

FRUCHTHANDEL

MAGAZIN

29.09.2023 | FRUITNET MEDIA INTERNATIONAL

39 | 2023

Lesen Sie das Fruchthandel
Magazin auf Ihrem Smartphone,
Tablet oder Desktop



Mehr dazu lesen Sie ab Seite 12.

FLANDERN: ENGAGIERTE GEWÄCHSHAUS- ERZEUGER WEISEN DEN WEG IN DIE ZUKUNFT

Fruchthandel Magazin Retail Award:

Globus, tegut..., Alnatura und Lidl verteidigen Titel

CRUNCHY LETTUCE

Neue Dimensionen
in der Kategorie Salat **S. 19**

UNICOQUE

Französische
(Ge-)Nusstendenz steigend **S. 30**

FRUITNET

Zwischen Erneuern und Bewahren

REO Veiling ► Überall müssen sich die Unternehmen in der O+G-Branche vielen Herausforderungen stellen, um gut für die Zukunft gerüstet zu sein. Auf die genossenschaftlichen Erzeugerorganisationen warten dabei besonders große Aufgaben. Sie sind meist sehr heterogen strukturiert, müssen aber zugleich einen Interessenausgleich unter den Mitgliedern herstellen, die gemeinsame Basis stärken und dennoch marktgerecht agieren. In Roeselare hat sich Filip Vanaken dieser Aufgabe gestellt. Seit rund einem halben Jahr ist er Allgemeiner Direktor und will die Veiling gemeinsam mit den Erzeugern in eine erfolgreiche Zukunft führen. Ich hatte kürzlich Gelegenheit, mit ihm zu sprechen.

Michael Schotten



Auch bei klassischen Freilandprodukten wie Porree soll stärker über alternative Anbaukonzepte nachgedacht werden.

Ohne dies werden wir aus meiner Sicht keinen Erfolg haben.

Worum geht es dabei im Kern?

Im Mittelpunkt steht neben Themen wie Investitionen, Sortimente, Qualität oder Marken ganz besonders die Kommerzialisierung der Produkte. Es geht darum, einen gemeinsamen Weg zu finden, der die Anforderungen des Marktes und die Interessen der von ihrer Struktur her völlig unterschiedlichen Mitgliedsbetriebe gleichermaßen berücksichtigt. Und es geht nicht zuletzt darum, die bestehenden Differenzen über unterschiedliche Verdienmodelle zu überwinden und einen gemeinsamen Weg zu finden, wie wir als Genossenschaft besser und effizienter – vor allem gewinnbringender – für unsere Mitglieder arbeiten können. Dazu müssen wir uns auch als Veiling ein Stück weit

Herr Vanaken, mit dem Frischgeschäft sind Sie schon seit Mitte der 1990er Jahre eng verbunden, seit 2015 sind Sie bei REO außerdem als Finanzdirektor verantwortlich. Als Allgemeiner Direktor sind Sie nun für alles im Unternehmen zuständig, auch für den strategischen Kurs in die Zukunft. Wie fühlt sich das an?

Filip Vanaken: Ich bin zunächst sehr dankbar dafür, dass man mir das Vertrauen geschenkt hat, die strategische Neuausrichtung in die Wege zu leiten. Doch alleine könnte ich gar nichts ausrichten. Das Management-Team setzt sich aus acht Personen zusammen, die die Aufgaben des früheren Generaldirektors übernommen haben und nun schon seit Monaten intensiv zusammenarbeiten. Bereits im Januar haben wir gemeinsam entschieden, dass wir eine neue Road

Map für REO ausarbeiten müssen. Dies ist aber nur die eine Seite. Der zukünftige Kurs von REO Veiling wird keineswegs nur vom Management entschieden, ganz im Gegenteil. Wir stehen angesichts eines auf allen Ebenen herausfordernden Wettbewerbsumfeldes vor einer riesigen Gemeinschaftsaufgabe, und deshalb müssen selbstverständlich auch alle mit an Bord sein. Die strategische Ausrichtung von REO kann nur im engsten Dialog mit den angeschlossenen Erzeugerbetrieben, mit unseren Mitgliedern, gelingen. Das Verhältnis zwischen den Erzeugern und dem Management muss nach meiner festen Überzeugung wieder enger werden, die Erzeuger müssen das sichere Gefühl haben, dass sich die Zusammenarbeit mit der Veiling für sie lohnt. Und sie müssen spüren, dass wir ihre Interessen auch wirklich wahrnehmen.



