Märkte, Marken und Produkte – es kommt auf die richtige Balance an

BelOrta ► Für dieses Sonderthema sprach ich mit Kris Jans, dem Direktor der Obstsparte von BelOrta, und Sales Manager Miguel Demaeght über den Verlauf der bisherigen Obstsaison und über die Erwartungen für die weitere Entwicklung der Kampagne. BelOrta hat in den vergangenen Jahren stark in Produkte wie Kirschen, Beeren, Pflaumen und natürlich Kernobst investiert. Im Blickpunkt ist dabei stets das ausgewogene Verhältnis von Märkten, Marken und Produkten.

Michael Schotten

Auch bei Äpfeln gehört BelOrta zu den Big Playern in Europa.

Kris Jans blickt im Gespräch mit dem Fruchthandel Magazin insgesamt zufrieden auf die bisherige Obstsaison zurück. Auch auf die Kampagne für Kirschen, wenngleich er phasenweise mit noch etwas besseren Preisen gerechnet hatte. „Es war quantitativ und qualitativ eine sehr gute Saison, wir hatten ein Volumen von rund 4,4 Mio kg für die Vermarktung zur Verfügung. Aber im Juni als das Kirschenangebot in der Türkei und in Griechenland wesentlich kleiner war als in normalen Jahren, blieben die Preise doch etwas hinter unseren Erwartungen zurück. Zumal auch Osteuropa Probleme hatte. Neu in diesem Jahr war auf jeden Fall, dass vermehrt Anfragen aus Ländern kamen, die sich normalerweise stark auf die Türkei als wichtigste Herkunftsquelle konzentrieren", sagt Kris Jans. Mit Blick auf die neue Kernobstsaison zeigt er sich optimistisch. Nicht ohne Grund – die Voraussetzungen für die Vermarktung werden aufgrund der nicht allzu großen Erntemengen in Europa von Marktexperten als günstig eingeschätzt. Die Apfelernte sieht laut Kris Jans gut aus, mit qualitativ hochwertigen Früchten in unterschiedlichen Größen. Anfang August hatte BelOrta die ersten größeren Lieferungen früher Apfelsorten wie Delbare Estival von den Erzeugern erhalten. Mit Spannung wurde zu diesem Zeitpunkt auf die erste Ernte von Jonagold gewartet, der nach wie vor wichtigsten Sorte in Flandern. „Die Äpfel und Birnen sind von sehr guter Qualität in diesem Jahr und das Angebot auf dem Markt ist nicht zu groß, da auch die Lagerbestände mit Ware aus der alten Ernte schon früh geräumt waren. Zum Start der Apfelsaison gab es daher einen nahtlosen Übergang zur neuen Ware. Insgesamt können wir unter diesen Umständen auch auf eine gute Preisgestaltung in dieser Saison hoffen", erklärt Kris Jans.

Für Kris Jans, Direktor der Obstsparte von BelOrta, spielt die Diversifikation von Produkten und Märkten eine zentrale Rolle.

Im Apfel-Sortenspiegel von BelOrta steht Jonagold immer noch an erster Stelle, wobei hier weiter in ‚JonaPlus' mit über 50 % Deckfarbe und in ‚JonaBlush' mit 30 % Deckfarbanteil differenziert wird. Weitere wichtige Sorten sind die Premium-Linien Kanzi® und Mor-

gana® sowie der für den belgischen Markt vorgesehene Clubapfel Belgica®. „Darüber hinaus knüpfen wir aber auch große Hoffnungen an die Marken ‚Sprizzle' und ‚Greenstar'", betont Kris Jans weiter.
Am 19. August hatte BelOrta auch die ersten größere Mengen Birnen erhalten. „Die Birnen sind von ausgezeichneter Qualität: Der Zuckergehalt – und damit der Geschmack – ist hoch, und die Früchte haben eine schöne, glatte Schale." Laut Kris Jans ist diese Qualität auf

Laut Sales Manager Miguel Demaeght sind immertragende Erdbeersorten eine gute Lösung, sie erfordern aber ein Umdenken.

die günstigen Wetterbedingungen zurückzuführen: viel Sonne, unterbrochen nur von gelegentlichen Regenschauern. Im Frühjahr hatte die Branche jedoch mit einem starken Nordostwind zu kämpfen, wodurch es mehr Fruchtfall gab als sonst. Daher liegt der geschätzte Ertrag von 33 Tonnen pro Hektar auch unter dem Fünfjahresdurchschnitt. Die hohe Qualität und die Marktbedingungen dürften den geringeren Ertrag aber wieder ausgleichen. „Deutschland ist in diesem Jahr ein interessanter Absatzmarkt. Während wir im letzten Jahr vor allem große Kaliber hatten, ist das Angebot jetzt gut verteilt und wir haben auch viele kleinere Birnen, die im deutschen Markt besonders gefragt sind", so Jans.

