



MARKT BERICHT

JAHRESRÜCKBLICK

Vom Krisen-Jahr 2020 fällt wohl nur Wenigen der nahende Abschied schwer. In vielen Bereichen hat das Corona-Virus unsere Lebens- und Arbeitsweise drastisch verändert und bedauernswerterweise zahlreichen Menschen weltweit großes Unheil gebracht. Wir sind in das Jahr voller Vorfreude auf unser 100-jähriges Firmenjubiläum gestartet. Dafür zerbrachen wir uns bereits im Vorjahr den Kopf darüber, welche Essenz wir aus der Unternehmenshistorie gewinnen können. Herausgekommen sind die zwei Kernbegriffe «Wandel» und «Vertrauen». Ohne dass wir es ahnen konnten, hat das Jahr 2020 uns dann ganz anders als erhofft in diesen Bereichen gefordert: Wir mussten uns laufend neu auf die sich ständig ändernden Herausforderungen einstellen. Zugleich lag unser Augenmerk stets auf der Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen, auf den Bedürfnissen unserer Kund*innen und den Erwartungen an uns Lebensmittelhändler als Teil einer systemrelevanten Branche.

Dabei war Vertrauen ein wesentlicher Pfeiler in der Beziehung mit unseren Geschäftspartnern. Zum einen konnten sich unsere Einzelhandelskunden darauf verlassen, dass wir alle Hebel in Bewegung setzen, den zunächst sprunghaft angestiegenen und später sehr wechselhaften Bedarf immer zuverlässig zu bedienen. Zum anderen konnten Großhandelskunden sicher sein, dass wir die Krise mit ihnen gemeinsam durchstehen. Auch in der Beziehung zu unseren langjährigen Lieferanten war es wichtig, sich der gegenseitigen Unterstützung gewiss sein zu können.

Unsere geplante Jubiläumsfeier konnte in diesem Jahr natürlich nicht stattfinden. Trotzdem bringt die Vorfreude, sie in baldiger Zukunft nachholen zu können, zumindest einen kleinen Lichtblick ans Ende dieses leidvollen Jahres.

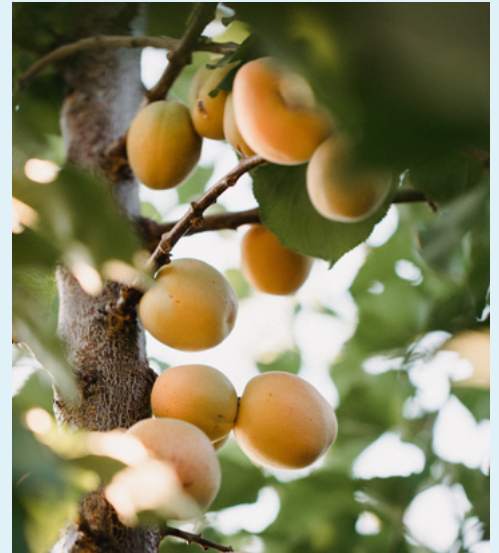
Auch Ihnen wünschen wir einen solchen Silberstreifen am Horizont und natürlich zuvorderst beste Gesundheit für den Jahresausklang und für 2021!



UNSERE PRODUKTE

A P R I K O S E N

Nach einer sehr schlechten Ernte im Jahr 2019 gehen unsere Kontakte in Südafrika heuer von einer besseren Ernte aus. Die Produktion der Sorte «Bulida» ist sehr kurz und findet nur im Dezember und Januar statt. Letztes Jahr konnten lediglich ca. 8.900 Tonnen geerntet werden, in dieser Kampagne gehen wir von etwa 13.000 Tonnen aus. Da die Produzenten zuerst Vorjahresverträge erfüllen müssen, raten wir, einen eventuellen Bedarf zügig abzudecken. Denn die Nachfrage wird absehbar wieder höher als das Angebot sein. Südafrikanische Aprikosen sind besonders aromatisch und zeichnen sich durch ihr intensiv gelbes Fruchtfleisch aus – perfekt für Gourmet-Backwaren.



M A N D A R I N - O R A N G E N

Regierungskrise, Währungsverfall, Inflation, Corona und zudem das schwere Izmir-Erdbeben Ende Oktober – all diese Ereignisse und Katastrophen machen die Lage in der Türkei mehr und mehr unkalkulierbar. Dennoch beweisen die Produzenten Flexibilität, Intelligenz und Innovation. Was wiederum unser Vertrauen in unsere Lieferanten stärkt. Sowohl Konsistenz als auch Geschmack der türkischen Mandarin-Orangen überzeugen, auch der Yield (Ernteertrag) scheint diese Saison hoch zu sein. Seit Anfang Dezember wird verschifft. Die meisten Produzenten sind bereits ausverkauft oder haben nur noch sehr geringe Kapazitäten.

In Spanien begann die Ernte ca. 14 Tage früher als sonst und läuft nun auf Hochtouren. Durch die strengen Hygienemaßnahmen entstehen in Transport und Produktion Mehrkosten, weshalb mit etwas höheren Preisen als im Vorjahr zu rechnen ist. Allerdings ist die Qualität aus Spanien nach wie vor von hoher Qualität.

Auch in China läuft die Produktion bereits. Die Nachfrage nach Dosen-Mandarinen in Großgebunden ist allerdings sehr schwach, weshalb die Rohwarenpreise im Moment eher nachgeben. Wir raten trotzdem, Bedarfe rasch zu decken, denn auch die Einzelhändler kaufen nun ein, danach wird der Preis mit großer Sicherheit steigen.