Filip Vanaken hat sich zum Ziel gesetzt, dass Erzeuger und Veiling wieder enger zusammenrücken.

neu erfinden, wozu auch gehört, sich angesichts der in den letzten Jahren immer größer gewordenen Gewächshaus- und Freilandbetriebe neuen Formen der Vermarktung zu öffnen. Dies beinhaltet auch die Möglichkeit, stärker direkt mit den Kunden im Lebensmitteleinzelhandel in Kontakt zu treten.

Läuft das dem Genossenschaftsgedanken nicht zuwider?

Es ist nun einmal eine Tatsache, dass die Gewächshausbetriebe immer größer werden und sich dadurch auch neue Möglichkeiten für sie eröffnen. Dem muss man irgendwie Rechnung tragen. Gleichzeitig steht im Rahmen des genossenschaftlichen Ansatzes im Vordergrund, seine Identität als kooperative Vermarktungsorganisation nicht preiszugeben, seine Flexibilität nicht durch zu einseitige Konzentration auf Kontraktgeschäfte zu verlieren. Die Veilinguhr muss als Mittel der preislichen Transparenz und als Preis-Benchmark auch weiterhin Bestand haben. Denn fest steht ja auch: Nicht alle Betriebe besitzen eine Größe, die sie in die Lage versetzt, direkt mit dem LEH zu arbeiten. Auch diese Erzeuger sollen alle Möglichkeiten haben, ihre Produkte zu wirtschaftlich auskömmlichen Preisen zu vermarkten.

Zwischen Erneuern und Bewahren soll also ein Ausgleich geschaffen werden, oder?

Ja, zwischen den von mir beschriebenen Vermarktungsformen müssen wir eine Balance finden. Entscheidend ist, die Konkurrenz unter den Betrieben nicht noch größer werden zu lassen, sondern ausgleichend zu wirken. Die Gefahren für die kleineren Betriebe dürfen wir nicht zu groß werden lassen und gleichzeitig die Chancen für größere Betriebe nicht unnötig beschneiden. Wie wichtig Genossenschaften in dieser Hinsicht sind, sollten wir uns wieder verstärkt klar machen. Dies zeigt ein Blick in unser Nachbarland, in die Niederlande. Dort wurden schon mehrfach

genossenschaftliche Strukturen aufgelöst und neue Unternehmen gegründet. Als man dann jedoch merkte, dass sich die Betriebe nur noch gegenseitig verdrängt haben, statt zusammenzuarbeiten, ist man ganz schnell wieder zur genossenschaftlichen Organisationsform zurückgekehrt. Ich finde das sehr bezeichnend.

Sie sagen, dass an der Erstellung der neuen Road Map alle und insbesondere die Mitgliedsbetriebe mitwirken sollen. Wie wird das in der Praxis umgesetzt?

Bis wir eine passende Lösung für die REO Veiling gefunden haben, führen das Management und die Mitgliedsbetriebe in allen Unternehmensbereichen noch intensive Gespräche miteinander. Nachdem wir im Januar die Notwendigkeit einer strategischen Neuausrichtung erkannt hatten, haben wir zunächst einmal die Erzeugerbetriebe angeschrieben und zu Gesprächen eingeladen. In den darauffolgenden, thematisch gegliederten Versammlungen – viele auch mit externer Moderation – konnten wir die für die Betriebe entscheidenden Themen zunächst einmal besser kennenlernen und verstehen, worauf es ankommt. Auf dieser Grundlage wurden und werden gerade detaillierte Themendossiers erstellt, die dann erneut gemeinsam besprochen werden. Und erst danach können wir auf dieser Grundlage letztendlich die Zielstrategie formulieren.

