

INTERVIEW MIT MARKUS SCHNEIDER

# Konsumklima ist herausfordernd

Markus Schneider ist Geschäftsführer der Frutania GmbH und einer der wichtigen Vermarkter bei Erdbeeren in Deutschland. Wie ist sein Ausblick auf die Saison?

## Wie sehen die Bestände in Deutschland kurz vor Saisonstart aus?

Die Bestände bei unseren Lieferanten in Baden präsentieren sich aktuell in gutem Zustand. In den besonders frühen Lagen sind bereits erste grüne Früchte sichtbar, was auf einen planmäßigen Saisonverlauf hindeutet. Mit den ersten kleinen Erntemengen rechnen wir ab Kalenderwoche 16. In den darauffolgenden Wochen 17 und 18 dürfte das Angebot dann deutlich anziehen und in größere Volumina übergehen. Insgesamt zeichnet sich damit ein früher, jedoch nicht außergewöhnlich früher Saisonstart ab.

Im Vergleich zu den frühen Anbaugebieten in Nordrhein-Westfalen liegt Baden derzeit etwa 7 bis 10 Tage vorne. Für Baden erwarten wir Erntemengen auf einem vergleichbaren Niveau zum Vorjahr. Auffällig ist dabei, dass die etwas spätere Sorte Cadenza im Anbau leicht ausgeweitet wurde. Zudem hat der Tunnelanbau geringfügig zugenommen. Auch auf gesamtdeutscher Ebene gehen wir derzeit von ähnlichen Tonnagen wie im Vorjahr aus. Allerdings rechnen wir insbesondere im August mit tendenziell etwas höheren Mengen.

## Inwiefern stellt das aktuelle Konsumklima eine Belastung für die anstehende Saison dar?

Das Konsumklima in Deutschland ist weiterhin verhalten und stellt damit grundsätzlich eine Herausforderung für die Saison dar. Vor den jüngsten geopolitischen Entwicklungen, insbesondere im Zuge des Iran-Konflikts 2026, war die Stimmung aus meiner Sicht noch deutlich positiver. Inzwischen ist jedoch absehbar, dass sich die Kosten auf breiter Front erhöhen werden – sowohl auf Verbraucher- als auch auf Erzeugerseite. Das führt zu einer gewissen Unsicherheit, ob sich die geplanten Mengen zu Preisen vermarkten lassen, die wirtschaftlich zufriedenstellend sind.

Die Lage ist damit angespannt, insbesondere im Hinblick auf Preisakzeptanz und Kaufverhalten. Gleichzeitig sind wir gut vorbereitet und können flexibel auf die Marktbedingungen reagieren. Trotzdem blicken wir grundsätzlich positiv auf die Saison. Die Erdbeere ist ein beson-



**Markus Schneider**

Geschäftsführer und Gründer der Firma Frutania, die auch viele Erdbeeren aus Baden vermarktet.  
Foto: privat

deres Produkt mit hoher emotionaler Bedeutung für den Verbraucher – eine Frucht, auf die man sich bewusst freut.

## Welche Signale kommen vom Lebensmitteleinzelhandel mit Blick auf die Kampagne 2026?

Der Lebensmittelhandel steht aufgrund der allgemeinen Konsumzurückhaltung auch bei vielen anderen Warengruppen unter Druck. Wir befinden uns mit dem Handel in einem kontinuierlichen und konstruktiven Austausch. Es geht aktuell weniger um kurzfristige Reaktionen, sondern vielmehr darum, gemeinsam tragfähige Lösungen für ein anspruchsvolles Marktumfeld zu entwickeln. Dabei ist klar: Es gibt keine abrupten oder panikgetriebenen Forderungen seitens des Handels. Vielmehr herrscht ein sachlicher Dialog, in dem beide Seiten die Herausforderungen realistisch einschätzen und partnerschaftlich damit umgehen.

## Wie sieht die Lage bei den wichtigen ausländischen Konkurrenten aus?

Sowohl in Spanien als auch in Marokko kam es im Februar zu sehr schwierigen Wetterbedingungen, die die Entwicklung der Kulturen deutlich verzögert haben. In Spanien liegt die Ernte rund einen Monat hinter dem üblichen Zeitplan, läuft jetzt aber auf Hochtouren. Entsprechend

ist davon auszugehen, dass die Vermarktung bis in den Mai hinein ausgedehnt wird. In solchen Situationen steuern wir bei Frutania gegen, indem wir Mengen gezielt in andere europäische Märkte lenken. Eine direkte Belastung für den Start der badischen Saison erwarten wir dennoch nicht. In den Niederlanden präsentieren sich die Bestände in guter Verfassung. Hier rechnen wir tendenziell sogar mit etwas höheren Mengen als im Vorjahr.

## Wie entwickeln sich der Erdbeeranbau und die Erdbeermarkting in Deutschland in den nächsten Jahren weiter?

Unsere Produzenten müssen nachhaltig gutes Geld verdienen, denn nur dann sind sie in der Lage, weiter zu investieren. Wir sind überzeugt von der deutschen Erdbeere – insbesondere von der badischen Ware, die durch ihre Frühzeitigkeit einen strategischen Vorteil im Markt hat. Entscheidend wird dabei eine enge und vorausschauende Planung gemeinsam mit den Erzeugern sein, um Mengen, Zeitfenster und Vermarktung optimal aufeinander abzustimmen.

René Bossert

## Frutania im Portrait

Die Frutania GmbH hat ihren Sitz in Grafschaft-Ringen in der Nähe von Bonn. Geleitet wird sie von ihrem Gründer Markus Schneider. Er hat eine kaufmännische Ausbildung, stammt aber von einem großen Obstbaubetrieb, den jetzt sein Bruder führt. Zwei Drittel des Frutania-Umsatzes entfallen auf Beeren. Der Betrieb ist spezialisiert auf das Geschäft mit dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH). Rund 20 % der Erdbeeren aus deutscher Produktion, die an den LEH gehen, vermarktet Frutania beziehungsweise das Tochterunternehmen Fruitfels, über das die Ware der Erzeuger des Obstgroßmarktes Mittelbaden eG abgesetzt wird. Frutania vermarktet auch Kirschen von Erzeugern am Bodensee.