

# „Die Stimmung hebt sich auf“

Jörg Renatus, Europlant-Geschäftsführer, ist um die Zukunft der Kartoffel überhaupt nicht bange

Die Kartoffelbranche hat unter der Corona-Pandemie gelitten – allerdings nicht überall gleich stark. Jörg Renatus spürt im Absatz von Pflanzkartoffeln sehr genau, wo der Schuh drückt.

## agrarzeitung: Wie läuft das Pflanzkartoffelgeschäft?

**Jörg Renatus:** Über alle Segmente hinweg haben wir vonseiten des Angebots mal wieder ein Jahr mit starker Marktversorgung – anders als in den vorangegangenen beiden Mangeljahren, in denen wir wegen Extremwetter nur knapp versorgt waren. Der Pflanzgutabsatz läuft je nach Marktsegmenten unterschiedlich.

## Wo liegen die Unterschiede?

Stärkesorten sind ausdisponiert. Das ist im Frühjahr aber auch üblich, weil der Anbau in festen Vertragsstrukturen stattfindet. Ähnlich ist es mit Chipskartoffeln. Ich schätze, dass 90 Prozent der Ware gebunden sind. Für den Anbau 2021 sind praktisch alle Pflanzkartoffeln bestellt.

## Sorgen bereiten aber doch sicher die Frittenkartoffeln?

Wir erkennen jetzt eine bessere Stimmung. Mittlerweile sind die zu schwachen und überschüssigen Partien geräumt, und für die noch lagernde Ware werden bereits bessere Preise gezahlt. Wir hören, dass die Werke wieder mit 85 bis 90 Prozent Kapazität fahren. Dort, wo die Anbauer in feste Abnahmeverträge liefern, sind unsere Sorten gut verkauft.

## Haben Sie schon einen Überblick über den Speisebereich?

Wir sind mitten in unserer Frühjahrssaison. Die Aussichten sind gemischt. Landwirte, die für hoch-



FOTOS: EUROPLANT



wertige Ware zum Beispiel aus Kistenkühlern einen angemessenen Preisaufschlag erzielen können, kaufen für den Anbau 2021 hochwertiges Pflanzgut. Problematisch ist in diesem Jahr aber der Absatz von Speiseware mit schwachen Qualitäten, die sonst im Schälbereich untergebracht werden konnten. Dieser Kanal ist nach wie vor nicht offen. Da Restaurants und Kantinen frühestens Mitte, eher Ende April wieder öffnen, bleibt dort auch bis Ende der Saison nicht mehr viel Absatzpotenzial. Deswegen muss wohl noch viel dieser schwachen Qualitäten in den Biogas- oder Futtersektor wandern. Mit der Nachfrage nach unseren Sorten sind wir dennoch zufrieden. Insbesondere die neuen Sorten sind ausdisponiert.

## Wann rechnen Sie mit einer Normalisierung des Absatzes?

Das kann niemand genau sagen. Vielleicht kehren wir ab Juni in eine Art Normalität zurück? Ich glaube schon, dass die Menschen im Sommer wieder in die Restaurants gehen können. Die Stimmung der professionellen Anbauer hebt sich jedenfalls allmählich auf. Das spüren wir bei Europlant in der Nachfrage nach hochwertigen Sorten. Mit der Pflanzgutbestellung wird schließlich die erste Investitionsentscheidung für die Ernte im September getroffen.

## Hat sich das Konsumverhalten durch die Corona-Pandemie verändert?

Nach einer solchen Krise wird die Welt niemals wieder so wie vorher. Wir werden aber wieder einen Rückgang des Absatzes an frischen Speisekartoffeln sehen, der ja in den Lockdown-Phasen stark angestiegen ist. Außerdem werden die Menschen, sobald die Gastronomie wieder öffnet, nach draußen streben und entsprechend dort verzehren. Dann steigt der Bedarf an Verarbeitungskartoffeln.

Dennoch bleibt die Hoffnung, dass die Menschen wiederentdeckt haben, Kartoffeln selbst zuzubereiten und gelernt haben, wie wichtig Kartoffeln mit gutem Geschmack und guter Optik für eine moderne Küche sind. Ich könnte mir vorstellen, dass zukünftig solche hochwertigen Kartoffeln auch im Gastro-Bereich mehr nachgefragt werden.

