

PRESSEBERICHT / PRESS REPORT

Fruchthandelmagazin 4/2010 vom 29. Januar 2010



Auftakt der Schulobst-Aktion am
6. Januar 2010 in der
Helmuth-James-von-Moltke-Grundschule.
Foto: Chr. v. Polentz/transitfoto.de

INTERVIEW MIT DIETER KRAUSS

Krisenfest und kreativ

Der neue Nachbar Blumengroßmarkt kommt und wenn die Politik beim Schulobst nicht aktiv wird, startet man eben ein eigenes Pilotprojekt, berichtet Dieter Krauß, Vorstand der Fruchthof Berlin Verwaltungsgenossenschaft eG. Das Fruchthandel Magazin sprach mit ihm im Vorfeld der Fruit Logistica über aktuelle Themen.

Fruchthandel Magazin: Das Jahr 2009 verzeichnete ein absolut niedriges Preisniveau für Obst und Gemüse. Wie schätzen Sie das Geschäftsjahr für den Berliner Fruchthof insgesamt ein?

Dieter Krauß: Das Geschäftsjahr 2009 verlief für uns insgesamt zufriedenstellend. Von nennenswerten Einbrüchen oder einschneidenden Insolvenzen sind wir als Vermieter verschont geblieben, auch unsere Konditionen konnten wir halten. Den Leerstand einiger weniger Mietflächen konnten wir 2009 reduzieren. Zuletzt ist im November ein italienischer Feinkosthändler neu hinzugekommen und eine italienische Weinhandlung ist gerade eingezogen. – Bei Neuvermietungen sind wir bestrebt, durch neue Sortimente die Attraktivität des Großmarktes für die Kunden weiter zu erhöhen. Deshalb präferieren wir Anbieter jenseits des Obst- und Gemüsesortiments.

FH-Magazin: Sortimentserweiterung ist schon seit einiger Zeit ihr Konzept ...?

D. Krauß: Abgesehen von Blumen, Pflanzen sowie frischem Fleisch oder Fisch möchten wir in unserer Halle alles anbieten, was mit Lebensmitteln und Gastronomiebedarf zu tun hat. Wir bemühen uns schon seit längerem im Bio-Segment oder generell um Anbieter, die das Angebot weiter komplettieren könnten. Das halten

wir für nötig und zukunftsweisend und sind deshalb auch weiter auf der Suche nach zusätzlichen Sortimenten. Aber es geht nicht ausschließlich um eine größere Warenvielfalt. Immer mehr Firmen tendieren auch zur Frei-Haus-Belieferung, indem sie ihren Kunden wahlweise Abholung oder Belieferung anbieten. Einige testen, zum Teil auch recht erfolgreich, verlängerte Öffnungszeiten.

FH-Magazin: Gab es Ihrerseits in den vergangenen Monaten Aktivitäten, den

Unternehmen besser über die Krise zu helfen? Informationsveranstaltungen zur Finanzierung von Warenkrediten oder Kontaktvermittlung zu Banken ...

D. Krauß: Wir hatten Informationsveranstaltungen zur Euro-Umstellung vor einigen Jahren durchgeführt und die Erfahrung gemacht, dass unsere Firmen an solchen allgemeinen Beratungen wenig Interesse haben. Betriebswirtschaftlich stehen alle sehr selbstbewusst auf eigenen Füßen. **FH-Magazin:** Aber das Kostenproblem trifft alle gleichermaßen. Kann die Genossenschaft vielleicht bei günstigen Stromanbietern helfen oder sonst beitragen, die Betriebskosten zu senken?

D. Krauß: Unsere Firmen haben jeweils eigene Verträge mit Energieanbietern. Was wir für unsere Großhändler im Zuge der Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen erreichen konnten, sind nicht unbedeutende Einsparungen bei den Energiekosten dank der zentralen Kälteanlage und dem Einsatz neuer Technik in den Kühllhäusern. Aktuell versprechen wir uns Kostensenkungen für unsere Mieter durch die Neuvergabe der Abfallentsorgung ab 2010 zu reduzierten Abfallentgelten für die Händler.

FH-Magazin: Wie steht es sonst um Unterstützung logistischer oder ideeller Art?

D. Krauß: Wir haben gerade ein HACCP-Konzept erarbeitet, das wir bei Bedarf unseren Mietern zur Verfügung stellen, um sie zu unterstützen, wenn sie Zertifizierungen und Kontrollsysteme für ihre Firmen anstreben. Schätzungsweise ein

Firmeninfo

Der Berliner Großmarkt ist mit seiner innerstädtischen Lage, der Fläche von fast 330.000 m², dem Angebot von mehr als 300 Händlern mit 2.500 Beschäftigten sowie einem Warenumsatz von 564.000 t und einem Umsatz von einer Milliarde Euro im Jahr der größte Cash & Carry-Markt Deutschlands. Ab Frühjahr soll der neue Blumengroßmarkt mit 12.000 m² Fläche den Großmarkt an der Beusselstraße weiter aufwerten.