Veränderte Marktbedingungen

Dennoch macht sich der Direktor der Obstsparte so seine Gedanken. Kris Jans hatte einige Wochen vor unserem Gespräch in Borgloon während der Birnen-Fachkonferenz Interpera in Hasselt bereits davor gewarnt, dass das zunehmende Angebot an Conférencen-Birnen auch gewisse Risiken mit sich bringt. Dann nämlich, wenn man sein Produktsortiment und seine Absatzmärkte nicht ausreichend diversifiziert. Belgien gehört schließlich schon heute zu den größten Produktionsländern der Welt. Einfach drauflos produzieren und sehen, was passiert, das passt weder zur Mentalität der Belgier noch zur Unternehmensstrategie von BelOrta.
Man muss dies jedoch auch im weiteren Zusammenhang sehen. Durch die wiederholt schlechten Ernten von Abate Fetel in Italien in den vergangenen Jahren haben sich die Voraussetzungen im europäischen Birnenmarkt insgesamt verändert. Italien hat für Belgien als Absatzmarkt zuletzt an Bedeutung gewonnen, weil sich die Kunden dort auch mit belgischer Ware eindecken, wenn die eigenen Bestände zur Neige gehen. Flanderns Agrar-Marketing-Büro VLAM wird daher ab dem kommenden Jahr auch seine Marketingaktivitäten auf dem italienischen Markt intensivieren und versuchen, die italienischen Konsumenten für Conférencen-Birnen zu begeistern. Aus Sicht von Kris Jans ist der Fokus auf Qualität dabei entscheidend. „Wenn wir in Italien oder anderswo die Lücken, die durch den Mengenrückgang bei Abate Fetel entstanden sind, füllen wollen, dann müssen wir bei unseren Birnen konsequent auf Geschmack und Qualität setzen." Kris Jans denkt hierbei nicht nur an Conférencen-Birnen. „Wir müssen auf jeden Fall diversifizieren und mehr Birnen anbieten. Die Sorte Fred® ist z.B. sehr interessant, es handelt sich um eine ausgezeichnete Tafelbirne. Auch wenn sie nicht so attraktiv aussieht, hat sie hervorragende geschmackliche Qualitäten, die ein wenig an die traditionelle belgische Birnensorte Durondeau erinnern." Diese alte Sorte aus der belgischen Provinz Hennegau hat auch in Deutschland noch viele Liebhaber.

Neue Wege gehen

Von Stillstand kann aber auch sonst bei BelOrta keine Rede sein. So verschiebt sich bei Erdbeeren die Produktion immer stärker ins Gewächshaus bzw. in Folientunnel. Laut dem Obstbauexperten Miguel Demaeght hat der Anbau auf Stellagen inzwischen einen Anteil von 85 % erreicht, mit steigender Tendenz. „Bei BelOrta nimmt das Erdbeerangebot in jedem Jahr kontinuierlich zu, was zum einen auf die größere Anbaufläche und zum anderen auf die gestiegene Produktivität pro Quadratmeter zurückzuführen ist", sagt Miguel Demaeght. Aber auch sortentechnisch hat sich

Die Birnensorte Fred könnte aus Sicht von BelOrta zukünftig noch eine wesentlich größere Rolle für das Unternehmen spielen.

Foto: BelOrta

Belgien gehört inzwischen zu den führenden Birnenlieferanten weltweit.

einiges verändert. Es findet derzeit eine Umstellung auf durchtragende Sorten statt, die mehrmals im Jahr blühen. Diese Umstellung erfordert laut Miguel Demaeght jedoch auch ein Umdenken. „Man muss zuerst Erfahrungen damit sammeln, weil die Produktionszyklen und Erntespitzen schwanken können und es dadurch auch schwieriger sein kann, zuverlässige Prognosen zu geben. Eine Balance lässt sich aber über flexible Pflanzdaten oder über den Einsatz der Folien erzielen, sodass die Kombination von Terminkultur und Durchträgern am Ende des Tages doch eine gute Lösung ist."

Der Anbau von Erdbeeren im Freiland gehe auch bei BelOrta kontinuierlich zurück, verrät Demaeght. „Er ist zwar kostengünstiger als die Stellagen-Produktion, aber der organisatorische Aufwand ist deutlich größer und es gibt immer weniger verfügbare Ackerflächen." Ansonsten haben laut Miguel Demaeght Stachelbeeren bei BelOrta an Popularität gewonnen. „Stachelbeeren waren früher fast ausschließlich für Bäckereibetriebe ein interessantes Produkt. Sie werden aber auch im Frischmarkt immer beliebter, bevorzugt mit einer roten Backe."

Strategische Sortimentsplanung

Auch dies zeigt: Die strategische Sortimentsplanung wird im umkämpften Obst- und Gemüsegeschäft von Jahr zu Jahr wichtiger. BelOrta gehört in Belgien seit jeher zu den führenden Innovatoren in der Branche, wobei man verständlicherweise vor allem den Premium-Bereich anvisiert. Bei Brombeeren hat man in dieser Saison zum Beispiel erstmals die Sorte Bestum® im Markt platziert. „Preislich konnte die Brombeere zwar noch nicht ganz das Top-Segment erreichen, aber ich bin überzeugt davon, dass dies noch gelingen wird. Neue Produkte brauchen einfach auch ein wenig Zeit. Man kann Brombeeren eben nicht mit Äpfeln oder Orangen vergleichen. Sie sind nach wie vor eine Nische und deswegen braucht man ein wenig Geduld. Im ersten Jahr ging es zunächst einmal darum, den Markt abzutasten", erläutert Kris Jans.

