

PRESSEBERICHT / PRESS REPORT

Fruchthandelmagazin 4/2010 vom 29. Januar 2010



GROSSMARKT KÖLN

Diversifizierung des Angebots wegweisend auch für den neuen Standort in Marsdorf

Das Fruchthandel Magazin sprach für diese Ausgabe mit Reiner Ströbelt, Leiter Marktwesen im Amt für öffentliche Sicherheit und Ordnung der Stadt Köln, über aktuelle Entwicklungen am Kölner Großmarkt und über den für das Jahr 2020 vorgesehenen Umzug in den Stadtteil Marsdorf im Westen der Rheinmetropole.

Fruchthandel Magazin: Im Jahr 2007 hat sich die Stadt Köln per Ratsbeschluss für Marsdorf im Westen der Domstadt als neuen Standort des Kölner Großmarktes entschieden. Wie ist der derzeitige Stand der Dinge bezüglich der Umsiedlung?

Reiner Ströbelt: Aktueller Stand der Dinge ist, dass der neue Standort im Jahr 2020 bezogen werden soll. Aber es gibt noch eine Menge Planungsarbeit bis dahin, beispielsweise, was den letztendlichen infrastrukturellen Bedarf gemessen an der Zahl der umzugsbereiten Firmen angeht. Eine am Großmarkt durchgeführte Frageaktion hat ergeben, dass nicht alle Unternehmen mitkommen werden. Viele mittelständische Fruchthändler zögern noch, weil sie sich so ihre Gedanken über die Nachfolge-Thematik, oder besser gesagt, Problematik machen. Es ist mittlerweile sehr schwierig geworden, Nachwuchs im Fruchthandel zu finden. Hier tritt ein strukturelles Defizit der Branche offen zutage. Daher wird der neue Standort sicherlich kleiner ausfallen als der jetzige. Andererseits ist Marsdorf von den logistischen Möglichkeiten her so attraktiv, dass sich möglicherweise auch neue Firmen interessieren werden.

FH-Magazin: Ergibt sich da nicht auch die Notwendigkeit, das Frischegeschäft auf ein breiteres Fundament zu stellen und um andere Produkt-Kategorien zu ergänzen?

R. Ströbelt: Dieser Aspekt findet, auch wenn alles noch in der konzeptionellen Phase ist, auf jeden Fall Berücksichtigung. Wir sehen es ja auch an anderen Frischezentren, dass viel stärker diversifiziert wird als früher. Neben Obst und Gemüse werden daher auch Molkereiprodukte und andere Nahrungsmittelsegmente eine gro-



ße Rolle spielen. Hier wollen wir uns ganz bewusst möglichst breit aufstellen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist das Thema Nachhaltigkeit. Die Erhöhung der wirtschaftlichen Effizienz gerade auch im energetischen Bereich hat Priorität, z. B. bei der Gewinnung nachhaltiger Energie durch den Einsatz von Photovoltaik-Anlagen.

FH-Magazin: Welches Fazit können Sie für den Großmarkt Köln für das abgelaufene Geschäftsjahr im Obst- und Gemüsebereich 2009 ziehen? Wie stark hat sich der allgemeine Preisdruck in der O+G-Branche bemerkbar gemacht?

R. Ströbelt: Der Preisdruck auf die gesamte Obst- und Gemüsebranche war im Jahr 2009 außerordentlich hoch, das haben andere und natürlich auch wir zu spüren bekommen. Er hat sich aber unterschiedlich ausgewirkt. Die größeren Unternehmen sind eindeutig besser durch die Krise gekommen als kleine und mittlere Firmen. Die Standauslastung am Kölner Großmarkt ist aber, auch wenn ein wichtiges Unternehmen wie Fruchthansa den Standort verlassen hat, als zufrieden stellend zu bezeichnen. Es sind auch neue Unternehmen dazugekommen.

FH-Magazin: Wie haben sich Warenumsatz und Warenumschlag in 2009 entwickelt? Inwiefern hat sich die Wirtschaftskrise im Obst- und Gemüsegeschäft bemerkbar gemacht?

R. Ströbelt: Die Wirtschaftskrise hat den Obst- und Gemüsehandel neben der Niedrigpreispolitik des Lebensmitteleinzelhandels noch einmal zusätzlich massiv belastet. Aber konkrete Zahlen für das Geschäftsjahr liegen zum jetzigen Zeitpunkt nicht vor.

FH-Magazin: Welche besonderen Entwicklungen hat es am Kölner Großmarkt im Laufe des Jahres 2009 gegeben?

R. Ströbelt: Nach Jahren des Investitionsstaus wurde auch in 2009 weiter in die Sanierung des Großmarktes investiert. Die komplette Großmarkthalle wird seit vergangenen Jahr mit einem neuen Dach versehen. Voraussichtlich im März dieses Jahres werden die Arbeiten beendet sein. Endlich konnten wir auch mit der Aurelis Real Estate GmbH & Co KG das entgeltpflichtige, videoüberwachte Zufahrtskontroll- und Bewirtschaftungssystem in die Wege leiten. In diesem Jahr werden die Ein- und Ausfahrten mit Schranken versehen. Wer zukünftig auf das Großmarktgelände kommt, muss eine Gebühr zahlen, wobei es Dauer- und Kurzzeit-Tickets geben wird. Damit wollen wir den öffentlichen Zugang zum Großmarkt beschränken und die Ordnungs- und Abfallsituation deutlich verbessern.

In Berlin wird erstmals ein eigener Flyer vorgestellt

FH-Magazin: Welche Themen stehen für den Kölner Großmarkt auf der Fruit Logistica in Berlin im Vordergrund?

R. Ströbelt: Man kann nur hoffen, dass sich die Vorzeichen für die Branche in 2010 wieder verbessern. Auf der Fruit Logistica wollen wir uns gemeinsam mit den anderen deutschen Großmärkten als moderne und offene Plattform für die Kunden präsentieren. Anlässlich der Messe wird der Kölner Großmarkt erstmals einen eigenen Flyer veröffentlichen, in dem auch eine komplette Händlerliste zu finden sein wird. Ich lade herzlich dazu ein, uns in Berlin zu besuchen und sich im direkten Gespräch näher zu informieren. m. s.