



Von einem anderen Kaliber

Franzosen dominieren Segment der schwer fallenden Qualitätsware

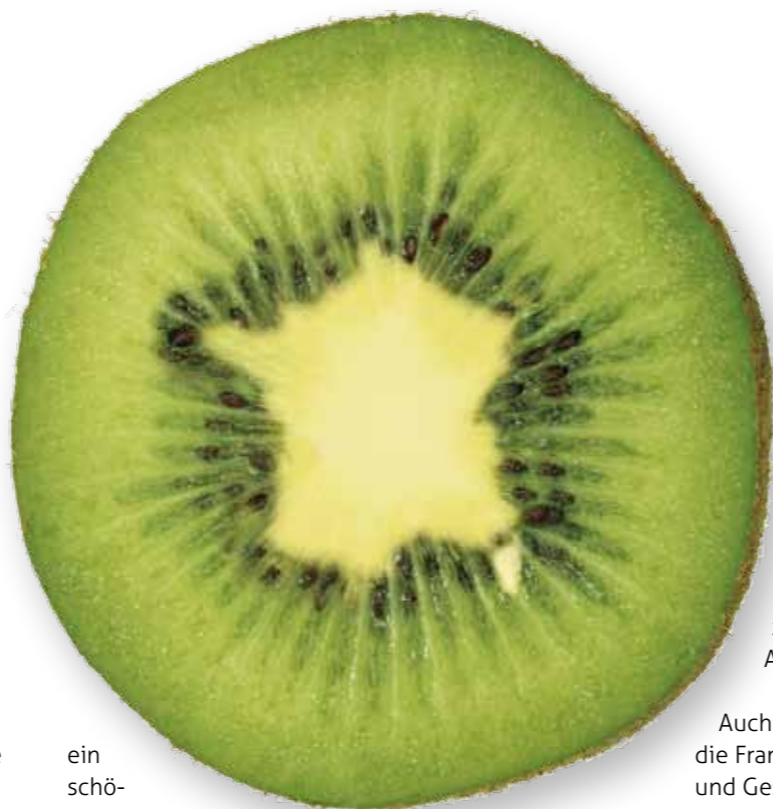
Mit einer Produktionsmenge von rund 70.000 Tonnen gehört Frankreich nicht gerade zu den Schwergewichten der weltweiten Kiwi-Produktion. Und auch bei den Deutschland-Verkäufen können sie mengenmäßig nicht mit den beiden Big Playern Italien und Neuseeland mithalten.

Dennoch ist es den Franzosen gelungen, sich als Spezialist für Top-Qualitäten auf dem deutschen Markt zu etablieren. Das meint auch Carlos Póvoa, Bereichsleiter für den Frankreich-Einkauf beim Fruchtimporteure van Wylick in Düsseldorf: „Die französischen Kiwi-Produzenten haben sich in den letzten Jahren in Deutschland einen guten Namen gemacht. Sie brillieren durch ihre Qualitätsware, die aus einem Zusammenspiel von gutem Terroir und hohem Anspruch resultiert. So haben sie die Regel beherzigt, erst ab einem genau festgelegten Termin zu ernten, wenn der Brix-Wert eine bestimmte Schwelle

überschritten hat. Dadurch heben sie sich geschmacklich deutlich von vielen ihrer europäischen Konkurrenten ab, deren Ware manchmal bereits ab Anfang Oktober verfügbar ist.“

Optimale Wachstumsbedingungen im Südwesten Frankreichs

Grundsätzlich gedeiht die Kiwi-Pflanze in verschiedenen Milieus. Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sind Bodenbeschaffenheit und Klima jedoch von wesentlicher Bedeutung. Die Kletterpflanze ist anfällig gegen Wind und Frost. Beim Boden sind schwere Lehmböden ebenso ungeeignet wie leichte sandige Böden, die den Wasserbedarf der Kiwipflanze nicht ausreichend decken können. Nur wenige Terroirs erfüllen all diese Anforderungen gleichermaßen. Zu ihnen gehört der Süden, vor allem der Südwesten Frankreichs. Im atlantischen Klima gedeihen die Pflanzen besser, entwickeln



ein schöneres Blattwerk und größere Früchte mit ausgeprägterem Aroma.