Den gesamten Markt bedienen

Abtasten ist ein gutes Stichwort. Kris Jans' Aufgabe als Leiter der Obstsparte von BelOrta ist es, genau das zu tun. Zu schauen, wie die Märkte sich verhalten, ob die Balance zwischen den Verkaufskanälen ausgewogen ist und die übergeordnete Strategie im Obstsegment des belgischen Marktführers passt. Aber auch, dass sich Kriterien wie Geschmack, Produktivität und Produktvielfalt in einem ausgeglichenen Verhältnis zueinander befinden. „BelOrta ist nicht nur von seinen Produkten her hochgradig diversifiziert, sondern auch von seiner Vermarktungs- und Vertriebsstruktur her. Unser Ziel ist es, immer den gesamten Markt zu bedienen: den klassischen Lebensmitteleinzelhandel, entweder direkt oder über Service Provider, den Groß- und Kleinhandel sowie den Horeca-Bereich, aber auch die reinen Exportunternehmen und die Industrie. „Bei den Beeren liegt der Fokus bei uns traditionell stark auf dem LEH, auch wenn sich dies natürlich immer wieder etwas verschieben kann. So spüren wir derzeit, dass auch der Großhandel wieder an Bedeutung gewonnen hat."

Solche Tendenzen müssen Kris Jans gut schmecken, legt er doch generell großen Wert auf Vielfalt und Diversifikation, auf viele Pfeiler, die ein Gebäude tragen. Von den Konsumenten-Zielgruppen her verspricht sich Kris Jans für die Zukunft besonders starke Impulse von den jüngeren Käufergruppen. Ein großer Teil des Beeren-Booms, den die weltweite Fruchtbranche in den zurückliegenden Jahren erlebt hat, ist bekanntermaßen auch darauf zurückzuführen. „Wir können beobachten, dass vor allem jüngere Menschen wieder mehr zu natürlichen Produkten greifen, anstatt achtlos hyperverdichtete Lebensmittel aus der Industrie zu konsumieren. Der Wert frischer Produkte wird wieder mehr geschätzt. Und das macht Hoffnung." ●

FLANDRIA

Einfach gut. Mit viel Herzblut!

Finanziert mit Fördermitteln
der Europäischen Union

VLAM.be

VLAM
Simon Bolivarlaan 17 bus 411, B-1000 Brussel
vlam.belg.agrar@vlam.be • www.flandria.be

FLANDRIA

Revolution im Porree-Anbau

Hydroponik ► Der Anbau von Porree ist für Flandern von großer wirtschaftlicher Bedeutung, denn Porree ist traditionell eine der wichtigsten Gemüsekulturen des Landes. Doch der Druck auf den ohnehin sehr arbeitsintensiven Anbau hat im letzten Jahrzehnt immer weiter zugenommen, was insbesondere auf die restriktiven Rahmenbedingungen im Bereich der Düngung und des Pflanzenschutzes zurückzuführen ist. Die renommierte Forschungseinrichtung Inagro und REO, der marktführende belgische Player im Porree-Anbau, suchen seit Jahren nach Lösungen für diese Situation.

Michael Schotten

Nun hat man eine Lösung gefunden. Kürzlich wurde in der belgischen Stadt Ypern im Betrieb der Familie Boudry mit dem großflächigen hydroponischen Anbau von Porree unter freiem Himmel begonnen. Auf einer schwimmenden Plattform in einem 3.000 m² großen Becken wächst dabei genauso viel Porree wie sonst auf 1,5 ha bis 2 ha im Freiland. Teilweise gefördert durch die Europäische Union wollen die beteiligten Projektpartner Inagro, REO, Hydromasters und Indurra untersuchen, inwiefern diese Anbaumethode die Produktion von Porree effizienter, aber auch nachhaltiger, machen kann. „Der Porree wächst bei dieser Anbaumethode nicht im Boden, sondern auf Trägern, die in einem Produktionsbecken mit kontinuierlich zirkulierendem Nährwasser schwimmen. In diesem Anbausystem werden die Wasserzufuhr und die Nährstoffversorgung bis ins Detail gesteuert. So können die Wachstumsbedingungen für den Anbau mit einer kurzen Wachstumsperiode optimiert werden", sagt Remie Dewitte, Kommerzieller Direktor von REO.

Auf diese Weise lassen sich ihm zufolge auf effiziente Weise mehrere Anbauzyklen pro Jahr realisieren. Darüber hinaus garantiert die hohe Pflanzdichte eine optimale Produktion. Eine Feststellung sei bei all dem jedoch wichtig: die neue Anbaumethode soll die Freilandproduktion nicht ersetzen, sondern ergänzen. „Ein weiterer Produktvorteil besteht darin, dass die gelieferte Ware frei von Bodenpartikeln ist", ergänzt Remie Dewitte. Auch die Tatsache, dass der Weißanteil des Porrees bei der hydroponischen Anbaumethode größer ist als bei der Freilandware dürfte kein Nachteil sein. Der Weißanteil bezeichnet den weißen, zarten Teil des Porrees, der von den meisten Konsumenten für die Verwendung in vielen Gerichten bevorzugt wird.