Welche anderen Themen außer der Kommerzialisierung werden dabei eine Rolle spielen?

Ich hatte kurz schon einmal die Bereiche Sortimente und Marken angedeutet. Hier werden wir schauen, ob wie unsere Markenarchitektur ein wenig mehr in Richtung der Konsumenten ausrichten können. Von den Sortimenten her wird man vieles mit den Betrieben besprechen, auch, wie wir die immer stärker regulierte Freilandproduktion besser handhaben können. Aber auch die Märkte werden wir noch



einmal auf den Prüfstand stellen. In den vergangenen Jahren stand Frankreich schon aufgrund der Nähe zu uns stark im Fokus. Aber ich denke, es lohnt sich auch Deutschland, das über die Jahre Marktanteile eingebüßt hat, wieder mehr in den Blick zu nehmen.

Wann wird dies alles nach Ihrer Einschätzung abgeschlossen sein?

Ich gehe davon aus, dass wir die neue Zielstrategie gegen Ende des Frühjahrs oder im Frühsommer 2024 kommunizieren können. Mir ist bewusst, dass dies kein einfacher Weg wird, aber wir müssen einfach etwas tun, um dem hohen Wettbewerbsdruck standhalten zu können. Je früher die Erzeuger wieder das sichere Gefühl haben, ‚die Veiling, das sind wir‘, desto besser. ●

Äpfel und Birnen reisen ‚Business-Class‘ im neuen Sortierzentrum

BelOrta ► Es wurde nicht anders erwartet, aber nun ist es offiziell: Belgiens führender Obst- und Gemüsevermarkter BelOrta hat von der Wettbewerbsbehörde des Landes grünes Licht für die Übernahme der Belgischen Fruitveiling (BFV) erhalten. Damit kann das Unternehmen sein Produktportfolio und seine Liefermengen erheblich ausweiten. Die offizielle Inbetriebnahme des neuen State-of-the-art-Sortierzentrums in Borgloon, welches ich für diese Ausgabe besucht habe, kommt da genau zur richtigen Zeit.

Michael Schotten

Mit dem neuen Sortierzentrum ist BelOrta endgültig in die Top-Liga der europäischen Kernobstanbieter aufgestiegen. Mit einer Fläche von 11.800 m² und einer Jahreskapazität von 40.000 t bis 60.000 t Äpfeln und Birnen ist dieses Projekt das Ergebnis von vier Jahren intensiver Arbeit, die sich auf die Zentralisierung, Automatisierung und Optimierung der Kernobstlogistik konzentrierte. „Die innovative Infrastruktur nutzt fortschrittliche Technologien wie optische und Infrarotkameras für eine genaue interne und externe Qualitätsbewertung. Darüber hinaus umfasst unser neues Sortierzentrum eine separate Vorsortieranlage für Äpfel und eine kombi-

Bei Äpfeln hat das neue Sortierzentrum eine Kapazität von durchschnittlich zehn Tonnen pro Stunde.



nierte Vorsortier- und Sortieranlage für Birnen, zwei Verpackungslinien, acht Verladedocks, Kühllhäuser für den Ein- und Ausgang, Zwischenlager und die erforderlichen technischen und sozialen Einrichtungen“, sagt Laurent De Smedt, Bereichsleiter Hartobst bei BelOrta. Den neuen Standort habe man sorgfältig ausgewählt, wobei die idealen Logistikströme sowohl für die Produkte als auch für die Menschen im Vordergrund standen. Hierbei wurde nicht nur die Effizienz in den Blick genommen, sondern auch die Sicherheit der betrieblichen Prozesse. So fahren deutlich weniger Gabelstapler, als dies früher der Fall war, durch die Sortierhalle, die im Übrigen direkt neben der Verpackungshalle liegt. Durch diese Nähe wird die Zahl der Transportbewegungen weiter eingeschränkt. Unter dem Strich wirkt alles da-

durch viel weniger hektisch. „Das kann man spüren, wenn man durch die Halle geht. Im Vergleich zum alten Sortierzentrum läuft dank der optimalen räumlichen und organisatorischen Aufteilung alles viel ruhiger und geordneter ab. Selbst wenn große Mengen durch die Anlage laufen“, so De Smedt weiter.

