



Einblicke in die Fruit Logistica

Die Berliner Messe Fruit Logistica ist die Weltleitmesse des Frischfrucht-handels, die anfangs Februar stattfand. Sie verzeichnete über 80'000 Fachbesucher aus über 150 Ländern aus dem Umfeld des Früchte- und Gemüsehandels. Die Messe ist eine Plattform für Anbieter, sie ist Marktplatz, bietet Netzwerk-Möglichkeit und sie ist ein Zukunfts-Labor.

Mehr als 3100 Aussteller aus 86 Ländern präsentierten die gesamte Bandbreite der weltweiten Frischfruchtbranche. Natürlich wurden an der Messe wieder einige Weltneuheiten präsentiert und in einem Wettbewerb bewertet. Der

Gewinner des diesjährigen «Fruit Logistica Innovation Award» ging an «Knox – Delayed Pinking in Fresh Cut Lettuce» des niederländischen Unternehmens Rijk Zwaan.

Fortsetzung Seite 2



Wieder ein Osterhase
für jeden Kunden

Seite 3



Herz des Handels
«Love your local market»

Seite 4



Genuss Handwerk

Migros und Coop lancierten anfangs dieses Jahres Plattformen über die Zubereitung von feinen Menüs. Statt Kochbücher sind es nun Kurzvideos, die auf einem App heruntergeladen werden können. Es boomt eine neue Frische für die Zutaten und die Regionalität. Und dies überall und zu jeder Zeit. Handy und Laptop sind Begleiter bei der Menüauswahl, beim Einkauf und in der Küche. Jedes gelungene Werk wird gepostet und kommentiert.

Zum ersten Mal veranstaltete der Branchenverband GastroSuisse die Fachtagung «HOCHGENUSS». Das Gipfeltreffen für Gastronomie und Genuss-Handwerk fand Ende März in Stans statt. Die Idee dahinter: Genussbotschafter wie Gastro-Unternehmer, Köche, Servicefachkräfte, Sommeliers und Produzenten zu animieren, sich für die Gastronomie der Zukunft einzubringen.

«Love your local market» ist der grösste europäische Märkte-Event. 2012 in England entstanden, haben im letzten Jahr über 3000 Märkte in 17 Ländern an diesem Event teilgenommen.

Was lernen wir daraus? Logistik im Food-Verkauf reicht längst nicht mehr. Alles dreht sich um Emotionalität und Erlebnisorientierung. Auch wir sind in diesem Markt tätig.

Michael Raduner

Geschäftsführer
Zürcher Engros-Markthalle AG



«Knox» verzögert die Verfärbung – das so genannte Pinking – an den Schnittträgern von Fresh-Cut-Salaten. Die Haltbarkeit von Salaten kann mit «Knox» um ein bis zwei Tage verlängert werden.

Zukunftsfähige Marktkonzepte

Die Gemeinschaft zur Förderung der Interessen der Frischemärkte, GFI, war mit einem Stand von 300 Quadratmetern vertreten. Die Grossmärkte brachten ihre Kompetenz als moderne, vielseitige und qualitativ hochwertige Handels- und Logistikplattformen zum Ausdruck. Es war ein willkommener Treffpunkt, um alle Partner der gesamten Wertschöpfungskette zu treffen. Intensiv diskutiert wurden so wichtige Themen wie zukunftsfähige Marktkonzepte, die Kunden- und Sortimentsentwicklung und die ungebrochenen Trends zu regionalen und Bio-Produkten. Und natürlich stand

die grosse Frage im Raum: Wie sehen die Zukunftskonzepte der Grossmärkte aus? Dies war auch ein Thema am traditionellen «Schweizer Apéro» am Swiscofel-Stand, ein vielbeachteter Treffpunkt der Schweizer Früchte- und Gemüse-Branchenvertreter.