Bart Naeyaert (2.v.l.) westflämischer Abgeordneter für Landwirtschaft und Gartenbau, sieht im Hydro-Porree einen „strategischen Beschleuniger". Auch REO-Generaldirektor Filip Vanaken (3.v.r.) ist von der Anbautechnik überzeugt.

Nachhaltigkeit im Fokus

Unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten kann das neue Anbaukonzept ebenfalls überzeugen. In dem geschlossenen und rezirkulierenden Anbausystem werden Emissionen von Düngemitteln und Pflanzenschutzmitteln in die Umwelt so gut wie vermieden. Dadurch ist der Anbau von Porree in Hydrokultur im Vergleich zum Freilandanbau besser mit den aktuellen Düngemittelvorschriften sowie hinsichtlich der Erwartungen an die Wasserqualität, insbesondere hinsichtlich der Auswaschung von Nitrat in Oberflächen- und Grundwasser, vereinbar. Außerdem sind keine Behandlungen gegen bodengebundene Krankheiten und Unkräuter erforderlich, was einen weniger intensiven chemischen Pflanzenschutz zur Folge hat. Darüber hinaus führt ein solches Anbausystem den Projektpartnern zufolge zu einer geringeren Abhängigkeit vom Boden und zu verbesserten Arbeitsbedingungen. „In diesem Anbausystem steuern wir Wasser und Nährstoffe bis ins Detail, wodurch wir die Wachstumsbedingungen optimieren und so in einer kürzeren Wachstumsperiode einen einheitlichen, gesunden Porree erhalten", sagt Tim De Cuypere, Forscher bei Inagro. Nicht nur das Auswaschen von Düngemitteln und der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln werde

Wassereinsatz, Düngung, Pflanzenschutz – all das lässt sich im hydroponischen Anbau viel besser und effizienter steuern.

dadurch begrenzt. Auch Unkraut habe keine Chance.

Vom Testaufbau zur Produktion in der Praxis

Die ersten Schritte für das Projekt wurden bereits im Jahr 2015 unternommen, gefolgt von einer intensiven Forschungs- und Entwicklungsphase von fast zehn Jahren. Nach erfolgreichen Versuchen in kleineren Becken wurde das Anbaukonzept in diesem Frühjahr erstmals als Versuchsbecken in größerem Maßstab in Ypern aufgebaut. „Im Freiland bauen wir jährlich etwa 24 Hektar Porree an. Dank der Zusammenarbeit mit Inagro lernten wir 2022 den Anbau von Hydro-Porree in einem kleinen Becken auf unserem Betrieb kennen. Die Vorteile waren schnell klar", sagt Erzeuger Bart Boudry. „Das Wachstum erfolgt schnell, das Produkt ist knackig und der Arbeitsaufwand ist geringer. Wir sehen hier eine Zukunft." Anfang Juli wurden schließlich die ersten Pflanzen ins Wasser gesetzt. In den kommenden Saisons wird das System nun als Referenz für weitere Optimierungen, Demonstrationen und den Wissensaustausch dienen. Dabei spielt auch die weitere Automatisierung eine wichtige Rolle. In den Jahren 2022 und 2023 war von Indurra mit Unterstützung von Vlaio ein erster Prototyp eines Ernte-Roboters gebaut worden, der später in diesem Jahr in der Halle neben dem Becken in Betrieb genommen wird. Dieser wird den Porree automatisch ernten und verarbeiten, wodurch das System für den praktischen Einsatz skalierbar wird. „Die Versuche haben gezeigt, dass der Anbau rentabel ist, auch unter Berücksichtigung der Investitionskosten", sagt Rik Decadt, Manager für Forschung und Nachhaltigkeit bei REO. „Die positiven Ergebnisse der Geschmacks- und Haltbarkeitstests geben Vertrauen in die Qualität des Endprodukts." Auch REO-Generaldirektor Filip Vanaken ist zufrieden: „Die Produktion im Freiland und auf Trägern kann perfekt nebeneinander existieren. REO setzt sich weiterhin mit voller Kraft für beide Systeme ein und unterstützt die Erzeuger bei ihren Entscheidungen."

Schritt in die Zukunft

Auch die Politik scheint die Tragweite und die Möglichkeiten, die das Projekt bietet, erkannt zu haben. Kein Wunder, denn der Porree-Sektor schafft Hunderte von Arbeitsplätzen und ist ein wirtschaftlicher Pfeiler für die Provinz. Heute werden in Flandern insgesamt etwa 3.650 ha Porree angebaut, davon 85 % in Westflandern. Von dieser Fläche sind 2.200 ha für den Frischmarkt und 900 ha für die verarbeitende Industrie bestimmt (Quelle: REO). Bei der offiziellen Vorstellung war auch Bart Naeyaert, westflämischer Abgeordneter für Landwirtschaft und Gartenbau, anwesend, der im Hydro-Porree einen strategischen Beschleuniger für die Zukunft sieht: „Die ersten Porree-Roder, Waschanlagen und Pflanzmaschinen haben alle ihren Ursprung in Westflandern. Jetzt investieren wir in ein nachhaltiges Anbausystem, verbessern die Arbeitsbedingungen und halten die Wertschöpfung in unserer Region. Das ist kein Experiment mehr, sondern eine skalierbare Innovation", so Naeyaert. ●

