

Frische, Vielfalt und Service wichtiger denn je

Die Deutschen Großmärkte blicken auf ein ereignisreiches Jahr 2016 zurück und ziehen für die Warengruppe Obst & Gemüse Bilanz. Vor allem die Entwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel sowie der anhaltende Trend hin zu regionalen Produkten beschäftigten die Händler im vergangenen Jahr und wird es auch künftig tun. Nun geht es darum, eine effizientere Marktpositionierung zu erreichen und Chancen – wie z.B. den Onlinehandel – zu nutzen. Dies alles sind Themen, zu denen sich die Verantwortlichen der Großmärkte gegenüber dem Fruchthandel Magazin äußerten. Auf der FRUIT LOGISTICA in Berlin sowie während des alle zwei Jahre stattfindenden GFI-Top-Events, der Fructinale, werden diese Themen für so manche interessante Gesprächsrunde sorgen.

Berliner Großmarkt GmbH/Fruchthof Berlin Verwaltungsgenossenschaft eG

Der Berliner Großmarkt blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2016 zurück. „Die Flächen waren vollständig vermietet und auch unsere Mieter waren mit dem Verlauf zum großen Teil sehr zufrieden“, erklärte Vorstand Dieter Krauß gegenüber dem Fruchthandel Magazin. Die Preise für Obst und Gemüse seien stabil gewesen und nicht durch ein Überangebot an Ware belastet worden.

Für die Zukunft setzt der Berliner Großmarkt vor allem auf ein effektives Portfoliomanagement, d.h. die optimale Zusammensetzung des Angebots der Großhändler vor Ort. „Für neue Flächen schreiben wir nicht nur aus, sondern werden auch proaktiv interessante potentielle Mieter ansprechen“, so Krauß. Aus Sicht eines Kunden, z.B. eines Gastronomen, sei es wichtig, nicht nur Obst und Gemüse, sondern auch Getränke, Delikatessen, internationale Spezialitäten und andere hochqualitative Produkte aus einer Hand/bzw. bei nur ei-

nem Besuch erwerben zu können.

Zur aktuellen Entwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel befragt, äußerte sich Krauß: „Als Genossenschaft vertreten wir seit nun fast 70 Jahren die Interessen der Berliner Fruchthändler. Die Konzentrationsprozesse im LEH setzen vor allem diese Mittelständler unter Druck, weswegen wir die aktuellen Entwicklungen durchaus mit großer Sorge betrachten. Dem steigenden Kostendruck setzen wir das genossenschaftliche Prinzip entgegen. Vor Ort betreiben wir zentrale Einrichtungen (z.B. Kühlanlage, Recycling, etc.) und erreichen günstigere Konditionen, welche wir an alle Großhändler weitergeben.“ Auch im Einkauf sei ein solches Prinzip zukünftig grundsätzlich denkbar.

Regionalität sei ein wichtiges Thema, welches beim Verbraucher nach wie vor

hoch im Kurs stehe. Die Berliner Großhändler verfügten bereits über viele Jahre Erfahrung mit dem Handel von regionalen Produkten. Seit der Wiedervereinigung seien die Netzwerke von Händlern und Produzenten in der Region Berlin / Brandenburg eng miteinander verwoben.

Nicht aus den Augen verliere der Großmarkt zudem den an Bedeutung gewinnenden Online-Frischehandel. „Derzeit überarbeiten wir unsere Homepage grundlegend. Hier wird es direkte Auswahl-Möglichkeiten auf die jeweiligen aktuellen Online-Angebote unserer Großhändler geben.“

Nun stehen die FRUIT LOGISTICA und somit die Fructinale kurz bevor. „Die Veranstaltung ist eine ideale Kommunikationsplattform abseits des turbulenten Messegeschehens. Wir freuen uns darauf“, so Krauß.



Dieter Krauß



Mit Produktvielfalt und Service wollen die Großmärkte dem LEH auch 2017 Paroli bieten.

