problem, schwieriger ist der Anbau von Bio-Himbeeren und -Erdbeeren. Wir werden den Bio-Bereich aber nicht ausbauen, da er momentan stagniert. Hinzu kommt: Die Losgrößen für Bio sind sehr klein, das Produktionsrisiko ist relativ groß und die Chance, damit Geld zu verdienen, gering – außer bei Bio-Heidelbeeren.

Welche Trends erkennen Sie?

Beeren liegen im Trend, vor allem Heidelbeeren. Sie sind gesund, snackbar und überall verzehrbar. Dieser Trend wird in den nächsten

Jahren anhalten. In Deutschland könnten deshalb durchaus mehr Heidelbeeren angebaut werden.

Ist der Geschmack für preisbewusste Konsumenten sekundär?

Eine sehr schmackhafte, aromatische Beere enthält sehr viel Fruchtzucker. Sie ist aber nicht so ertragreich und kostet deshalb etwas mehr. Wenn die Konsumenten aber immer nur die billigsten Produkte kaufen, fehlt ihnen das Aha-Erlebnis, sprich der überragende Geschmack. Wir müssen es hinbekommen, dass den Verbrauchern Obst und Gemüse schmeckt und dass sie bereit sind, dafür einen guten Preis zu bezahlen.

Wie kann das gelingen?

Wir investieren große Summen, um mit unserer Sortensichtung innerhalb unserer Gruppe die optimalen Sorten zu finden. Indem wir konsequent auf Geschmack setzen, werden wir den Verbraucher von der Qualität und Wertigkeit unserer heimischen Produkte überzeugen. ■

„Der gestiegene Mindestlohn bereitet uns momentan am meisten Sorge.“

Markus Schneider, Frutania GmbH