Geschmack und Größe sieht auch Claude Friederich, Frankreich-Einkäufer beim Obst- und Gemüsevermarkter Kölla als großen Vorteil des französischen Angebots: „In Frankreich finden unsere Kunden Größen, die die Konkurrenz nicht anbietet. Kaliber zwischen 20 und 25

sind dabei besonders gefragt. Außerdem nehmen unsere Großhandelskunden diese Ware bevorzugt, weil sie im Vergleich zur Standardware mehr Aroma hat.“

Auch im Bio-Segment haben die Franzosen in punkto Größe und Geschmack im Vergleich zur Konkurrenz die Nase vorn. Etwa 10 Prozent der Produktion stammt aus biologischem Anbau, Tendenz steigend. War die Produktion aufgrund der niedrigeren Erträge zuerst schwierig, ist sie seit rund zwei Jahren für die Produzenten rentabel geworden.

Verpackung mit Wiedererkennungswert

Bei der Verpackung bieten die Franzosen die gängigen Einheiten an, vom 3-Kilo-Tray mit Plastikeinsätzen über lose Ware in 10-Kilo-Kartons bis hin zu vorverpackter Ware in 1-Kilo-Schalen oder Vierertrays. Einkäufer Carlos Póvoa sieht den Mehrwert der französischen Ware eindeutig in ihrer guten Aufmachung: „Viele französische Produzenten bieten ihre Ware in optisch ansprechenden Verpackungen – hochwertigen Kartonnagen oder sogar Holzkisten – an und versehen die Früchte mit Stickern. Das erhöht den Wiedererkennungswert. Ein Wettbewerbsvorteil, den die Franzosen noch ausbauen könnten, auch, indem sie die Herkunft Frankreich stärker auf dem Produkt selbst hervorheben.“

Aus Sicht des Handels hat Frankreich mit seiner Positionierung als Qualitätsanbieter für Kiwis also gute Chancen, sich zu behaupten oder sogar weitere Marktanteile zu erobern.



Interview mit François Lafitte, Präsident der französischen Kiwi-Erzeugerorganisationen

Frankreich ist zwar der zweitgrößte europäische Kiwi-Produzent, liegt aber in Deutschland weit abgeschlagen hinter Italien. Warum?

Innerhalb von 20 Jahren konnte sich Italien dank großzügiger EU-Kredite für die Pflanzung neuer Plantagen, der guten Strukturierung der Erzeugerorganisationen und der Abwertung der Lira in der Vor-Euro-Zeit zum weltweit zweitgrößten Produzenten entwickeln. Für die französischen Produzenten waren die Voraussetzungen nicht so günstig. Sie konnten nicht von großen Krediten profitieren, sondern mussten sich aus eigener Kraft ihre Stellung als Erzeuger hochwertiger Kiwis erarbeiten.

Was wollen Sie unternehmen, um aus Ihrer Nischenposition herauszukommen?

Dank der Unterstützung der öffentlichen Hand konnten sich die französischen Exportfirmen in diesem Jahr neu aufstellen, um mehr Mengen einzusammeln und zu exportieren. Während die Italiener mit ihren kleinkalibrigen Früchten den deutschen Discount dominieren, sind wir im Hochpreissegment mit Früchten über 100 Gramm bereits gut aufgestellt. Nun wollen wir den deutschen Markt durch unser Angebot im Mittelpreissegment wiedererobern.

Und wie sieht dieses mittlere Segment aus?

Wir wollen zu einem wettbewerbsfähigen Preis bevorzugt Kiwis mittleren Kalibers zwischen 75 und 95 Gramm anbieten. Diese stammen prioritar aus konventioneller Produktion. Es werden jedoch nur Pflanzenschutzmittel angewendet, die für die Bio-Erzeugung zugelassen sind. Alle französischen Produzenten haben sich vertraglich verpflichtet, ihre Früchte erst ab einem bestimmten festgelegten Datum und einem Mindestzuckergehalt zu ernten. Dadurch können wir dem deutschen Handel eine homogene Kiwi-Qualität mit optimalen organoleptischen Eigenschaften – aromatische Qualität und Haltbarkeit im Regal – anbieten.

Und wie sehen Sie Ihre Aussichten auf Erfolg?

Sehr gut. Der europäische Handel erkennt das Qualitätsniveau der französischen Kiwis an. Sie haben mehr Aroma und keinen harten weißen Kern, was die Konsumenten sehr zu schätzen wissen. Preislich liegen sie auf dem Niveau der neuseeländischen Konkurrenz und leicht über den europäischen Mitbewerbern. Aber dieser Preisunterschied rechtfertigt sich durch den Qualitätsvorteil. Der deutsche Handel kann mit französischen Kiwis nur gewinnen.



