

Nichts dem Zufall überlassen, um auf die Bedürfnisse des Marktes eingestellt zu sein

Frutania | Deutschland ► Einer der größten Beerenobstlieferanten in Deutschland mit Sitz im Innovationspark Graftschaft-Ringen, ist seit der Gründung in 2001 stetig gewachsen. Während der deutschen Saison vertreibt das Unternehmen die heimische Produktpalette, aber beliefert den LEH auch außerhalb der Saison mit Beeren aus anderen Regionen der Welt. Durch gezielte Investitionen in die Infrastruktur, das Sortenspektrum und in die Markenpolitik konnte die Marktpräsenz in den letzten Jahren noch einmal deutlich ausgebaut werden.

Michael Schotten

Das Fruchthandel Magazin sprach angesichts dieser Entwicklung mit Frutania-Geschäftsführer Markus Schneider, wie sich das Unternehmen im internationalen Beerenobstgeschäft aufgestellt sieht und welche Wege es in Zukunft beschreiten will.

Herr Schneider, in Deutschland ist Frutania unbestritten ein zentraler Player im Beerensegment. Wie sieht sich das Unternehmen mit seiner leistungsfähigen Infrastruktur im europäischen Kontext, z.B. gegenüber Anbietern aus Benelux, aufgestellt?



Markus Schneider: Sowohl von den logistischen Strukturen her, in die wir in den vergangenen Jahren speziell in Graftschaft-Ringen viel investiert haben, als auch hinsichtlich der konsequenten Spezialisierung der Produktion sehen wir uns gut im europäischen Markt aufgestellt. Früher hatten die Anbieter aus dem Benelux-Raum die Nase vorn, doch heute agieren wir ganz klar auf Augenhöhe. Wir wissen jedoch auch, dass wir uns auf dem Status Quo nicht ausruhen dürfen und werden weiterhin in Technik, Sorten und in die Sondierung des Marktes investieren.

Bedeutet die Nähe zum deutschen Markt einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Anbietern in Europa, die ihre Produkte ebenfalls an den deutschen LEH liefern?

Deutschland als Produktions- und Vertriebsstandort ist das Fundament unseres Unternehmens und unserer strategischen Ausrichtung. Dies spiegelt sich auch in unserem eigens entwickelten Siegel „Gepflückt in Deutschland“ wider. Mit der „pflückenden Hand“ signalisieren wir dem Verbraucher die Herkunft aus Deutschland und die Nähe zur heimischen Produktion. Ein essenzielles Anliegen des heutigen Konsumenten. Unsere leistungsfähige Infrastruktur ermöglicht es, alle Zentrallager des LEH in Deutschland im Nachtsprung zu erreichen, sodass die Beeren immer in optimaler Frische beim Kunden ankommen.

Das Importgeschäft außerhalb der deutschen Saison haben wir ausgebaut um den LEH ganzjährig mit Beeren in gleichbleibend hoher Qualität und Quantität beliefern zu können. Das ist der Kern unseres Markenversprechens!

Welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang die Markenpolitik von Frutania?

Mit der relaunchten Marke Frutania und dem frischen Slogan „Pflück ein Stück vom Glück“ ist es uns gelungen, ein Label zu kreieren, das einen hohen Wiedererkennungswert besitzt und auch im LEH gut ankommt. Dadurch können die Frutania-Produkte noch zielgerichteter beworben werden. Dank unserer technischen Möglichkeiten sind wir in der Lage, das gesamte Spektrum an Handelsmarken abzubilden und je nach Kundenwunsch umzusetzen.

Wie wirkt sich die moderne Infrastruktur auf das Importgeschäft aus? Ist eine weitere Internationalisierung der Beschaffung geplant?