Großmarkt Bremen GmbH

„Das Jahr 2016 war hinsichtlich der abgesetzten Warenmengen und Preise nicht erfolgreich. Insbesondere im zweiten Halbjahr konnten nicht die erwarteten Mengen abgesetzt werden“, so Uwe Kluge, Geschäftsführer der Großmarkt Bremen GmbH.

Am Markt sei tendenziell zu beobachten, dass immer mehr Kunden ihre Frischwaren direkt zugestellt bekommen möchten. Zunehmende Innenstadtverkehre und der Wunsch nach einer effizienten und schnellen Zustellung erfordere das Bündeln unterschiedlicher Warengruppen. „Die Firmen auf den Großmärkten müssen sich diesen Herausforderungen stellen und ihre Warensortimente erweitern. Die erforderlichen Lager- und Logistikkonzepte müssen angepasst werden“, mahnt Kluge an.

Als nachteilig für die deutschen Verbraucher bewertet Kluge die zunehmende Konzentration im deutschen LEH. Der Preisdruck durch die gebündelte Nachfrage werde zu einer Beschleunigung der Abnahmen kleiner Lebensmittelproduktions- und Erzeugerbetriebe führen. „Kleinbäuerliche Strukturen und kleinere Unternehmen, vornehmlich in ländlichen Gebieten, werden aufgeben müssen. Weitere Folgen sind eine Reduzierung der Produktvielfalt und eine Veränderung unseres Landschaftsbildes. Diese Entwicklung kann nicht im Interesse der deutschen Verbraucher sein. Deswegen bewerten wir diese Entwicklung als negativ.“

Nach wie vor sehr groß sei die Nachfrage nach regionalen Produkten, insbesondere auch nach regionalen Bioprodukten. Die für die Frischmärkte relevanten regionalen Produkte würden in der Region verteilt, von landwirtschaftlichen Betrieben erzeugt und im Wesentlichen individuell zum Großmarkt verbracht, um von dort zum Konsumenten transportiert zu werden. Der Absatz dieser Produkte über Wochenmärkte und Lebensmittelgeschäftliche sei nicht innovativ, jedoch sehr funktional und traditionell erfolgreich.



Uwe Kluge

Hinsichtlich des Online-Frischhandels äußerte sich Kluge dahingehend, dass die Distributionshallen am Bremer Großmarkt als Logistik-Frischstandort grundsätzlich für Zustelldienste geeignet seien. Mehrere Unternehmen am Bremer Großmarkt nutzen bereits das Internet um ihre Produkte bei den Verbrauchern absetzen zu können. In der Regel werde hier mit Zustelldiensten (z.B. DHL) gearbeitet. Diese Zustelldienstleister würden dann auf Rampenhöhe die verpackten Produkte abholen und über ihre Logistik den Kunden zustellen.

„Die Fructinale 2017 wird wieder ‚Der Branchentreff‘ während der FRUIT LOGISTICA sein. Viele national bedeutsame Unternehmen der Obst- und Gemüsebranche nutzen diese Veranstaltung um mit ihren Mitarbeitern, Kunden und Partnern in der Branche zu feiern. Der Event findet an einem atmosphärisch einmaligen Ort statt. Das Rahmenprogramm, das Catering und die Möglichkeit, individuell und ungezwungen zu kommunizieren, machen die Veranstaltung besonders“, erklärt Uwe Kluge.

Großmarkt Dortmund eG

„Im Hinblick auf die Warengruppe Obst und Gemüse erklärt Geschäftsführer Ingo Wilmer, dass die Zahl der Anlieferungen im vergangenen Jahr stabil geblieben sei.“

Die Großmärkte sieht er als unverzichtbare Beschaffungsquelle für den ungebundenen und ambulanten Handel. Hier würde man in direkter Konkurrenz zu den Cash&Carry Großversorgern stehen. „Wir als Großmarkt Dortmund versuchen zum einen durch das ohnehin breite Angebot an Frische und Qualität zu überzeugen und zum anderen das Angebot so breit aufzustellen, dass Kunden auch bei uns alle erforderlichen Artikel für Ihren Bedarf erhalten. So ist es uns gelungen einen Versorger für Kioskbedarf anzusiedeln und darüber hinaus das Angebot von Obst und Gemüse bis zu Fisch und Fleisch in der ganzen Bandbreite zu erhalten“, erklärt der Geschäftsführer. Aus seiner Sicht sei es ein wesentlicher Erfolgsfaktor, dass der Kunde den Großmarkt als vollständige Einkaufsquelle wahrnehme und nutze.