Der Fruchthof Berlin, 2008 komplett renoviert, ist traditionell ein wesentlicher Bestandteil des gigantischen Supermarkts. Hier werden jährlich rund 200.000 t Frischwaren umgeschlagen. Etwa 40 Fruchtgroßhändler mit über 1.000 Beschäftigten präsentieren auf 30.000 m² in einer kompletten Halle und auf zusätzlichen Außenflächen die gesamte Bandbreite des regionalen, mediterranen und exotischen Obst- und Gemüsesortiments. Das Angebot wird zunehmend durch Convenience, Feinkostsortimente, andere Lebensmittel und Getränke erweitert. Geschlossene Kühlketten und regelmäßige freiwillige Qualitätskontrollen sichern Hygienestandards und Frischekriterien.

DEUTSCHER FRUCHTHANDEL AUF DER FRUIT LOGISTICA 2010

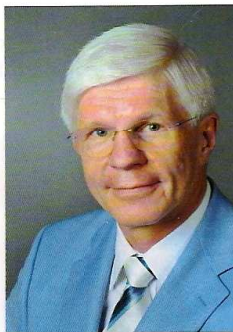
Viertel unserer Standmieter verfügt bereits über Zertifizierungen nach verschiedenen Standards. Im Wiederholungsfall können sie für die öffentlichen Marktflächen jetzt auf das zentrale HACCP-Konzept zurückgreifen. Vielleicht werden dadurch aber auch weitere Firmen angeregt, selbst über Zertifizierung nachzudenken.

FH-Magazin: Im Frühjahr 2010 soll planmäßig auch der Blumen-Großmarkt als neuer großer Nachbar auf dem Gelände eröffnet werden. Der Termin steht?

D. Krauß: Die Inbetriebnahme ist für Mitte März geplant. Wir sind gespannt. Die vorhandene Fläche des Großmarktgeländes an der Beusselstraße mit immerhin 326.000 m² dürfte dann vollständig erschlossen sein. Und alles, was es an Frische-Angeboten gibt: Obst, Gemüse, Blumen, Fisch, Fleisch etc. sind dann hier konzentriert. Ich hoffe schon, dass die Erweiterung nochmals Synergieeffekte bringen wird.

FH-Magazin: Wäre die Eröffnung des Blumen-Großmarktes auch für den Fruchthof Gelegenheit zu einer ähnlich öffentlichkeitswirksamen Veranstaltung wie dem Tag der Offenen Tür 2008?

D. Krauß: Wir sind diesbezüglich im Gespräch mit der Berliner Großmarkt GmbH und Vertretern des Blumengroßmarktes, aber konkrete Vereinbarungen gibt es bislang nicht, weder über die Art einer Veranstaltung noch über einen Termin. Das wird



Dieter Krauß

schon rein logistisch auch nicht einfach. Wir sind jedoch für Vorschläge offen.

FH-Magazin: Das geförderte EU-Schulobstprogramm böte für Ihre Mitglieder sicher ein interessantes Aufgabengebiet. Doch das Land Berlin will sich daran bislang nicht beteiligen und beruft sich auf

bereits laufende Projekte für gesunde Ernährung. Was folgt für Sie daraus?

D. Krauß: Aus unserer Sicht ist diese Verweigerung sehr bedauerlich. Die Versorgung der Berliner Schüler mit Obst und Gemüse ist längst nicht ausreichend, die Presse hat erst neulich wieder Erhebungen dazu veröffentlicht. Aber wenn das Land Berlin nicht in der Lage ist, hier grundsätzlich aktiv zu werden, so wollen wir zumindest eine privatwirtschaftliche Initiative dazu starten. Gemeinsam mit der Berliner Großmarkt GmbH haben wir ein Pilotprojekt beschlossen und beliefern ab Jahresbeginn 2010 vier Grundschulen im Bezirk Charlottenburg einmal wöchentlich mit Obst. Gedacht ist zunächst bis Jahresende an ein Sortiment gängiger Obstsorten, die an den Schulen verteilt und auch dort gleich verzehrt werden können. Die Kosten für diese „Aktion Schulobst“ in Höhe von jährlich ca. 20.000 Euro werden von uns und der Berliner Großmarkt GmbH je zur Hälfte getragen. Wir werden damit etwa 1.500 Schüler in sozial nicht unproblematischen Gegenden erreichen. Uns ist klar, dass dies nur einen Tropfen auf den heißen Stein bedeutet, denn allein