T O M A T E N

Der Vorsitzende Geschäftsführer des italienischen Verbandes für Obst und Gemüseerzeugnisse (ANICAV) Giovanni De Angelis berichtet, dass die vergangene Saison erheblich von der erschwerten Arbeitsorganisation und Wetterkapriolen gekennzeichnet war. Insgesamt wurden in ganz Italien 5,16 Mio. Tonnen geerntet. In Norditalien konnte gegenüber der schlechten Ernte in 2019 ca. 15,7 Prozent mehr Ertrag gemacht werden, hatte aber auch noch Lieferverpflichtungen aus 2019 zu erfüllen. Im Süden hingegen wurde aufgrund großer Hitze nur etwa die gleiche Menge wie in 2019 (2,40 Mio. Tonnen) eingebracht. Und das, obwohl sich die Anbaufläche vergrößerte. Die Nachfrage nach Kleingebinden ist nach wie vor groß. Bei den Großdosen herrscht jedoch schleppende Abnahme. Dies lässt zwar vermuten, dass sich die Lage in der ersten Jahreshälfte 2021 entspannen könnte, allerdings haben sämtliche italienischen Hersteller bereits Fristen zur sukzessiven Abnahme gesetzt und sind nicht gewillt, die Laufzeit der Kontrakte zu verlängern. Daher gilt nach wie vor unser Ratschlag, sich lieber mit Tomaten zu bevorraten, als teurer nachzukaufen.



A N A N A S

In Thailand hat die Winterkampagne ihren Peek erreicht. Eine der aktuell größten Herausforderungen ist der Arbeitskräftemangel (pandemiebedingtes Einreiseverbot für Saisonarbeiter bspw. aus Myanmar). Die thailändischen Hersteller stehen nun vor dem Problem, dass trotz der geringen Erntemengen die Kapazitäten nicht ausreichen, um die Früchte komplett zu verarbeiten. Einige Bauern versuchten, ihre Waren mit etwas niedrigeren Preisen an die Fabriken zu verkaufen, deshalb gab der durchschnittliche Rohwarenpreis etwas nach. Die Prognose für das Erntejahr 2020 liegt in Thailand bei ca. 1,1 – 1,2 Mio. Tonnen und somit erneut auf dem sehr niedrigen Ernteniveau von 2019 (im Vergleich 2018: 1,7 Mio. Tonnen). Indonesien meldete zuletzt zwar einen minimal verbesserten Ertrag, kann damit aber die niedrigen Erntemengen Thailands, der Philippinen und Kenias nicht ansatzweise ausgleichen. Wir erwarten, dass sich die Lage erst zur Winterernte 2021 entspannen wird. Die größten Engpässe gibt es weiterhin bei Ware im eigenen Saft.



T H U N F I S C H

Der Rohwarenmarkt für Thunfisch (SKJ) zeigte sich in den letzten Wochen fanggebietsübergreifend wieder deutlich steigend. Im asiatischen Raum sind die Anlandungen nach Ende des FAD-Banns niedriger als erwartet und die schweren Unwetter auf den Philippinen belasteten den Fischfang zusätzlich. Das mangelnde Angebot bildet damit einen starken Gegenpol zur mäßigen Nachfrage und großen Unsicherheit, wie sich das Konsumverhalten in der anhaltenden Corona-Pandemie weiterentwickeln wird. Die Rohwarenpreise in Bangkok klettern auf rund 1.450 US-Dollar pro Tonne, in General Santos auf rund 1.550 USD pro Tonne und in Manta wurden bereits bis zu 1.800 USD pro Tonne gezahlt. Zusätzlich treiben die explosionsartig steigenden Seefrachtraten von Asien nach Europa den Preis nach oben. Diese haben sich in kürzester Zeit fast verdoppelt und Entspannung ist nicht in Sicht. Der MSC-Markt muss noch einmal separat betrachtet werden. Der Trend zu nachhaltiger MSC-zertifizierter Ware ist stark und viele Einzelhändler listen mehr und mehr Produkte. Hier übersteigt die Nachfrage aktuell das Angebot deutlich und sorgt für spürbar höhere Preise.

A S I A - A R T I K E L

Egal ob aus China, Japan, Vietnam oder Thailand. Gerichte aus Fernost liegen voll im Trend und begeistern durch ihren besonderen Geschmack. Der «Chen Lu» Asia Salat mit Mungobohnenkeimlingen, Karotten und Mu-Err Pilzen oder das «Chen Lu» China Gemüse mit Mungobohnenkeimlingen, Bambus und Wasserkastanien sind die perfekte Ergänzung für ein Wohlfühl-Wokgericht oder ein cremiges Curry. Auch individuell erhältlich sind die «Chen Lu» Bambus Streifen, Bambus Scheiben oder Mungobohnenkeimlinge. Mit dem praktischen Schraubverschluss halten sich die Delikatessen nach dem Öffnen für einige Zeit im Kühlschrank wie frisch.



Über den Jahreswechsel kann es inventurbedingt zu leichten Verzögerungen bei der Warenauslieferung kommen. Ansonsten sind wir und unser Lager auch «zwischen den Jahren» für Sie im Einsatz.

Wir wünschen Ihnen eine frohe und vor allem gesunde Weihnachtszeit!

Für die Vollständigkeit und Richtigkeit der hier dargelegten Informationen übernehmen wir keine Haftung.

Titel: Marina Zlochyn /stock.adobe.com; Ananas: tango_cat/stock.adobe.com;
Thunfisch: foodandcook/stock.adobe.com