Ingo Wilmer

Als spürbar, besonders in der Beschaffung von Obst und Gemüse, bezeichnet Ingo Wilmer die zunehmende Konzentration im LEH. Die Anzahl der Kunden des ungebundenen Handels nehme ab. Aber auch die Beschaffung durch Einzelhändler die in Ketten eingebunden sind, sei rückläufig, da von Seiten der Zentrale der Zukauf auf eigene Rechnung erfolge und neben der Zentralversorgung deutlich erschwert werde.

In Bezug auf den anhaltenden Trend hin zu regionalen Produkten erklärt Wilmer: „Durch die Nähe der Großhändler zu ihren Lieferanten ist die Nachfrage nach regionaler Produktion bei den entsprechenden Produkten sicher zu befriedigen.“

Ingo Wilmer wird selbstverständlich auch in Berlin anwesend sein und die vom GFI organisierte Veranstaltung Fructinale besuchen: „Die Fructinale ist das Event von und für den Handel. Dies hebt sie meiner Meinung nach von allen anderen Veranstaltungen ab. Die Bandbreite der Gäste,



„Von London lernen“: Märkte manager aus Deutschland zu Besuch auf dem Portobello Road Market während ihrer GFI-Studienreise 2016 nach London.

vom Großhändler über den Erzeuger bis zum Einkäufer macht sie zu einer einzigartigen Plattform, die so nur durch einen übergeordneten Verband wie GFI realisiert werden kann.“

Frischezentrum Essen GmbH

„Die Warengruppe Obst und Gemüse ist 2016 konstant im Umsatz, der Ertrag nach wie vor leicht unter Druck geblieben. Unsere Händler entwickeln sich in Nischen wie das Produzieren von küchenfertigen Salaten, oder Vorkonfektionieren von geschnittenem Gemüse erfolgreich weiter“, sagt Rolf Strobel, Geschäftsführer Frischezentrum Essen GmbH.

Um sich effizienter im Markt zu positionieren tauscht sich das Frischezentrum Essen viel mit den ansässigen Händlern aus, und analysiert die Zielgruppen für das Frischezentrum Essen so exakt wie möglich. Denn insbesondere im B2B-Bereich gilt es nach Ansicht von Rolf Strobel Streuverluste in der Kommunikation zu vermeiden und zielgerichtet Nachfrage zu generieren. „Wir engagieren uns z.B. bei der Kampagne „Erlebe deinen Markt“, obwohl wir weder Wochenmarktbetreiber noch Organisator sind. Sie betrifft jedoch exakt den für unsere Händler nach wie vor wichtigen Kundenkreis der Wochenmarkthändler und deren Kundschaft.“

Zur Entwicklung im deutschen LEH erklärt Strobel, dass sich der nicht konzernabhängige Handel eigene Einkaufsstrukturen samt Beschaffungsprozessen sichern müsse. „Alleine oder in Einkaufskooperationen.

Dies bedeutet z.B. direkt mit kleineren Anbau-, Erzeuger- und Vermarktungseinheiten regional wie überregional zusammen zu arbeiten. Es wird aufwendiger, jedoch absolut notwendig sein, um sich über die Ware profilieren zu können und dem Preisvergleich zu entziehen.“

Für den Geschäftsführer sind regionale Produkte per se die frischesten aufgrund ihrer Beschaffungsentfernung. Im Frischezentrum Essen holen seinen Aussagen zufolge viele Betriebe die Waren täglich aus den Anbaugebieten der Region ab, und verteilen sie sodann über den Nachtsprung in die Region weiter.