Da wir den Anspruch haben, ganzjährig hohe Qualitäten und Quantitäten anbieten zu können, müssen wir alle Produkte, die außerhalb der deutschen Wachstumsperiode angebaut werden, aus dem Ausland einführen. Importware erhalten wir aus der ganzen Welt, die wichtigsten Länder in Europa sind Spanien und Portugal und im Maghreb-Raum Marokko. In der südlichen

Auch im Bereich Heidelbeeren setzt sich der Trend zu stärkeren Qualitäten fort.



Hemisphäre sind Südafrika, Chile, Mexiko und Peru die wichtigsten Herkünfte. Frutania lässt außerhalb Deutschlands nur dort produzieren, wo die besten Voraussetzungen herrschen. Dies bezieht sich auf Produktionstechniken, klimatische Bedingungen, soziale Standards und Sorten. Von entscheidender Bedeutung ist es, die Importe genau mit der Produktionskurve in Deutschland abzustimmen. Überschneidungen mit der deutschen Produktion versuchen wir zu vermeiden, dies ist allerdings nicht immer möglich.



Fotos: Frutania

Eine Reihe von Faktoren wie das Klima, Pflanzenschutzbestimmungen, Mindestlohn und Verbrauchervorlieben nehmen ganz erheblich Einfluss auf den Beerenanbau. Welche Folgen hat dies für Anbautechniken und Sortenwahl?

Die zentrale Herausforderung der Zukunft besteht angesichts all dieser Faktoren darin, nichts dem Zufall zu überlassen, um keinesfalls an den Bedürfnissen und den Anforderungen des Marktes vorbei zu produzieren. Dafür muss man genauestens darüber informiert sein, was der Markt erwartet. Aus diesem Grunde haben wir unsere Marktforschung intensiviert. Das Resultat ist eine klare Strategie, mit der wir trotz der externen Einflüsse immer noch flexibel reagieren können. Man muss vieles auf den Prüfstand stellen und kritisch hinterfragen. Dabei stehen

die Entscheidungen für die richtigen Sorten und Anbaumethoden mehr und mehr im Fokus.

Hat der Boom bei Beerenobst seinen Höhepunkt in Deutschland und Europa bereits erreicht? Oder gibt es noch Potenzial, das es mit innovativen und geschmacklich herausragenden Produkten und Sorten nur zu heben gilt?

Es ist noch genug Potenzial vorhanden. Nach unserer Einschätzung werden die Verbraucher weiterhin mehr Beeren, vor allem Himbeeren und Heidelbeeren konsumieren. Wir erwarten in den kommenden Jahren eine Neuordnung im Markt. Nur starke Qualitäten mit hervorragendem Geschmack, gutem Shelf Life und großen Früchten, werden sich im Markt behaupten. Die Tendenz ist bereits jetzt zu spüren.

Bei Johannisbeeren hat Frutania in neue Flächen investiert, Möglichkeiten der Langzeitlagerung sind gegeben.

Eine erhöhte Nachfrage sehe ich beispielsweise auch für Johannisbeeren, für die wir in neue Flächen investiert haben und wo die Möglichkeiten der Langzeitlagerung gegeben ist. Auch Stachelbeeren, ein Produkt, das praktisch aus der Mode gekommen war, wird bei entsprechender Produktqualität wieder an Popularität gewinnen. Frutania hat eine rote, großkalibrige Stachelbeere im Angebot, die dank ihrer besonderen Süße bei den Konsumenten bereits im letzten Jahr sehr gut angekommen ist.

Denken Sie bei Johannisbeeren und Stachelbeeren neben dem Anbau in Deutschland auch an eine Produktion im Ausland?

In Ländern mit günstigen klimatischen Voraussetzungen für eine hochwertige Produktion werden wir auch diese Beeren anbauen lassen.



FRUTANIA
PFLÜCK EIN STÜCK VOM GLÜCK

Wir testen derzeit den Anbau von Stachelbeeren und Johannisbeeren in Portugal und in Chile den Anbau von Johannisbeeren. Denn auch gerade bei diesen Früchten wünscht sich der Verbraucher einen längeren Angebotszeitraum. ●