

# FRUCHTHANDEL

## MAGAZIN

25.03.2022 | FRUITNET MEDIA INTERNATIONAL

12|2022

Lesen Sie das Fruchthandel  
Magazin auf Ihrem Smartphone,  
Tablet oder Desktop



**FRUITNET**

Offizieller Kooperationspartner  
der FRUIT LOGISTICA 2022

FRUIT  
LOGISTICA

Halle 5.2/A-06

## LABORE: GEBÜNDELTES FACHWISSEN ALS ANTWORT AUF KOMPLEXERE ANFORDERUNGEN

**Südafrika: Schlechte Infrastrukturen  
der Häfen dämpfen Fruchtexporte**

**FRUITNET**

**FRUIT LOGISTICA 2022**

Fresh Produce Forum –  
Hot Spots im Fokus **S. 10**

**SÜSS  
ABER KEIN  
SOFTY**

5.-7. April  
Halle 2.2 | Stand D-11

FRUIT  
LOGISTICA

**Tessa**  
SWEET EXPLOSION





## Maßgeschneiderte Konzepte

**Frutania** ▶ Kein anderer Bereich in der Obst- und Gemüsebranche ist so anfällig für Kostensteigerungen wie das Beerensegment. Der Faktor Arbeit schlägt hier aufgrund des hohen Anteils händischer Tätigkeiten wesentlich stärker zu Buche. Die explosionsartig gestiegenen Preise für Energie, Gas, Roh- und Kraftstoffe und Düngemittel tun ihr Übriges. Nach mehr als zwei Jahren der Pandemie mit deutlichen Negativauswirkungen auf die gesamte Lieferkette sorgt nun der Krieg in der Ukraine für weitere Unsicherheit. Wir sprachen darüber mit Frutania-Chef Markus Schneider.

Michael Schotten

**Angesichts des steigenden Kostendrucks müssen alle Prozesse auf maximale Effizienz ausgerichtet sein.**

**Herr Schneider, wir erleben derzeit nie dagewesene Kostensteigerungen im Markt, befeuert durch gleich mehrere Krisen. Wie nehmen Sie die derzeitige Situation wahr?**

**Markus Schneider:** Die Welt steht momentan wirklich Kopf, das spüren wir genau so wie alle. Alleine schon beim Blick auf die Kraftstoffpreise machen wir uns große Sorgen. Dadurch werden die Logistik- und Frachtkosten exorbitant ansteigen. Auch die Rohstoffkosten kennen nur eine Richtung, die nach oben. Eigentlich hatten wir gehofft, dass wir ab der zweiten Jahreshälfte eine Beruhigung im Markt erleben, leider ist offensichtlich das Gegenteil der Fall.

**Befürchten Sie, dass sich durch den Krieg in der Ukraine die Warenströme verändern?**

Es ist keinesfalls auszuschließen, dass dadurch mehr Ware, die normalerweise in Richtung Russland fließt, letztlich auf den EU-Märkten landen wird. Dadurch werden die Warenströme von Obst und Gemüse sicherlich verändert, aber die Konsequenzen werden wir in der Logistik feststellen. Durchaus sollte man sich auch die Frage stellen, was denn eigentlich passieren wird, wenn immer mehr Geschäftsbeziehungen zu Russland abbröckeln.

**Beeinflusst dies ihre Einschätzung der bevorstehenden Kampagnen?**

Wir brauchen uns keinen Illusio-

nen hinzugeben, was den weiteren Preisauftrieb angeht. Aber wir werden trotz schwieriger Rahmenbedingungen wohl die gleiche Warenverfügbarkeit haben wie 2021. Allerdings hat im vergangenen Jahr die Vegetation nicht gerade für uns gesprochen, sodass wir uns in dieser Hinsicht sogar eine Verbesserung

damit die Erzeuger ihre betriebliche Existenz sichern können. Wir motivieren sie gerade stark, damit sie auch in den kommenden Jahren ihre Produktion aufrechterhalten können und wollen. Adäquate Reaktionsmöglichkeiten auf die ausufernden Produktionskosten zu finden, dies war übrigens kürzlich



Fotos:Frutania

**Bei Frutania spielt das Thema Nachhaltigkeit schon immer eine zentrale Rolle – hier Geschäftsführer Markus Schneider an der Photovoltaik Anlage auf dem Dach der Halle.**

erhoffen. Wir werden aber vor dem Hintergrund des Kostenszenarios bessere Ausbezahlpreise für unsere Produkte benötigen, das steht für mich außer Frage. Die Schwierigkeit besteht nur darin, unseren Sorgen auch so in den Handel zu übersetzen, dass sich letztlich auch am Preisniveau etwas tut. Ganz einfach,

auch bei unserem jährlichen Erzeugertreffen das bestimmende Thema.