Der Online-Frischehandel ist für ihn keine Zukunftsmusik mehr. „Wir haben mehrere Großhändler im Frischezentrum Essen, die bereits im Online-Handel aktiv sind. Einer davon ist zu 100% im Online-Frischehandel mit Obst und Gemüse, insbesondere mit Exoten, positioniert. Für die anderen ist es ein zusätzliches Standbein, mit noch geringem Umsatzanteil. Wichtig ist in jedem Fall, Erfahrungen in diesem Bereich zu sammeln um sich potentielle Entwicklungschancen für die Zukunft zu sichern.“

Als eine besondere Veranstaltung bezeichnet er die Fructinale. Vertreter aller Wertschöpfungsstufen aus dem Handel mit frischem O+G würden hier zusammen gebracht. Zudem bestünde zu diesem Anlass die Möglichkeit, außerhalb des in dieser Branche doch sehr hektischen Tagesgeschäfts, einen entspannten Abend mit guten Gesprächen gemeinsam zu verbringen. Wir freuen uns darauf!“



Rolf Strobel

Landesbetrieb Großmarkt Hamburg

Der Großmarkt Hamburg startet eine Neupositionierung in der Stadt und der Metropolregion, um sich noch effizienter im Markt positionieren zu können.

„Dazu wurde mit externer Unterstützung ein Leitbild entwickelt. Erstes sichtbares Zeichen ist das neue Logo des Hamburger Großmarktes, ‚das grüne Herz der Stadt‘. In Zusammenarbeit mit den Designern und den Markthändlern werden weitere Maßnahmen entwickelt“, äußerte sich Eliane Steinmeyer, Geschäftsführerin Landesbe-



Eliane Steinmeyer

trieb Großmarktes, ‚das grüne Herz der Stadt‘. In Zusammenarbeit mit den Designern und den Markthändlern werden weitere Maßnahmen entwickelt“, äußerte sich Eliane Steinmeyer, Geschäftsführerin Landesbe-



*Erleben Sie unsere mediterrane Geschmackswelt
Lykos - Ihr Partner für Berlin / Brandenburg und die umliegenden Bundesländer*

www.imex-lykos.de

www.imex-lykos.de

www.imex-lykos.de



Imex Lykos GmbH
Beusselstr. 44 n-q
10553 Berlin
030 39 89 59 0
mail@imex-lykos.de



Auch 2016 kamen wieder viele Besucher zum Food Market auf dem Hamburger Großmarkt.

trieb Großmarkt Hamburg, gegenüber dem Fruchthandel Magazin.

Kein neues Thema ist für sie die Zentralisierung des Einkaufs im LEH. Für den traditionellen Großmarkthandel und vor allem für Erzeuger stelle dies eine Herausforderung dar. „Der Handel muss sich darauf einstellen und seinen Strukturen entsprechend anpassen. Dazu gehören neben Marketingmaßnahmen auch die Digitalisierung und der Onlinehandel“, sagt Steinmeyer.

Die Entwicklung im Onlinehandel werde sowohl vom Großmarkt Hamburg als auch von der Händlerschaft verfolgt. „Dies wird auch ein Thema auf den weiteren Veranstaltungen im Zusammenhang mit der Positionierung des Hamburger Großmarktes sein. Ebenfalls auf den nächsten Konferenzen der Weltunion der Großmärkte wird dieses Thema diskutiert werden“, erklärt die Geschäftsführerin.

Nun freut sie sich auf die kommende Fructinale. „Es ist eine sehr schöne Gelegenheit, miteinander ins Gespräch zu kommen. Das Wasserwerk ist eine tolle Location und wir erwarten wieder viele interessante Gäste sowohl aus dem Ausland als auch der deutschen Politik.“

Großmarkt Hannover GmbH

Die Flächen des Großmarkts Hannover sind nach Angaben von Geschäftsführer Jörn Böttcher zu 100% vermietet. Mietanfragen können ihm zufolge nur begrenzt entsprochen werden. Trotzdem sei es gelungen, im Jahr 2016 neue Obst- und Gemüsehändler auf den Großmarkt Hannover zu etablieren und



Jörn Böttcher

anzusiedeln. Generell sei der Handel mit Obst und Gemüse stabil und wachse weiter leicht an, da die Nachfrage nach frischen Lebensmitteln und gesunder Ernährung nicht abreiße.

