

■ Starkes Jahr für Obst und Gemüse

Umsätze und Absätze zeigen nach oben

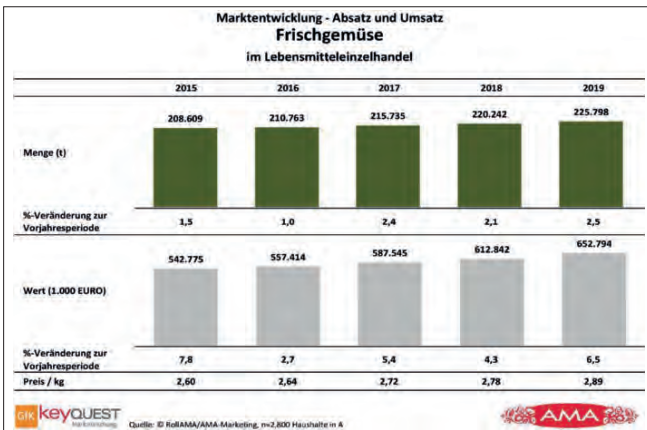
- ➔ Bio-Bedeutung legt zu
- ➔ Bananen mittlerweile 98 Millionen Euro schwer

Aufwind bei Frischobst. Denn: Sowohl die Absätze als auch Umsätze zeigen nach oben. 304.629 Tonnen gingen 2019 im Lebensmittel Einzelhandel über die Ladentische. Ein Plus von 3,9 Prozent. Im Wert stehen ebenfalls Steigerungsraten zu Buche. Das Segment stieg um 2,2 Prozent auf rund 679 Millionen Euro.

Beerenobst im Plus. Eine besonders starke Performance lieferte das Beerenobst ab. Das Segment konnte ihren wertmäßigen Marktanteil von 24,7 auf 27,1 Prozent ausbauen. Ein Plus gibt es auch bei Steinobst (von 8,6 auf 9,0 Prozent Marktanteil).

Top-Seller bleiben die Bananen mit einer Absatzmenge von 63.145 Tonnen und einem Umsatz von 98 Millionen Euro, Platz zwei geht an die Äpfel mit 54.555 Tonnen und 76 Millionen Euro, gefolgt von Orangen mit 30.243 Tonnen und 57,9 Millionen Euro.

Einkaufsquellen. Bei den Einkaufsquellen konnten sowohl die Diskonter (32,1 auf 32,8 Prozent), Supermärkte (von 45,4 auf 45,9 Prozent) als



auch Verbrauchermärkte (15,2 auf 15,3 Prozent) ihre Anteile ausbauen.

Bio. Bio-Qualität ist im Obst-Bereich immer wichtiger. Bei Zitrusfrüchten liegt der wertmäßige Anteil bei 20,4 Prozent, bei Exoten pendelt sich die Zahl bei 14,0 Prozent ein. Ein Bio-Plus gibt es auch bei Kernobst. Neun Prozent des Segments wird in biologischer Qualität verkauft.

Gemüse mit Schubkraft. Starke Zuwachsraten gab es auch für den Frischgemüse-Bereich. Die Absatzmenge liegt mittlerweile bei 225.798 Tonnen. Umsatzmäßig glückte ein massiver Sprung um 6,5 Prozent auf 652,8 Millionen Euro. Ein Blick auf die

Marktanteile zeigt: Das größte Stück am Umsatzkuchen geht auf das Frischgemüse (44,6 Prozent) zurück. Einen guten Zuwachs gab es bei Zwiebelgemüse (von 9,0 auf 9,6 Prozent). Die Umsatzkanonen im Gemüse-Bereich sind Paradeiser (132,7 Millionen Euro), Paprika (81,2 Millionen Euro) und Gurken (43,7 Millionen Euro).

Einkaufsquellen. Bei den Einkaufsquellen mussten die Verbrauchermärkte leichte Marktanteilsabgänge (von 17 auf 16,7 Prozent) hinnehmen. Supermärkte (von 43,3 auf 43,9 Prozent) und Diskonter (30,1 auf 31,3 Prozent) legten dagegen zu.

schneeweiss@regal.at



Andre Lüling, Mike Port und Philippe Peiró

Port-Gruppe: Klimaneutrale Linie

Die Port-Gruppe hält ihre Schlagzahl. Der international agierende Spezialist für den Import von Obst und Gemüse konnte im abgelaufenen Jahr rund 200.000 Tonnen bewegen. Dabei bezieht das Unternehmen 28 Obst- und 15 Gemüse-Sorten aus knapp 50 Ländern.

Sortimente. Beliefert werden namhafte Großhändler und Lebensmittel-einzelhändler in ganz Europa. Auch in Österreich sind die Hamburger aktiv: „Österreich ist ein relevanter Markt für uns, insbesondere für Beeren und Zitrusfrüchte“, erklärt Geschäftsführer Mike Port. Weitere Top-Seller aus dem Port-Portfolio: Banane, Spargel, Tomaten-Spezialitäten, Gurken und Paprika.

Chancen. Starkes Potenzial ortet Port in der neu gelaunchten Konzept-

marke für klimaneutrales Obst und Gemüse „Be Climate“. Aktuell beinhaltet die klimaneutrale Palette bereits Bananen, Erdbeeren, Heidelbeeren, Blattclementinen und grünen Spargel. Diese Produkte werden bereits im europäischen Raum gehandelt. Dabei baute Port ein schlüssiges Gesamtkonzept: „Wir haben hier eine Linie mit höchster Premium-Qualität kreiert, mit ausgewählten Partnern, zertifizierten Klimaschutzprojekten nach dem höchstmöglichen Standard und Transparenz für den Endkonsumenten durch Verpackungen mit QR-Code.“ Weitere wichtige Eckpfeiler sind Bio und Fairtrade. „Bio und Fairtrade haben eine große Bedeutung für uns und sind fester Bestandteil unserer DNA. Der Anteil an

Bio-Ware beträgt bei uns rund 30 Prozent. Auch unsere Bio- und Fairtrade-Ware ist klimaneutral erhältlich.“

Corona-Krise. Die aktuelle Corona-Krise bewegt und beeinflusst natürlich auch die Frucht-Branche. „Wir bei Port spüren aktuell eine deutlich erhöhte Nachfrage nach frischem Obst und Gemüse. Einflüsse entlang der Lieferkette stellen allerdings aufgrund der aktuellen Situation eine Herausforderung für den internationalen Import dar. Wie diese sich weiter entwickeln, lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt schwer einschätzen. Als Unternehmen, welches bereits zwei Weltkriege miterlebt hat, sind wir sehr zuversichtlich, die Versorgung unserer Kunden weiterhin sicherstellen zu können.“

PORT INTERNATIONAL

Die erste CO₂-neutrale Marke für Obst und Gemüse



KOMBINIEREN SIE IHRE UMSATZZIELE MIT KLIMAZIELEN

- Vorreiterrolle im Bereich Nachhaltigkeit sichern
- So einfach war Klimaschutz noch nie
- Neue Impulse und große Absatzchancen



Frischgemüse aus Österreich!