Führten durch die Anlage: Remie Dewitte (r.), Kommmerzieller Direktor von REO und Account Manager Niek Finaut

Krause Endivie – ein Nischenprodukt für gehobene Ansprüche

REO ► Für Dirk Declercq, der im April dieses Jahres zum neuen REO-Vorsitzenden und Nachfolger der langjährigen Vorsitzenden Rita Demaré gewählt worden war, sind Spezialprodukte von höchster Qualität nach wie vor entscheidend für den Erfolg. Er hat sich mit seiner Familie auf den Anbau der auch in Deutschland beliebten krausen Endivie – auch Frisée-Salat genannt – spezialisiert und ist der größte Erzeuger dieses Produktes in Belgien. Ich hatte kürzlich im Rahmen einer von VLAM organisierten Pressereise Gelegenheit, ihn und seinen Betrieb zu besuchen.

Michael Schotten

Die Wurzeln des Familienbetriebs reichen bis kurz nach dem Zweiten Weltkrieg zurück. Im Jahr 1947 errichtete Dirk Declercqs Großvater an gleicher Stelle ein Gewächshaus für Tomaten und Salat. Doch das begrenzte Angebot an Agrarland machte eine Spezialisierung notwendig. „Mein Großvater suchte nach etwas, das zwar mehr Arbeit erforderte, aber auch mehr Wert pro Quadratmeter brachte", erinnert sich Dirk Declercq. Die Wahl fiel auf krause Endivien – ein salatartiges Gemüse, das mit seiner festen Struktur und dem charakteristischen bitteren Geschmack besonders in gehobenen Küchen gefragt ist. Auch heute noch ist der Horeca-Bereich der Hauptabnehmer für den Betrieb in der westflämischen Ortschaft Gits. Aber auch O+G-Fachgeschäfte und gut sortierte Supermärkte können mit dem Produkt besondere Akzente in ihrem Salatangebot setzen. „Krause Endivien machen zwar nur einen kleinen Prozentsatz des Gesamtumsatzes von REO aus, aber sie sind ein wichtiges Erzeugnis, weil sie etwas sind, was die meisten anderen Märkte nicht haben", betont Declercq.

Für REO und den Betrieb bedeutet das Produkt somit ein echtes Alleinstellungsmerkmal, da die Abnehmer ansonsten auf Ware aus Südeuropa, vor allem aus Spanien, angewiesen sind. „Wir sind die Einzigen, die in Belgien sieben Monate lang ohne Unterbrechung produzieren können. Etwa 80 % bis 90 % der Produktion ist im Voraus schon verkauft, da wir im Rahmen vorheriger Absprachen produzieren." Dass man krause Endivie in solch einer Top-Qualität anbieten kann, ist kein Zufall. Über Jahrzehnte hinweg verfeinerte die Familie den Anbau. Heute umfasst die Produktion rund anderthalb Hektar Gewächshausfläche sowie im Sommer zusätzliche zwei Hektar im Freiland. Besonders entscheidend für eine hohe Produktqualität ist das gärtnerische Know-how im Anbau und die Bereitschaft, viel Arbeit zu investieren, betont Dirk Declercq. Produzierte man früher noch in der Erde, so kommen heute gelochte Plastikfolien zum Einsatz, die Unkrautwuchs verhindern und den Herbizid-Einsatz minimieren. Das System sorgt zudem dafür, dass keine Erde in das Produkt gelangt. „Das ist ein großer Vorteil, da wir zweimal pro Woche auch nach Asien exportieren, wo makellose Qualität ohne Reste von Erde erwartet wird", erklärt der REO-Erzeuger. Während die krause Endivie aus dem Gewächshausanbau besonders fein ist, eignet sich das von der Textur her etwas gröbere Freilandprodukt auch besonders gut für den Convenience-Markt.

Das Herz des Kopfes, das auch einen etwas süßeren Geschmack besitzt, sollte zu mindestens sechzig Prozent goldgelb gefärbt sein.

Rahmenbedingungen müssen stimmen

Nicht nur Sorgfalt ist entscheidend für die Qualität des Endproduktes, auch das Klima und die Temperaturen im Gewächshaus müssen stimmen. Denn krause Endivie ist eine Pflanze, die empfindlich ist und ein exaktes Klimaschema im Gewächshaus erfordert. Die jungen, empfindlichen Pflanzen gedeihen laut Dirk Declercq unter Glas am

Dirk Declercq wurde im April dieses Jahres zum neuen REO-Vorsitzenden und Nachfolger der langjährigen Vorsitzenden Rita Demaré gewählt.

besten bei Temperaturen von minimal 12 °C in der Nacht und zwischen 22 °C und 26 °C am Tag. „Bei krauser Endivie handelt es sich um warme Pflanzen. Wir beginnen normalerweise Ende Januar/Anfang Februar mit der Aufzucht, wenn die Temperaturen bei 18 °C in der Nacht und 20 °C am Tag liegen." Doch es muss auf weitere Faktoren geachtet werden. Das Herz des Kopfes, das auch einen etwas süßeren Geschmack besitzt, sollte zu mindestens sechzig Prozent goldgelb gefärbt sein. „Vor allem die Gastronomie ist in dieser Hinsicht sehr anspruchsvoll, weiß Declercq". „Wir verwenden ein spezielles Gummiband, um die Köpfe in der letzten Woche zu verschließen, damit sie diese goldgelbe Farbe und ihre besondere Struktur behalten."

