

Firmeninformation/Fruchthof Northeim

## Hohe Preise schwächen den Absatz

Wie fast alle Überseeimporte der Fruchthof Northeim GmbH laufen auch die Citrusimporte aus der südlichen Hemisphäre zum großen Teil über den Cobana Fruchtring, dessen Mitglied das Unternehmen ist. Insgesamt macht Citrus laut Geschäftsführer Lutz Hasenbeck rund 10% bis 12% des Gesamtumsatzes aus. Das entspricht etwa 5.000 t (250 Lkw) im Jahr. „Rund ein Drittel davon kommt aus der südlichen Hemisphäre“, sagt Hasenbeck.

Einen großen Teil der Ware bezieht das Unternehmen aus Südafrika, dessen größter Exporteur Capespan den Fruchthof durchgehend von Mai bis November mit frischen Clementinen, Grapefruit und Orangen beliefert. Nach einem noch begrenzten Verlauf im Mai hat die aktuelle Saison im Juni voll eingesetzt.

„Die Preise bei Citrus sind in diesem Jahr hoch“, zieht Hasenbeck ein erstes Fazit. Nachfröste und Regen in der Wachstumsphase haben ihm zufolge die Volumen verringert, und es ist zu wenig Ware da. Durch die hohen Preise sei der Absatz schwach. „Besonders bei Easy Peeler. Da ist die Nachfrage im Vergleich zu den Vorjahren deutlich geringer.“ Die Verbraucher, so vermutet Hasenbeck, müssen sparen. Es gebe weniger Impulskäufe, von denen Easy Peeler früher profitiert hätten.

Bis August stehen noch Clementinen im Vordergrund. Gleichzeitig bietet das Unternehmen Grapefruit der Marke „Star Ruby“ mit dunkelrotem, süßlichem Fruchtfleisch sowie „White Marsh Seedless“ mit hellem gelblichem Fruchtfleisch an. Den größten Anteil der südafrikanischen Citrusenernte machen Orangen aus. Die „Navel“ und „Navel Lates“ machten den Anfang, ab Juli folgten Sorten der „Valen-



Limetten aus Brasilien haben in den letzten Jahren ein starkes Wachstum zu verzeichnen.



Marketingleiter Peter Ewerlin.



Die Nachfrage nach Easy Peeler hat wegen der hohen Citruspreise in diesem Jahr nachgelassen.

cia“-Gruppe, die bis in den November hinein geliefert werden. Dazu gehören neben „Valencia Late“ noch die relativ frühen „Juvalle“ sowie die kernlosen „Delta Seedles“ und „Midknight“.

Auch aus südamerikanischen Ländern wie Argentinien und Brasilien bezieht der Fruchthof Northeim Citrusfrüchte. Wie beispielsweise die brasilianischen Limetten. „Die haben in den vergangenen Jahren einen starken Aufschwung zu verzeichnen“, erläutert Marketingleiter Peter Ewerlin. Grund sei der zunehmende Trend zum Modecocktail Caipirinha. „Ist vor zwei bis drei Jahren nur eine Palette pro Woche vermarktet worden, so sind es heute acht bis zehn“, sagt Lutz Hasenbeck.

Die Lieferanten des Unternehmens in Übersee sind in der Regel zertifizierte Kooperativen. Auch der Fruchthof Northeim ist zertifiziert. „Die Kunden verlangen zunehmend HACCP für die Convenience-Sparte“, erläutert Marketingleiter Ewerlin. Seit 1998 arbeitet der Fruchthof ihm zufolge nach den strikten Regeln dieses Qualitätszeichens. Außerdem ist das Unternehmen nach DIN EN ISO 9001:2000 zertifiziert.

Neben Citrus bietet der Fruchthof Northeim seinen Kunden die gesamte Warenpalette an. Hauptlieferländer für Obst und Gemüse sind in Europa die Niederlande, Belgien, Frankreich, Spanien, Griechenland und Italien. „Von Anfang an ging unsere Ausrichtung dahin, breit zu streuen und alle Produktgruppen vorzuhalten“, sagt der Marketingleiter. Ein Schwerpunkt liegt zudem auf Bananen. „An Bananen kommt man nicht vorbei“, so Ewerlin. Das zeigen auch die insgesamt 14 Reifekammern über die das Unternehmen in Northeim (8) und Mühlhausen (6) verfügt.

Als Kunden beliefert der Fruchthof sowohl Groß- und Einzelhandel, als auch Großverbraucher und Gastronomie. Das Hauptabsatzgebiet erstreckt sich von Bielefeld im Westen bis Dresden im Osten sowie von Bremen im Norden bis Bad Hersfeld im Süden. „Bei zu langen Wegen bleibt das Geld am Lkw-Reifen kleben“, erklärt Marketingleiter Ewerlin die Ein-

## CITRUS AUS DER SÜDLICHEN HEMISPHERE

schränkungen. „Das ist auch für die Frische der Ware nicht gut.“

Der größte Teil der Produkte – nämlich 60% – geht an den LEH. So hat das Unternehmen erst kürzlich eine Reihe weiterer LEH-Märkte in der regionalen Streckenbelieferung übernommen,“ sagte Ewerlin. Das erspare Zeit. Dem Einzelhandel bietet der Fruchthof zudem zusätzlich Service in Form von generellen Produktinformationen für den POS sowie Workshops und Warenkunde für das Personal – beispielsweise für spezielle Produktgruppen wie Exoten.

Anfang der 90er-Jahre wurde das Sortiment um Convenience-Produkte, wie vor-

gefertigtes Rohgemüse sowie Misch- und Feinkostsalate erweitert – das allerdings nur für Großverbraucher und Gastronomie. Ewerlin dazu: „Es gab Versuche, den LEH mit Convenience zu beliefern. Aber das hat sich nicht gelohnt, da die gewünschte Auslieferung über die Zentralläger zu langer Umschlagszeiten bedurfte, die den knappen MHO von drei bis vier Tagen gegenüberstanden.“ Die Convenience-Produkte bezieht der Fruchthof frisch von ausgewählten Spezialisten in ihrem Warenssegment. Mitte der 90er-Jahre begann das Unternehmen damit, nicht nur regional, sondern bundesweit zu liefern. „Daraus entstand die

CF Gastro“, erläutert Ewerlin. An dieser Firma ist der Fruchthof als einer von 33 Mitgliederbetrieben beteiligt.

Der Fruchthof Northeim verfügt in der Niederlassung Mühlhausen über zwei moderne Verpackungsmaschinen für Netzverpackungen, die in den vergangenen beiden Jahren angeschafft wurden. Standard ist das 1-kg-Netz für Äpfel und Birnen. Orangen werden in Netzen zu 1,5 kg bzw. 2 kg verpackt. Die Standard-Einheit für Zitronen und Limetten oder auch Tomaten und Paprika ist das 500-g-Netz. Es werden aber auch Früchte wie Zitronen oder Limetten in Stückerheiten verpackt. ■