Von einem anderen Kaliber

Franzosen dominieren Segment der schwer fallenden Qualitätsware

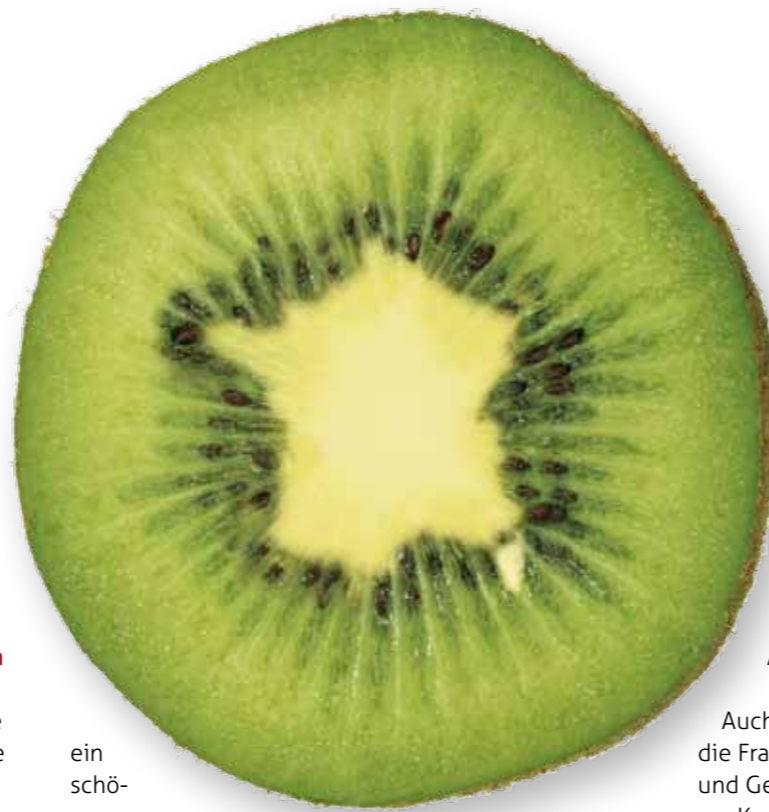
Mit einer Produktionsmenge von rund 70.000 Tonnen gehört Frankreich nicht gerade zu den Schwergewichten der weltweiten Kiwi-Produktion. Und auch bei den Deutschland-Verkäufen können sie mengenmäßig nicht mit den beiden Big Playern Italien und Neuseeland mithalten.

Dennoch ist es den Franzosen gelungen, sich als Spezialist für Top-Qualitäten auf dem deutschen Markt zu etablieren. Das meint auch Carlos Póvoa, Bereichsleiter für den Frankreich-Einkauf beim Fruchtimporteure van Wylick in Düsseldorf: „Die französischen Kiwi-Produzenten haben sich in den letzten Jahren in Deutschland einen guten Namen gemacht. Sie brillieren durch ihre Qualitätsware, die aus einem Zusammenspiel von gutem Terroir und hohem Anspruch resultiert. So haben sie die Regel beherzigt, erst ab einem genau festgelegten Termin zu ernten, wenn der Brix-Wert eine bestimmte Schwelle

überschritten hat. Dadurch heben sie sich geschmacklich deutlich von vielen ihrer europäischen Konkurrenten ab, deren Ware manchmal bereits ab Anfang Oktober verfügbar ist.“

Optimale Wachstumsbedingungen im Südwesten Frankreichs

Grundsätzlich gedeiht die Kiwi-Pflanze in verschiedenen Milieus. Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sind Bodenbeschaffenheit und Klima jedoch von wesentlicher Bedeutung. Die Kletterpflanze ist anfällig gegen Wind und Frost. Beim Boden sind schwere Lehmböden ebenso ungeeignet wie leichte sandige Böden, die den Wasserbedarf der Kiwipflanze nicht ausreichend decken können. Nur wenige Terroirs erfüllen all diese Anforderungen gleichermaßen. Zu ihnen gehört der Süden, vor allem der Südwesten Frankreichs. Im atlantischen Klima gedeihen die Pflanzen besser, entwickeln



ein schöneres Blattwerk und größere Früchte mit ausgeprägterem Aroma.