Digitale Zukunft im Food-Handel

Die Fruit Logistica ist auch Zukunftslabor, das sich mit Trends und Entwicklungen auseinandersetzt. So gab es interessante und prägnante Foren mit hochkarätigen Referenten zu den zukünftigen Herausforderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dazu gehören Themen wie:

- **Mobile Marketing:** Der Kunde will nicht mehr einfach mit einem Rabattsystem belohnt werden, er will ein Verhältnis aufbauen zum Anbieter, er will spüren, dass über ihn und seine ganz individuellen Bedürfnisse nach-

gedacht wurde. Die zukünftige Kommunikation zwischen Kunde und Anbieter wird persönlicher, häufiger, vertrauter, flexibler und in Echtzeit sein, und immer wechselseitig.

- **Smart Shopping:** Ort, Zeit und Emotionen des Users entscheiden massgeblich über den Kauf – der User bestellt abends mit seinem Tablet vom Sofa aus Orangen, wenn diese im Internet einladend präsentiert sind (mit Duft-Handy und der Geruchs-App), und er möchte das gleich geliefert haben.

Welche Konsequenzen diese Entwicklungen für den Früchte- und Gemüsehandel haben, ist weiter zu diskutieren. Tatsache ist, dass das situative eCommerce weiter im Trend ist und der Markt gut daran tut, sich möglichst schnell darauf einzustellen.



ZÜRCHER ENGROSMARKT
*Der frischeste Grossmarkt
der Schweiz.*



Wieder ein Osterhase für jeden Kunden

Inzwischen ist es zur schönen Tradition geworden: Eine süsse Überraschung gab's vor Ostern für jeden Kunden des Zürcher Engrosmarktes. Getreu dem Versprechen «Der frischeste Grossmarkt der Schweiz» waren es wiederum keine Osterhasen, die bereits nach

Weihnachten hergestellt wurden. Sondern es waren wiederum Osterhasen vom Pfyner Confiseur Bürgi. Jeder verteilte Osterhase war somit höchstens ein paar Tage alt und vom Confiseur aus feinsten Schokolade und von Hand hergestellt.






ZÜRCHER ENGROSMARKT
Der frischeste Grossmarkt der Schweiz.



Herz des Handels

Die Bewegung «Love your local market» ist international; sie hat ihren Ursprung in England im Jahr 2012. Es sind Wochenmärkte fürs Publikum. Der Trend ist riesig. 2016 nahmen 1000 Märkte mehr daran teil als im Vorjahr, nämlich 3000. Worum geht es? Es sind Marktbetreiber und engagierte Händler, die an diesem Märkte-Netzwerk teilnehmen. Allein in Deutschland sind es

in diesem Jahr 150 Märkte in 30 Regionen, die mit dem Slogan «Erlebe deinen Wochenmarkt» auftreten. Die Kampagne liefert ein positives Thema in einem schlagkräftigen internationalen und nationalen Netzwerk. Die Plattform unterstützt Marktteilnehmer auf allen Ebenen und verleiht ihnen neues Selbstbewusstsein und neuen Stolz. Trotz aller Herausforderungen, denen sich

der Wochenmarkthandel stellen muss, stehen Freude, Spass, Erlebnisse und intensive persönliche Begegnungen im Fokus der Festwochen. Die deutsche Kampagne lautet in diesem Jahr «Generation Frische». Damit wird die besondere Bedeutung des Einkaufs auf dem Wochenmarkt aus wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Sicht in den Mittelpunkt gestellt – auch für kommende Generationen. Wie die Veranstalter schreiben: «Argumente für die gesunde Rolle des Wochenmarktes für die Bürgerinnen und Bürger einer Region gibt es genug».



Die Zürcher Engros Markthalle AG
 wünscht einen
 schönen Frühlingsbeginn.

Zürcher Engros-Markthalle AG
 Aargauerstrasse 1
 8048 Zürich

Telefon +41 44 444 20 30
 E-Mail: zemag@zemag.ch
www.zuercher-engrosmarkt.ch