



**Tab. 1.10: Anbaufläche und Erntemengen wichtiger Gemüsearten im Freiland in Deutschland (1998)**

	Anbaufläche (ha)	Erntemenge (1.000 to)	Trend
Spargel	11.261	46	+
Möhren	7.839	366	+
Weißkohl	7.185	472	-
Speisezwiebeln	6.775	366	o
Blumenkohl	5.878	260	o
Kopfsalat	3.591	85	o
Spinat	3.505	62	-
Gurken	3.313	133	o
Eissalat	2.884	68	+
Rotkohl	2.856	137	-
Kohlrabi	2.465	73	+
Wirsing	1.401	45	o
Karotten	540	12	o

Quelle: nach ZMP-Bilanz Gemüse 1999

Die größten Anbauflächen für Gemüse in Deutschland sind im Rheinland (Großraum Bonn-Köln-Düsseldorf), Nordrhein-Westfalen (NRW) (20 % der Anbaufläche), in Niedersachsen und in der Pfalz.

Regional sehr unterschiedlich ist die Verteilung beim Gemüseanbau unter Glas. Hier hat den größten Anteil an der Gesamtfläche von ca. 1350 ha Baden-Württemberg (30 %), gefolgt von NRW und Bayern. Durch den Einsatz von Folien und Vliesen kann Ernteverfrühung erzielt werden. Dies geschieht in stark zunehmendem Maße (ca. 13.000 ha).

Die Einkommenserlöse sind relativ günstig bei Gemüse. Bedeutend ist beim Gemüse auch der Vertragsanbau (besonders bei Erbsen, Einlegegurken, Spinat).

Die jährlichen Umsätze in der Verarbeitung von Obst und Gemüse belaufen sich auf ca. 6,5 Milliarden DM (150 Betriebe, 15.000 Beschäftigte). In der Herstellung von Frucht- und Gemüsesäften sind es weitere 4 Milliarden DM (100 Betriebe, 6000 Beschäftigte) (Statistisches Bundesamt 2000d).

Bedeutend ist in Deutschland immer noch die Gemüseernte in Haus- und Kleingärten. Sie wird mit ca. 25 % der Gesamternte geschätzt. Im Vergleich zu vor 20 Jahren ist sie rückläufig (der Anteil lag damals bei einem Drittel).

Der importierte Gemüseanteil geht überdurchschnittlich häufig in die verarbeitende Industrie (besonders Gemüsekonserven, aber auch TK-Produkte). Die Einfuhr setzt sich wie folgt zusammen:

- Tomaten	652.000 Tonnen
- Gurken	437.000 Tonnen
- Gemüsepaprika	240.000 Tonnen
- Zwiebeln	234.000 Tonnen
- Karotten + Möhren	184.000 Tonnen
- Kopf-/Eissalat	160.000 Tonnen
- Blumenkohl	114.000 Tonnen
- Spargel	40.000 Tonnen

Hinsichtlich der Einkaufsorte gibt es eine große Variationsbreite. Der Direktabsatz und Frischmarkt ist bei frischen Produkten sehr wichtig, bei TK- und Konservenware praktisch nicht vorhanden. Selbst bei Frischwaren, die haltbarer sind (wie z.B. Tomaten, Gurken, Paprika), haben Discounter deutlich steigende Anteile.

Frischgemüse wird zu ca. 1/3 beim Discounter (Aldi u.a.) und zu einem weiteren Drittel im Verbrauchermarkt erworben (GfK-Frischepanel). Der Anteil des Direktverkaufs (einschließ-

lich Wochenmarkt) liegt bei ca. 20 %, und der des traditionellen Lebensmitteleinzelhandels bei ca. 15 % (ZMP 1999a, 2000c, 2000d, 2000e).

Der Verzehr von Frischgemüse einschließlich TK-Ware beträgt ca. 85 g bei Männer und 95 g bei Frauen, dazu kommen noch je 35 g Gemüseprodukte.

Nach den Angaben des Bundes-Gesundheitssurvey sind es etwas über 200 g/Tag, wobei selbst bei der 75er Perzentile der Verzehr nur knapp 300 g übersteigt. Der Verzehr liegt damit deutlich unter den Empfehlungen (Mensink et al. 1999).

Nur ein kleiner Teil der Bevölkerung verzehrt die empfohlene Menge. Die Verteilung des Verzehrs unterliegt starken saisonale Schwankungen, die allerdings von Gemüseart zu Gemüseart unterschiedlich deutlich sind. Besonders stark ist dies z.B. (noch) bei Spargel und weniger bei Kohlsorten.

Frisches und auch gegartes Gemüse wird häufig gegessen, besonders von Erwachsenen mit zunehmendem Alter. Meidungen gibt es kaum, allerdings kommt es zu solchen bedingt z.B. durch Unverträglichkeiten bei bestimmten Gemüsesorten. Kinder und Jugendliche verzehren deutlich weniger Gemüse. Der Gemüseverzehr ist bei gehobeneren Schichten größer.

Der Außer-Haus-Verzehr an Frischgemüse hat einen Anteil von 12 % und bei Gemüseprodukten von 4 % (DGE 2000a Kap. 1).

Zu den Aspekten der Zubereitung, Rezepte, Portionsgrößen und Verluste von Gemüse in privaten Haushalten gibt es keine repräsentativen Informationen.

Verbrauchereinstellungen und Verbraucherinformationen: Die sehr heterogene Gruppe der Gemüse hat zwar bei Verbrauchern ein unterschiedliches Image, doch insgesamt wissen Verbraucher um die besondere gesundheitliche Bedeutung. Trotzdem wird nicht genug verzehrt. Die Empfehlungen lauten 3 Portionen täglich, das wären 375 g.

Weitere Aspekte, die viele Verbraucher positiv mit Gemüse verbinden, sind Geschmack, Frische und Natürlichkeit (GfK Panel Services, Fruchthandel Magazin 1999).

Beliebt und mit zunehmender Tendenz sind frische Salate und Frischgemüse. Auch TK-Ware ist beliebt, negativ besetzt sind dagegen die Konservenwaren. Zunehmend ist auch der convenient Faktor im Frischgemüsebereich wichtig, z.B. durch Frisch- und Fertigsalate. Frischkostenzeugnisse liegen im Gesundheits- und Wellnesstrend.

Weltweit gibt es Bestrebungen, den Obst- und Gemüseverzehr zu steigern. Das Vorbild solcher Kampagnen stammt aus den USA und es wird gerade versucht, dies auch in Deutschland einzuführen (Dole 2000, <http://www.5amtag.de/>).