Ein Vergleich mit einem normalen Kopfsalat zeigt, wie viel Sorgfalt beim Anbau von krauser Endivie erforderlich ist. Während ein herkömmlicher Kopfsalat rund 90 Blätter hat, sind es beim Frisée-Salat knapp 900 übereinander geschichtete Blätter. „Es versteht sich von allein, dass eine regelmäßige Kontrolle und sorgfältige Reinigung aus diesem Grund besonders wichtig sind. Schließlich sind alle Kunden besonders anspruchsvoll, nicht nur die in Asien." Trotz moderner Hilfsmittel bleibt der Anbau der krausen Endivie arbeitsintensiv. Es wird dreimal pro Woche gepflanzt und sechsmal geerntet. „Nur sonntags schneiden wir nicht", so Declercq. „Von März bis November gibt es bei uns täglich frische Ware – das ist unser Alleinstellungsmerkmal."

Weg in die Zukunft

Gemeinsam mit seinem ältesten Sohn Deano führt Dirk Declercq den Gartenbaubetrieb in die nächste Generation. „Nachdem ich viele Jahre lang mit meinem Vater zusammengearbeitet habe, setze ich die Zusammenarbeit nun mit meinem ältesten Sohn fort, der den Betrieb in vierter Generation in

Der älteste Sohn Deano soll den Betrieb in vierter Generation weiterführen.

die Zukunft führen wird", sagt Dirk Declercq spürbar erfreut. Dank Deanos Engagement im Betrieb kann er sich nun auch verstärkt seiner Aufgabe als Vorsitzender von REO widmen, die er im Frühjahr von seiner Vorgängerin Rita Demaré übernommen hatte. „Ich bin seit 32 Jahren als Produzent aktiv und seit 18 Jahren Mitglied des REO-Vorstands, wo ich sehr viel von meiner Vorgängerin gelernt habe. Die neue Funktion erfüllt mich mit Stolz, aber im Herzen werde ich auch immer Gärtner bleiben. Lange Arbeitstage gehören zu meinem Leben, und ich werde mich auch künftig so weit wie möglich in unserem Betrieb engagieren." ●

Die Produktion umfasst heute rund anderthalb Hektar Gewächshausfläche sowie im Sommer zusätzliche zwei Hektar im Freiland.

Rund die Hälfte der Erdbeerpflanzen wird bei Houcke Fruit selbst gezüchtet, die andere Hälfte wird angekauft.

Durchträger geben im Erdbeerbereich immer mehr den Ton an

REO ▶ Bei REO hat sich das Erdbeersegment in den vergangenen Jahren außerordentlich positiv entwickelt. Das Gesamtliefervolumen von Erdbeeren war im Jahr 2024 laut dem Jahresbericht des Unternehmens gegenüber dem Vorjahr um etwa 4 % gestiegen, der Jahresumsatz stieg um 27 %. Während die REO-Erdbeeranbauer früher hauptsächlich die Sorten Elsanta, Sonata, Sonsation und Opera pflanzten, erfolgt seit einigen Jahren die Umstellung auf durchtragende Erdbeersorten wie Aurora Karima, die sich inzwischen zur zweitwichtigsten Varietät bei REO entwickelt hat.

Michael Schotten

Im August habe ich den Erdbeerbetrieb von Pieter van Houcke besucht, der auch immer stärker auf die mehrfach blühenden Varietäten setzt. Die Umstellung auf immer tragende oder auch remontierende Erdbeeren erfordert auch eine Umstellung seitens der Produzenten, die Kulturen benötigen eine noch intensivere und kontinuierliche Pflege. Vor allem müssen während der gesamten Erntezeit kranke und faule Früchte konsequent aussortiert werden, damit keine Infektionsgefahr für die nachkommenden Erdbeeren besteht. Auch bei Houcke Fruit spielen durchtragende Erdbeeren wie Aurora Karima eine immer größere Rolle. Wenn die Haupternte der Juniträger erfolgt ist, wird auf die mehrmals tragenden Sorten umgestellt. Es sind Erdbeerpflanzen, die über einen längeren Zeitraum bis in den Herbst hinein Früchte tragen, im Gegensatz zu den einmaltragenden Sorten mit nur einer Haupternte im Frühsommer. Bei Aurora Karima handelt es sich Pieter van Houcke zufolge um eine besonders ertragreiche, aber auch gut schmeckende Sorte. Die längliche Erdbeere ist glänzend rot, hat feste Früchte und ist somit wenig anfällig für Druckstellen, was für eine hervorragende Haltbarkeit sorgt. „Der große Vorteil besteht darin, dass man mit remontierenden Erdbeeren wie Aurora Karima nicht nur einen längeren, sondern auch einen gleichmäßigeren Saisonverlauf erreichen kann, wenn man mit dieser Anbauweise erst einmal vertraut ist."

Pieter van Houcke freut sich über die gute Qualität der Erdbeeren.