Der Großmarkt wurde im Jahr 2016 weiter ausgebaut und modernisiert. „So sind Betriebsfahrzeuge durch Neuanschaffungen ersetzt, Schrankenanlagen erneuert und Straßenflächen saniert worden. In Hallen über 7.000 m² wurde die gesamte Brandmeldeanlage erneuert. Beleuchtung wurde großflächig auf LED-Beleuchtung umgebaut und Heizungsanlagen ergänzt bzw. modernisiert. Diese energetische Sanierung wird auch im Jahr 2017 weiter fortgesetzt. Ohne Mieterhöhungen haben unsere Mieter hierdurch einen klaren Wettbewerbsvorteil“, so Böttcher.

Außerdem sei geplant, zunächst die Marktüberdachung zu erneuern und hierbei eine PV-Anlage zu installieren. Im Rahmen der nachfolgenden Sanierung der Hallen werde auch darüber nachgedacht, Ladestationen für E-Fahrzeuge zu integrieren, die über die PV-Anlage gespeist würden.

Ein großer Vorteil für die Mieter des Großmarkts Hannover sei die zentrale Lage. „Durch diese zentrale Lage war der Standort für eine Auslieferung schon immer von Vorteil. Auslieferung ist zunehmend ein wichtiges Standbein für alle Mieter und Händler“, so Böttcher. Die Nachfrage nach regionaler Ware bleibe weiter ungebremst und verstärke sich noch zunehmend. Zum Thema Online-Handel erklärt er, dass die Händler auf dem Großmarkt Hannover bereits heute zunehmend

ihre Bestellungen über das Internet bekommen würden. „Ausgeliefert werden die Waren dann traditionell noch mit eigenen Lieferfahrzeugen. Hier ist der klare Zeitvorteil ausschlaggebend. Der Großmarkt Hannover ist aktuell dabei, seine Internetseite zu erneuern. Zukünftig werden hier der Händler und seine Ware im Vordergrund stehen sowie eine kurze direkte Anbindung zu seiner Internetseite haben. Zusätzlich wird es ein Intranet mit Informationen und Kontakten nur für unsere Mieter geben.“

Als Highlight bezeichnet Böttcher die anstehende Fructinale. „Natürlich freuen wir uns sehr darauf, in angenehmer Atmosphäre, Händler, Lieferanten und Kollegen zu treffen“.

Markthallen München

Um so gut wie möglich für die Zukunft aufgestellt zu sein, soll beim Bau der neuen Großmarkthalle und der Sanierung der festen Lebensmittelmärkte die komplette Erfahrung des Großmarktes eingebracht werden. Dabei soll nach Angaben von Boris Schwarz, Zweiter Werkleiter Markthallen München, jedoch der Charme der Märkte nicht gefährdet werden. „Mit dem Viktualienmarkt in München haben wir ein hochsensibles Gebilde, welches sehr behutsam umgebaut werden muss – gerade in der heutigen Zeit, in der Werte wie Beständigkeit und Sicherheit an Bedeutung zunehmen“, so Schwarz.



Boris Schwarz

Zum Konzentrationsprozess im LEH und der zunehmenden Zentralisierung erklärt er: „Die Großmärkte sind für Gastronomie, Markthändler und den kleinteiligen Lebensmittelhandel oft die einzige Möglichkeit Ware zu beziehen. Hier muss sich die Politik im Interesse der Städte eindeutig für die kommunalen Großmärkte positionieren. Wochenmärkte sind beliebt und von der Bevölkerung gewünscht. Die kleinen Obst- und Gemüsehändler haben immer einen Tipp zum Kochen und Einkaufen parat und die Gastronomie hätte ohne die Produkte aus

dem Großmarkt kein Angebot. Wer diese Kultur erhalten will, muss sich auch gegen Konzentrationsprozesse im Lebensmittelhandel aussprechen.“

Der Trend nach regionaler Ware sei spürbar und die Händler reagierten darauf. Insbesondere in der Erzeugerhalle sei das Angebot stark nachgefragt. Spargel, Tomaten, aber auch bayerisches Wintergemüse stünden hoch im Kurs. Die Einführung des Bio-Siegels durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten entspreche dem Kundenwunsch nach Bio-Qualität und gleichzeitig Regionalität.