## Hat sich das Sortiment in den Supermärkten gewandelt?

Ja, durchaus. Wir beobachten seit einigen Jahren den Trend zu mehr Qualität und Auswahl. Die Kartoffel hat sich vom reinen Sattmacher zur Delikatesse mit großer Vielfalt gewandelt. Der Trend zu kleinen Kartoffeln und kleineren Packungen ist ungebrochen.

## Welche Innovationen bietet Europlant?

Wir sind dauernd auf der Suche nach Sorten mit verbesserten Eigenschaften, um der Kartoffel in der modernen Küche einen breiteren Platz zu sichern. Aktuell stehen unsere Sorten Coronada und Montana im Fokus. Beide Sorten weisen einen niedrigeren Kohlenhydratgehalt als üblich auf und schmecken auch noch gut. Kaufland und Edeka führen sie bundesweit unter dem Label ‚Linella‘ beziehungsweise ‚Lower Carb‘ ein – einmal in konventioneller und einmal in Ökoqualität.

## Was können neue Sorten überhaupt leisten?

Pflanzenzüchtung ist die Schlüsseltechnologie, damit der Kartoffelbau eine Zukunft hat. Ich fürchte, das ist der Gesellschaft gar nicht so bewusst. Und vielen Landwirten leider auch nicht! Viele pflanzen einfach ihre eigene Ernte, ohne dafür Nachbaugebühren zu zahlen, und entziehen sich ihrer gesetzlichen Verpflichtung. Wenn Landwirte Züchtungsarbeit aber nicht angemessen entlohnen, nehmen sie uns die Grundlage, ausreichend Sortennachschub

zu bieten. Hinzu kommt in Deutschland auch noch die Ablehnung neuer Züchtungstechnologien, die wir eigentlich nutzen müssten, um den Züchtungsprozess zu beschleunigen.

## Wäre mehr ökologischer Kartoffelbau eine Lösung?

Ökokartoffeln halten etwa sieben Prozent Marktanteil in der Frisch-

kartoffelvermarktung. Der Anteil war 2018 und 2019 gestiegen, weil der Preisabstand zu den konventionellen Kartoffeln nicht so groß war. 2021 sehen wir eine andere Entwicklung. Die Preise für die konventionellen Kartoffeln sind auf niedrigem Niveau, der Preisabstand hat sich vergrößert und schon stagniert die Nachfrage nach Bioware. Wenn ein höherer Anteil politisch gewünscht ist, müsste der Biosektor noch stärker subventioniert werden. Das halte ich aber nicht für eine zukunftsfähige Agrarpolitik.

## Welche Perspektiven hat die Kartoffelbranche?

Ich bin zuversichtlich für den Kartoffelanbau in Deutschland. Der Absatz im Stärkesektor wächst kontinuierlich, Frittenkartoffeln werden bald wieder gefragt, denn irgendwann öffnen Restaurants und Kantinen wieder. Und mancher Verbraucher ist 2020 neu auf den Kartoffelgeschmack gekommen und bleibt ihr bestimmt treu. Mir ist um die Kartoffel überhaupt nicht bange.

INTERVIEW: DAGMAR BEHME

## Zum Unternehmen

Die Europlant-Unternehmensgruppe ist als international tätiges Handelshaus für Pflanzkartoffeln in mehr als 70 Ländern aktiv. Sie vertreibt insgesamt circa 250 000 t Pflanzkartoffeln weltweit, davon die Hälfte auf dem deutschen Markt. Zum exklusiven Vertrieb geschützter Sorten kommen ein umfangreicher Service und umfassende Beratung. Europlant beschäftigt mehr als 250 Mitarbeiter. Geleitet wird das Unternehmen von den beiden Geschäftsführern Jörg Eggers und Jörg Renatus. Gegründet wurde das Unternehmen mit Sitz in Lüneburg 1992 als Vertriebsfirma der Kartoffelzucht Böhm und dessen genossenschaftlichen Vermarktungspartnern in Niedersachsen. **db**

www.europlant.biz

EUROPLANT

Unsere Sorten  
resistent - resilient - effizient

Finden Sie Ihre Kartoffelsorte!

www.europlant.biz/sortensuche-ergebnis/

Folgen Sie uns auf