Bei den einmaltragenden Erdbeeren gab es früher hohe Erntespitzen in einem kurzen Zeitraum, die dann schnell zu einer Überversorgung des Marktes führen konnten. Mit den durchtragenden Sorten sind regelmäßigere und stabilere Liefermuster möglich, was auch von den Kunden im Markt sehr geschätzt wird. Damit setzt sich bei den westflämischen Erzeugerbetrieben von REO ein Trend durch, der auch in anderen europäischen Ländern zu beobachten ist. Auch dort stellen die Erdbeerproduzenten und Vermarkter immer mehr auf Durchträger um. Nicht zuletzt auch, um die im Erdbeerbereich ohnehin schon hohen Kosten einigermaßen im Griff zu behalten.

Hintergrund

Pieter van Houcke hat aber nicht immer nur Erdbeeren kultiviert, ursprünglich hatte er im Jahr 2001 einen Betrieb für die Aufzucht von

Salat errichtet. „Im Jahr 2012 haben meine Frau Veroniek und ich uns dann auf Erdbeeren im Substratanbau spezialisiert, hauptsächlich in Glasgewächshäusern. Rund die Hälfte der Erdbeerpflanzen züchten wir in unserem Betrieb selbst, die andere Hälfte wird angekauft“, sagt Pieter van Houcke. Die Anbaufläche des Betriebes beträgt insgesamt 2,5 ha unter Glas und noch einmal 0,5 ha in Plastiktunneln. Durch die Kombination von Terminkulturen und Anschlusskulturen sei es möglich, rund acht Monate im Jahr Erdbeeren züchten zu können. „Unter normalen Bedingungen geht die Saison von Anfang April bis Ende November. Die ersten Sorten, die wir ernten, sind Sonsation und die durchtragende Sorte Aurora Karima. In diesem Jahr konnten wir Aurora Karima sogar eine Woche früher ernten als Sonsation. Die dritte Sorte ist dann die altbewährte Elsanta“, so Pieter van Houcke.

Mit durchtragenden Sorten sind regelmäßigere und stabilere Liefermuster möglich.

In der Saison, die inzwischen schon recht weit fortgeschritten ist, waren die klimatischen Bedingungen von Beginn an günstig, sodass bis Juni deutlich mehr Erdbeeren an REO geliefert wurden. Aber auch in den kommenden Wochen dürfen sich die Konsumenten noch auf die beliebten Früchte freuen. Während der vier Monate, in denen es im Betrieb keine Erdbeeren gibt, also von Dezember bis März, baut die Familie Van Houcke einen flämischen Klassiker an. „In den Wintermonaten produzieren wir Poree im Freiland, bevor es dann im Frühjahr gleich wieder mit den ersten Erdbeeren weitergeht.“ ●

Doppelt macht schlauer!

Sparen Sie nicht an Wissen, sondern lieber am Abo-Preis – der ist nämlich beim Zweit-Abo satte **75 % günstiger!**
Ihr Team sitzt im Homeoffice? Perfekt**:** Das digitale Zweit-Abo kostet **jährlich nur 50 € je Zugang.**

Jetzt Zweitabo-Preisvorteil sichern: abos@fruchthandel.de

Die Herausforderungen von heute als Chancen für morgen begreifen

International Strawberry Congress ► Auf der 5. Ausgabe des International Strawberry Congress (ISC) vom 17. bis 20. September in Antwerpen präsentierte Philippe Binard, Generaldelegierter von Freshfel Europe, eine prägnante Analyse des europäischen Erdbeermarktes. Er zeigte auf, dass der Sektor trotz vieler wirtschaftlicher und geopolitischer Unsicherheiten widerstandsfähig bleibt. Das Programm des von Coöperatie Hoogstraten organisierten Kongresses umfasst traditionell zwei Tage mit Vorträgen von Referenten, Präsentationen und Podiumsdiskussionen sowie einen Tag mit einer Exkursion und einer Technik-Fachmesse.

Michael Schotten

Rund 300 Gäste aus aller Welt waren nach Antwerpen gekommen.

Der Direktor von Coöperatie Hoogstraten, Hans Vanderhallen, begrüßte die rund 300 Gäste aus aller Welt, die ins Flanders Meeting & Convention Center gekommen waren, mit einer kurzen Bestandsaufnahme der multiplen Herausforderungen, denen sich der internationale Erdbeersektor in zunehmendem Maße gegenübersieht. Einer „immer komplexeren Welt" müsse in den verschiedensten Bereichen mit „verstärkter Zusammenarbeit" begegnet werden, so Vanderhallen. Etwas, das exakt dem Leitmotto des Kongresses ‚Connecting the dots in a complex world' entspreche. „Wie verwandeln wir die Herausforderungen von heute in die Chancen von morgen? Um Antworten auf diese Frage zu finden, um gemeinsam nach Lösungen zu suchen, sind wir heute in Antwerpen zusammengekommen", sagte Hans Vanderhallen.