Nach Auffassung von Boris Schwartz sind dem Onlinehandel im Lebensmittelbereich Grenzen gesetzt. Das Einkaufserlebnis spiele hier eine größere Rolle als im Nonfood-Bereich. „Der Onlinehandel wächst derzeit vor allem in der Gastronomie. Die Auslieferung nimmt deutlich zu. Mit dem Neubau der Großmarkthalle sollen deshalb mehr Stellplätze und Laderampen, sowie Ladestationen für Elektrofahrzeuge geschaffen werden.“ Elektromobilität sei eines der wichtigen Zukunfts-Themen.

Im Hinblick auf die Fructinale in Berlin erklärt Schwartz: „Wir freuen uns, wieder Gastgeber dieses besonderen Events zu sein. Und das Who-is-who der Branche folgt unserem Ruf der Frische. Der Mix aus Unterhaltung, frischem Catering, Netzwerken und ungewöhnlicher Location macht die Fructinale einzigartig.“

Märkte Stuttgart GmbH

Im Jahr 2016 konnte die Märkte Stuttgart GmbH einen deutlichen Zuwachs im Warenumschlag verzeichnen.

„Wir haben seit dem Jahreswechsel einen neuen Internetauftritt, der inhaltlich überarbeitet und in vielen Bedienungsbereichen für den Nutzer optimiert wurde“, sagte Geschäftsführer Axel Heger.

Die aktuelle Entwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, u.a. auch die zunehmende Zentralisierung des Einkaufs, seien für die Verbraucher kritisch zu sehen. „Die Auswirkungen auf den Großmarkt Stuttgart sind aber noch nicht absehbar“, so Heger.



Axel Heger

Die starke Nachfrage nach regionalen Produkten ist laut Heger auch auf dem Großmarkt Stuttgart spürbar. Dies werde durch einen großen Erzeugerbereich abgedeckt. Sein Blick geht nun Richtung Berlin. „Wir freuen uns, dass die Fructinale auch in diesem Jahr wieder stattfindet. Diese Veranstaltung ist immer etwas Besonderes. Vor allem die Mischung aus his-

torischem Ambiente, Unterhaltung und interessanten Gesprächen in ungezwungener Atmosphäre ist für uns ein Grund, daran teilzunehmen.“

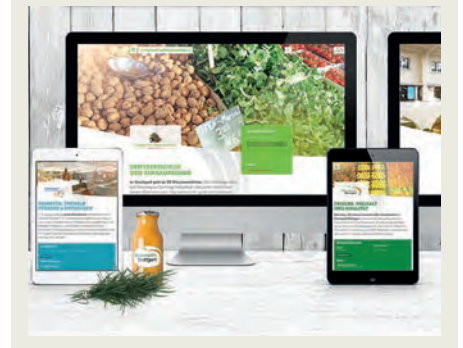
Halle 21/E-10

Märkte Stuttgart

Relaunch der Websites

Für alle Geschäftsbereiche der Märkte Stuttgart GmbH wurden die Websites einem Relaunch unterzogen und neu gestaltet.

Die Seite für die Märkte Stuttgart GmbH ist das Portal, von dem aus man auf alle Bereichsseiten kommt. Die Seiten für den Großmarkt, die Wochenmärkte, die Markthalle, die Krämermärkte und die Flohmärkte wurden in vielen Bedienungsbereichen für den Nutzer optimiert sowie mit übersichtlichen Händlerlisten, Lageplänen und Online-Bewerbungsformularen versehen.




FRISCHE ZENTRUM
Frankfurt am Main – Großmarkt GmbH

WENN ES MAL WIEDER FRISCHER SEIN SOLL

Als Lebensmittel-Großmarkt mit über 100 Fachhändlern sind wir die **NUMMER 1** für Frische & Qualität in Rhein-Main.