Geschmack und Größe sieht auch Claude Friederich, Frankreich-Einkäufer beim Obst- und Gemüsevermarkter Kölla als großen Vorteil des französischen Angebots: „In Frankreich finden unsere Kunden Größen, die die Konkurrenz nicht anbietet. Kaliber zwischen 20 und 25

sind dabei besonders gefragt. Außerdem nehmen unsere Großhandelskunden diese Ware bevorzugt, weil sie im Vergleich zur Standardware mehr Aroma hat.“

Auch im Bio-Segment haben die Franzosen in punkto Größe und Geschmack im Vergleich zur Konkurrenz die Nase vorn. Etwa 10 Prozent der Produktion stammt aus biologischem Anbau, Tendenz steigend. War die Produktion aufgrund der niedrigeren Erträge zuerst schwierig, ist sie seit rund zwei Jahren für die Produzenten rentabel geworden.

Verpackung mit Wiedererkennungswert

Bei der Verpackung bieten die Franzosen die gängigen Einheiten an, vom 3-Kilo-Tray mit Plastikeinsätzen über lose Ware in 10-Kilo-Kartons bis hin zu vorverpackter Ware in 1-Kilo-Schalen oder Vierertrays. Einkäufer Carlos Póvoa sieht den Mehrwert der französischen Ware eindeutig in ihrer guten Aufmachung: „Viele französische Produzenten bieten ihre Ware in optisch ansprechenden Verpackungen – hochwertigen Kartonagen oder sogar Holzkisten – an und versehen die Früchte mit Stickern. Das erhöht den Wiedererkennungswert. Ein Wettbewerbsvorteil, den die Franzosen noch ausbauen könnten, auch, indem sie die Herkunft Frankreich stärker auf dem Produkt selbst hervorheben.“

Aus Sicht des Handels hat Frankreich mit seiner Positionierung als Qualitätsanbieter für Kiwis also gute Chancen, sich zu behaupten oder sogar weitere Marktanteile zu erobern.



Interview mit François Lafitte, Präsident der französischen Kiwi-Erzeugerorganisationen

Frankreich ist zwar der zweitgrößte europäische Kiwi-Produzent, liegt aber in Deutschland weit abgeschlagen hinter Italien. Warum?

Innerhalb von 20 Jahren konnte sich Italien dank großzügiger EU-Kredite für die Pflanzung neuer Plantagen, der guten Strukturierung der Erzeugerorganisationen und der Abwertung der Lira in der Vor-Euro-Zeit zum weltweit zweitgrößten Produzenten entwickeln. Für die französischen Produzenten waren die Voraussetzungen nicht so günstig. Sie konnten nicht von großen Krediten profitieren, sondern mussten sich aus eigener Kraft ihre Stellung als Erzeuger hochwertiger Kiwis erarbeiten.

Was wollen Sie unternehmen, um aus Ihrer Nischenposition herauszukommen?

Dank der Unterstützung der öffentlichen Hand konnten sich die französischen Exportfirmen in diesem Jahr neu aufstellen, um mehr Mengen einzusammeln und zu exportieren. Während die Italiener mit ihren kleinkalibrigen Früchten den deutschen Discount dominieren, sind wir im Hochpreissegment mit Früchten über 100 Gramm bereits gut aufgestellt. Nun wollen wir den deutschen Markt durch unser Angebot im Mittelpreissegment wiedererobern.

Und wie sieht dieses mittlere Segment aus?

Wir wollen zu einem wettbewerbsfähigen Preis bevorzugt Kiwis mittleren Kalibers zwischen 75 und 95 Gramm anbieten. Diese stammen prioritar aus konventioneller Produktion. Es werden jedoch nur Pflanzenschutzmittel angewendet, die für die Bio-Erzeugung zugelassen sind. Alle französischen Produzenten haben sich vertraglich verpflichtet, ihre Früchte erst ab einem bestimmten festgelegten Datum und einem Mindestzuckergehalt zu ernten. Dadurch können wir dem deutschen Handel eine homogene Kiwi-Qualität mit optimalen organoleptischen Eigenschaften – aromatische Qualität und Haltbarkeit im Regal – anbieten.

Und wie sehen Sie Ihre Aussichten auf Erfolg?

Sehr gut. Der europäische Handel erkennt das Qualitätsniveau der französischen Kiwis an. Sie haben mehr Aroma und keinen harten weißen Kern, was die Konsumenten sehr zu schätzen wissen. Preislich liegen sie auf dem Niveau der neuseeländischen Konkurrenz und leicht über den europäischen Mitbewerbern. Aber dieser Preisunterschied rechtfertigt sich durch den Qualitätsvorteil. Der deutsche Handel kann mit französischen Kiwis nur gewinnen.