Die beiden ‚Futorologen" Matthew Griffin und Amelia Kallman aus London wagten in ihren Vorträgen einen Blick in die Kristallkugel. Was sie dort sahen, hat bereits viel mehr mit der Wirklichkeit des globalen Erdbeersektors zu tun, als man es vor einigen Jahren auch nur im Entferntesten geahnt hätte. Während für Matthew Griffin die Transformation der weltweiten Nahrungsmittelsysteme eine der zentralen Aufgaben für die Zukunft ist, eine Aufgabe, die allerdings Trillionen US-Dollar verschlingen würde, ist für Kallman das Verständnis von Künstlicher Intelligenz und das Ausschöpfen der sich bietenden Möglichkeiten elementar. „Auch wenn Sie noch glauben sollten, dass ihre Geschäftsmodelle nicht von der KI-Revolution betroffen sind, sie werden es sein", so die KI- und Social Media-Expertin. Wie es eigentlich mit neuen Züchtungstechniken, genauer, mit der Genom-Editierungs-Technologie CRISPR aus? Dass Lena Maas als Forschungsleiterin des zur Universität Wageningen gehörenden Biotech-Unternehmens Hudson River diesbezüglich in Antwerpen eine liberale Haltung vertrat, liegt in der Natur der Sache. „Im Vergleich zu anderen Regionen der Welt haben wir diesbezüglich einen großen Rückstand aufzuholen", betonte Maas und plädierte für mehr Offenheit.

Gegenwart & Zukunft

Philippe Binard, Generaldelegierter von Freshfel Europe, hielt sich während des Kongresses doch lieber an konkrete Zahlen, die er seiner SWAT-Analyse des Sektors in Fülle zugrunde legte. Der Erdbeermarkt, so Binard, verzeichne mit einem Volumen von 2,7 Mrd Euro einen immens hohen Wert. Dennoch sei die europäische Produktion in den vergangenen zehn Jahren um 13 % zurückgegangen, die Anbaufläche habe sich auf 74.000 ha verringert, erläuterte er. „Die rückläufige Entwicklung hat insbesondere wirtschaftliche und geopolitische Ursachen, die vor allem seit der Corona-Krise und dem russischen Angriffskrieg in der Ukraine enorm an Wirkkraft zugenommen haben", so Binard. Aber auch der Klimawandel habe die internationale

Erdbeerbranche vor Herausforderungen gestellt, auf die unbedingt Antworten gefunden werden müssten. Umso mehr unterstrich Binard die Notwendigkeit von Vertrauen der Konsumenten in Geschmack und Qualität von Erdbeeren. „Diese Vertrauen ist für das Marktwachstum in einer komplexen Welt von entscheidender Bedeutung. Der europäische Erdbeersektor zeigt sich widerstandsfähig und passt sich proaktiv an, um die strengen EU-Standards in Bezug auf Nachhaltigkeit, Sicherheit und Konformität zu erfüllen", erklärte er. Erdbeeren hätten nicht nur einen hohen wirtschaftlichen Stellenwert, sondern trügen auch in hohem Maße zur Gesundheit und zum Umweltschutz bei. Langfristig seien diese Eigenschaften zentrale Argumente für eine stärkere gesellschaftliche Anerkennung des Sektors.

Etwa 60 % der rund 1,2 Mio t Erdbeeren werden Binard zufolge in den EU-Mitgliedstaaten vermarktet, in denen sie angebaut wurden. „Die Versorgung ist dennoch ganzjährig gesichert. Im Winter dominieren Lieferungen aus südlichen Regionen, während im Sommer der Norden den Markt versorgt." Ein starker Intra-EU-Handel von 400.000 t im Wert von 1,3 Mrd Euro verleihe dem Markt zusätzliche Stabilität. „Spanien, die Niederlande und Belgien sind hier traditionell führend, aber Griechenland und Polen haben ihre Position dynamisch ausgebaut." Die Importe von außerhalb der EU liegen laut Philippe Binard bei lediglich 20.000 t und sind in den vergangenen zehn Jahren um 22 % zurückgegangen. Hauptlieferanten sind Marokko und Ägypten. Erdbeeren, so der Freshfel-Generaldelegierte, bleiben die dominierende Beerenart im europäischen Markt. Innerhalb des gesamten Beerenhandels, der inzwischen mehr als 800.000 t umfasst, nehmen sie demnach einen Anteil von 48 % ein. Das dynamischste Wachstum ist jedoch bei Heidelbeeren zu beobachten. Eine Tatsache, die z.B. Marokko dazu veranlasst hat, seine Erdbeerproduktion zugunsten lukrativerer Kulturen wie Himbeeren und Heidelbeeren deutlich zu verkleinern. Philippe Binard schloss seinen Vortrag mit einem Appell, die gesundheitlichen und lebensstilbezogenen Vorteile von Erdbeeren besser zu nutzen. „Politiker und Verbraucher sollten Obst und Gemüse als die perfekte ‚Medizin' für die Menschen, aber auch für den Planeten und die ländliche Wirtschaft betrachten", so Binard. Hierzu allerdings sei eine engere Zusammenarbeit entlang der Lieferkette sowie eine stärkere Interessenvertretung auf EU-Ebene entscheidend. ●

(v.l.) Matthew Griffin, Lena Maas, Michael Barker (Moderator) und Amelia Kallman diskutierten über die Herausforderungen der Zukunft.

Freshfel-Generaldelegierter Philippe Binard gab einen Überblick über den internationalen Erdbeermarkt.