Mehr Infos unter www.frische-zentrum-frankfurt.de

 **FRUIT LOGISTICA**
8|9|10 FEBRUAR 2017, BERLIN

WIR FREUEN UNS AUF IHREN BESUCH
Halle 21-Stand E-10



Das Historische Wasserwerk in Berlin-Wilmersdorf bietet wieder einen attraktiven Rahmen.

GFI-FRUCTINALE 2017

In Rekordzeit ausverkauft

Anlässlich der FRUIT LOGISTICA 2017 veranstaltet der Frischemärkte-Verband GFI am 9. Februar 2017 wieder den Event Fructinale. Zu diesem Großereignis trifft sich das Who-is-who der Frischebranche.

Boris Schwartz, GFI-Vorstand und 2. Werkleiter der Markthallen München, zeigt sich zufrieden: „Die Fructinale war wieder in Rekordzeit ausverkauft. Über 300 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Medien sind ein deutliches Zeichen für die wirtschaftliche Bedeutung der Großmärkte und unseres GFI-Netzwerks.“

Der Mix aus Unterhaltung, frischem Catering, Netzwerken und ungewöhnlicher Location macht die Veranstaltung einzigartig. Gefeierte wird wieder im Historischen Wasserwerk in Berlin-Wilmersdorf. Für das leibliche Wohl bereiten die Köche des Wasserwerks ein exklusives World Food Buffet direkt vor Ort frisch zu. Stimmungsvolle Show-Acts sorgen für eine weitere Abwechslung nach dem anstrengenden Messtag.

Die Veranstaltung wird durch zahlreiche namhafte Sponsoren aus den Bereichen Erzeugung, Großhandel, Logistik, Dienstleistung und Medien unterstützt. Auch sie freuen sich wieder auf gute Gespräche, interessante Kontakte und eine ausgelassene Stimmung.

Sponsoren der GFI-Fructinale 2017

- Fruchthandel Magazin, Fruitnet Media International GmbH, Düsseldorf
- Peter Keuthmann GmbH & Co. KG, Berlin
- Fruchtimport vanWylick GmbH, Düsseldorf
- Zespri International Germany GmbH, Bocholt
- Chiquita Europe B.V. Niederlassung Deutschland, Hamburg
- Lindner GmbH Fruchtimport und Handelsgesellschaft, Frankfurt
- Veolia Umweltservice GmbH, Hamburg
- Messe Berlin GmbH – FRUIT LOGISTICA
- Ellbegarten GmbH Obst & Gemüse Vermarktung, Glückstadt
- Rolf Oertel GmbH Fruchtimport & Großhandel, Leipzig

Mehr Informationen und Sponsorenportraits finden Sie unter www.frischemaerkte.org/fructinale

Über GFI Deutsche Frischemärkte

GFI Deutsche Frischemärkte wurde im Jahre 2000 als Marketingverband der deutschen Großmärkte gegründet. Im Jahre 2010 wurde die Öffnung für Einzelhandelsmärkte und die Verbreiterung des Aufgabenspektrums beschlossen.

GFI versteht sich als partnerschaftliches Netzwerk und bietet seinen Mitgliedern einen breiten institutionalisierten Wissenstransfer über zentrale Fragen des Handelsmanagements sowie Präsentationsplattformen wie den Gemeinschaftsstand auf der FRUIT LOGISTICA und die Internetpräsenz www.frischemaerkte.org. Nationale und internationale Erzeuger, die Vermarktungsmaßnahmen im qualifizierten, ungebundenen Lebensmitteleinzelhandel durchführen möchten, haben mit GFI Deutsche Frischemärkte den zentralen Ansprechpartner.

Die Großmärkte versorgen als zentrale urbane Handelsplattformen mit ihren rund 2.800 mittelständischen Großhändlern, Importeuren und Erzeugern rund 56.000 Kunden aus dem qualifizierten, ungebundenen Lebensmitteleinzelhandel - Fachgeschäfte für Obst und Gemüse und Wochenmärkte - sowie Großverbraucher und die gehobene Gastronomie mit Frischeprodukten aus der Region und der ganzen Welt. Der Warenumsatz beträgt jährlich rund 7,95 Mio t im Wert von ca. 10,6 Mrd Euro.

Mit freundlicher Unterstützung durch:

