

Interview mit Fruchthof Northeim GmbH

## Bequemlichkeit gewinnt an Bedeutung

Der Fruchthof Northeim, eines von rund 50 selbstständigen Fruchthandelsunternehmen der Cobana-Fruchtring-Gruppe, wurde im Jahre 1928 gegründet. Das Fruchthandel-Magazin sprach mit dem Marketingleiter Peter Ewerlin über das Engagement des Unternehmens auf dem boomenden Convenience-Markt.

**FH-Magazin:** Wann haben Sie Convenience-Ware in Ihr Produktsortiment aufgenommen und welchen Stellenwert haben diese für Ihr Unternehmen?

**Peter Ewerlin:** Convenience-Produkte sind seit 1996 fester Bestandteil unseres Sortiments, und seitdem wächst der Stellenwert auch von Jahr zu Jahr. Sie machen mittlerweile 20% bis 25% unseres gesamten Gastronomieumsatzes aus und generieren zusätzliches Kundenpotenzial. Beliefert werden wir im Convenience-Segment von unserem Kollegenbetrieb Manss Fruchtimport KG in Hamm, mit dem wir bereits seit Jahren erfolgreich zusammenarbeiten und der auch für Produktentwicklung und -innovationen zuständig ist. Wie dynamisch die Entwicklung des gesamten Marktes ist, hat man ja noch zu Anfang des Jahres auf der Fruit Logistica in Berlin sehen können. Die Messe zeigt deutlich, dass die Convenience-Produkte immer wichtiger werden und dabei sind, die Kühlregale in den Lebensmittelmärkten zu bereichern.

**FH-Magazin:** Welche Convenience-Produkte bietet der Fruchthof Northeim an?

**Peter Ewerlin:** Von frischen Fertig- und Feinkostsalaten bis zu geschälten und vorgegarten Kartoffelprodukten sowie verzehrfertigem Obst haben wir alles in unserem Sortiment. Das Obst und Gemüse wird geschält, halbiert, in Scheiben geschnitten oder geraspelt angeboten, na-



türlich immer als frische Ware. Die Verpackungsgröße variiert dabei je nach Artikel von 100-g- bis 10-kg-Beuteln und im Feinkostsegment von 200-g-Schalen bis 10-kg-Gebinden für Großverbraucher. Unser reichhaltiges Angebot ist insbesondere auch für den gesamten Gastronomiebereich besonders interessant.

**FH-Magazin:** Können Sie ein konkretes Beispiel nennen?

**Peter Ewerlin:** Bäckereibetriebe sind hierfür ein gutes Beispiel, denn gerade dort ist die Zeit meistens knapp und wird das Obst für Kuchen und Gebäck immer seltener selbst klein geschnitten. Außerdem geht der Trend in immer mehr Bäckereien dahin, auch fertig belegte Brötchen und Salate anzubieten. Auch hier beliefern wir die Bäckereien mit geschnittenen Salatblättern, Gurken- und Tomatenscheiben und gekochten Eiern.

**FH-Magazin:** Wie sehen Kundenstruktur und Warenbeschaffung des Fruchthofs aus?

**Peter Ewerlin:** Man kann sagen, dass sich unsere Kundenstruktur zu jeweils 50% aus Handel, also Discountern, Supermärkten, Verbrauchermärkten sowie Großhändlern und dem LEH und 50% Gastronomie zusammensetzt. Im Gastronomiebereich beliefern wir beispielsweise Großverbraucher wie Hotels, Großküchen oder Krankenhäuser, aber auch Gaststätten, Restaurants, Bistros und Eiscafés. Bei Bestellung der vorgefertigten Produkte bis 12.00 Uhr,

liefern wir diese Artikel am nächsten Tag an. Unser Warenangebot beziehen wir weltweit entweder über die Absatzorganisationen oder direkt vom Erzeuger. Der Fruchthof Northeim legt jedoch auch großen Wert darauf, mit heimischen Lieferanten zusammenzuarbeiten. Dies garantiert nicht nur ein Mehr an Frische, die verkürzten Transportwege rechnen sich auch ökologisch und ökonomisch.

**FH-Magazin:** Geben Sie uns doch bitte einen Überblick über Logistik und Qualitätssicherungsmaßnahmen ihres Unternehmens.

**Peter Ewerlin:** Um jederzeit optimale Frische gewährleisten zu können, verbringen wir das Obst und Gemüse aus integriertem und kontrolliertem Anbau bis zu seinem endgültigen Verkauf in unsere Zwischenlager. Dazu stehen mehr als 12.000 m<sup>2</sup> Klima- und Kühlfläche in unseren Betrieben zur Verfügung. Bananen reifen in 14 Reifekammern, bis sie das optimale Storelife besitzen. Für die termingerechte Warenverteilung steht ein Fuhrpark mit ca. 40 Kühlfahrzeugen bereit. Neben der seit 1998 praktizierten Lebensmittelhygiene gemäß dem HACCP-Konzept, wurde im Fruchthof Northeim im März dieses Jahres ein Qualitätsmanagementsystem nach DIN ISO 9001:2000 eingeführt und vom TÜV Hessen zertifiziert.

**FH-Magazin:** Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

**Peter Ewerlin:** Da wir innerhalb der letzten acht Jahre unsere Umsätze mehr als verdoppeln konnten, möchten wir natürlich, dass sich diese Entwicklung fortsetzt. Wir legen großen Wert darauf, unsere hohen Qualitätsstandards zu halten und unseren Kunden ein umfassendes Produktsortiment anbieten zu können. Daher werden wir auch in Zukunft unser besonderes Augenmerk auf den Convenience-Sektor richten. ■