**Das Thema Nachhaltigkeit hat bei dem Erzeugertreffen doch sicher auch eine große Rolle gespielt, oder?**

Nachhaltigkeit ist ein Riesenthema, das steht außer Frage. Es wird uns

auf Jahre hin intensiv beschäftigen. In diesem Zusammenhang sind wir aber auch ganz hellhörig, wie sich die Situation in punkto Nachhaltigkeit und Ressourceneinsatz im Ausland darstellt.

#### **Geben Sie uns doch bitte ein Beispiel.**

Es gibt derzeit verschiedenste Krisen, darüber haben wir eingangs gesprochen. Aber eine Krise ist definitiv auch der Wassermangel in vielen Teilen der Welt. Man braucht nur nach Marokko zu schauen, wo momentan ein extrem trockenes Klima und große Wasserknappheit herrschen. Auch wissen wir nicht, was in dieser Hinsicht zukünftig in Portugal geschehen wird. Das ist absolut offen.

#### **Wenn man sich diese ganzen Herausforderungen einmal in der Zusammenschau ansieht, vor allem die Kostenfaktoren. Wie kann da überhaupt noch eine vernünftige betriebswirtschaftliche Gesamtplanung, die auch auf Jahre hinaus tragfähig ist, erfolgen?**

Im Rahmen eines umfassenden Supply Chain Managements erarbeiten wir ja schon seit Jahren eine detaillierte Anbau- und Sortenstrategie. Aber dies wird sicherlich von Jahr zu Jahr noch intensiver erfolgen müssen. Wir werden diesbezüglich auch neue Wege beschreiten und diese so wichtige strategische Kompetenz zukünftig in der Gruppe weiter professionalisieren. Wir haben eine interne ‚Frutania Akademie‘ ins Leben gerufen, die ab September startet und in deren Rahmen Punkte wie ‚Management Skills‘ oder auch Lobbyarbeit gezielt aufgegriffen werden. Ziel ist es dabei, über den eigenen Tellerrand zu schauen und in den Blick zu bekommen, wie diese Themen in anderen Branchen gelöst werden.

#### **Kommen wir noch einmal auf das Kerngeschäft zurück. Frutania stellt sich mit dem Schwesterunternehmen Fruitfels (ehemals Eckenfels**



**‚Pflück ein Stück vom Glück‘ ist seit einigen Jahren der offizielle Claim des Unternehmens.**

#### **Fruchthandel) noch diverser im Markt auf. Wie kam das neue Geschäftsfeld zustande?**

Fruitfels agiert als ein eigenständiges Unternehmen im badischen Oberkirch, die Geschäftsführung bilden dabei Andre Moog, Holger Hoge und ich selber. Martin Eckenfels verantwortet als Prokurist die Packstation, Peter Eckenfels ist als Prokurist für das Warengeschäft verantwortlich. Durch große Schnittmengen im Artikelsortiment und der Packstation ergibt sich eine gute Ergänzung zu Frutania. Fruitfels versteht sich hierbei als der regionale Vermarkter in der Region Baden-Württemberg und den angrenzenden Regionen. Ergänzend zu den regionalen Produkten vermarkten wir dort auch Erzeugnisse aus anderen Bundesländern. Darüber hinaus ist das Geschäft gekennzeichnet durch eine sehr starke internationalisierte Warenbeschaffung außerhalb der deutschen Saison.

#### **Welche Vorteile sind hinsichtlich Produktverfügbarkeit und Ausweitung der Sortimentspalette gegeben?**

Wir haben direkten Einfluss auf ‚unsere‘ regionalen Produzenten und können diese in den Anbauprogrammen für Beeren, Spargel sowie Kern- und Steinobst in Baden nachhaltig steuern. Weitere Vorteile sind eine eigene, schlagkräftige Packstation, kurze Logistikwege im Südwesten Deutschlands, nach Frankreich und in die Schweiz. Zudem haben wir über die Frutania

Gruppe zusätzlich Zugriff auf überregionale Ware, um regionale und saisonale Engpässe auszugleichen. Auf diese Weise ist Oberkirch eine perfekte Ergänzung zum Standort Ringen. Von dort aus können wir alle regionalen Kunden perfekt erreichen und somit einen sehr hohen Service gewährleisten.

#### **Inwiefern profitieren die Handelskunden von dem neuen Tochterunternehmen? Welche Vorteile ergeben sich in punkto Beschaffung, Warenverfügbarkeit und Vertriebs-Effizienz?**

Fruitfels wird den Anbau über Partnerbetriebe in der Region ausbauen, sodass sich für die Kunden eine kontrollierte Warenverfügbarkeit in Qualität und Volumen ergibt. Außerdem fungiert Fruitfels als strategischer Warenbeschaffer in unseren Warengruppen und als starkes regionales Leistungszentrum, um auch logistische Problemstellungen zu bewältigen. Nicht zuletzt steht auch der Ausbau von Exportmärkten im Fokus. ●

*Halle 27, Stand A-04*

Verbrauchers Liebling:



**FRUTANiA**  
PFLÜCK EIN STÜCK VOM GLÜCK