

Fruchthof Northeim

Wetterkapriolen stellten Dienstleister vor große Anforderungen

Der Handel mit Bananen wurde in den letzten Jahren von administrativen Eingriffen in der Beschaffung und verfeinerten technischen Möglichkeiten der Reifung bzw. einem immer dichter werdenden Netz an Reifereien geprägt“, erklärte Lutz Hasenbeck im Gespräch mit dem Fruchthandel Magazin.



Lutz Hasenbeck

Das System der Lizenzierung bzw. der erhöhte Einfuhrzoll zum Schutz der AKP Bananen (Plantagen innerhalb der EG-Länder) hätten einen Bananenmarkt der Wettbewerbsverzerrung geschaffen. Bezahlen müsse es letztendlich wie immer der Verbraucher, so Hasenbeck weiter. „Mit vielen ähnlichen dirigistischen Eingriffen in den freien Markt werden künstliche Märkte mit überhöhten Preisen gebildet, die den Konsum weiter abwürgen werden.“

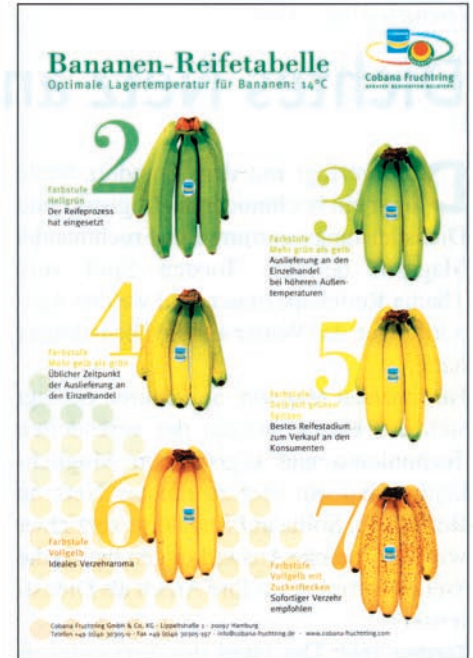
Die Reife-Kapazitäten haben – bedingt durch den Ausbau von Großreifereien (Edeka, Atlanta, DelMonte, Dole) – einen gewissen Überhang, der sich aber in den nächsten Jahren nach Abschreibung der Investitionen erledigen wird, stellte Hasenbeck fest. „Das Know-how und die Qualität der traditionellen Reifereien sind unschlagbar.“

Der Anspruch des LEH auf Frucht caliber und Reifegrad der Bananen ist nach wie vor von klaren Qualitätsvorgaben geprägt. Die Banane ist und bleibt die Nummer 1 der Obst- und Gemüseabteilungen.

Der allgemeine Preisdruck auf dieses Produkt lasse die Qualität nicht leiden, da Top-Qualitäten heute noch ihren festen Abnehmerkreis haben, so Lutz Hasenbeck gegenüber

dem Fruchthandel Magazin.

„Die Markenpolitik einiger Wettbewerber soll zu einer gewissen Kontinuität im Absatz führen, wobei es sich heute niemand mehr leisten kann, eine schwache Qualität zu handeln. Mit unserer Eigenmarke Cobana haben wir großen Erfolg, da unser Einkaufsverbund „die Cobana-Fruchtring-Gruppe“ in allen bundesweiten Reifereien über kompetentes, fachkundiges Reifepersonal und technische Ein-



richtungen auf modernstem Stand verfügt. Die weltweiten Wetterkapriolen und der untypische Sommer haben an uns als Dienstleister im Fruchtgeschäft große Anforderungen gestellt. Der Absatz der gängigen Sommerartikel litt unter den verregneten Wochen. Die Banane jedenfalls erlebte eine regelrechte Sommer-Renaissance mit guter Qualität und guten Preisen.“