Hightech-Infrastruktur

Und es laufen große Mengen durch die Anlage. Bei Äpfeln liegt die Kapazität bei durchschnittlich zehn Tonnen pro Stunde und bei Birnen bei durchschnittlich acht Tonnen. Die Spitzenwerte können zu Saisonhöhepunkten jedoch noch etwas darüber liegen. Besonders innovativ ist auch die Kameratechnik, die im neuen Sortierzentrum eingesetzt wird. Die verwendeten Hightech-Kameras zählen unter Experten



Laurent De Smedt, Bereichsleiter Hartobst bei BelOrta



Birnen werden in Borgloon nicht nur gründlich sortiert und gewaschen, auch ihre Qualität wird mit modernsten Kameras lückenlos überprüft.

zu den modernsten, die es derzeit überhaupt gibt. „Nicht nur im Apfelbereich können wir das Sortierergebnis dadurch weiter verbessern, auch bei Birnen gibt es etwas Besonderes. Die Birnen werden nach dem ersten Scan automatisch und blitzschnell um 180 Grad gedreht, damit die Frucht auch auf der anderen Seite hinsichtlich ihrer inneren und äußeren Qualitätsparameter untersucht werden kann“, fährt Laurent De Smedt fort. Im neuen Sortierzentrum wurde außerdem auf maximale Nachhaltigkeit bei den Betriebsabläufen geachtet. Beispiele dafür sind die effiziente Raumnutzung mit der Versorgung der Verpackungen aus dem Zwischengeschoss darüber und die Minimierung des Wasserverbrauchs durch Wiederverwendung über die Wasseraufbereitung und die Nutzung von Regenwasser. Das Regenwasser von den Dächern und Pflasterflächen wird außerdem in einem von der Stadt Borgloon errichteten Auffangbecken in der umliegenden Grünfläche gesammelt und den Landwirten zur Bewässerung zur Verfügung gestellt. Der gesamte Energiebedarf wird zudem durch Solarzellen auf den Dächern mit einer Spitzenleistung von 1,6 Megawatt gedeckt.

Stark aufgestellt

Mit der neuen Anlage wird BelOrta ohne Zweifel zukünftig noch besser auf die Anforderungen der Kunden

im In- und Ausland eingehen können und noch flexibler und marktgerechter agieren. Auch für die Mitgliedsbetriebe, deren Zahl sich durch die Übernahme der Belgischen Fruitveiling weiter erhöht, eröffnen sich neue Perspektiven und die Chance auf mehr Wirtschaftlichkeit. Etwas, das im Apfelbereich nach einem äußerst schwierigen Jahr auch unbedingt erforderlich ist. „Es war ein sehr schlechtes Jahr für Äpfel mit ausgesprochen niedrigen Preisen. Ganz im Gegensatz dazu ist das Birnengeschäft in diesem Jahr seit Februar ausgesprochen gut verlaufen und darauf bauen wir nun auch auf. Die Märkte waren zu diesem Zeitpunkt gut geräumt und es kam auch nicht viel Ware aus der Südlichen Hemisphäre nach Europa. Die gute Nachricht ist, dass die Lagerbestände bei Äpfeln aktuell komplett leer sind. Auch bei Birnen ist die Marktsituation

Alle Arbeitsprozesse wurden auf höchste Effizienz und Sicherheit hin ausgerichtet.

vorteilhaft, weil die Erntemengen in Europa einfach deutlich kleiner sind als im vergangenen Jahr und wir in Belgien mit rund 400.000 t eine gute Ernte haben. Zudem sehen wir, dass die Anbauflächen in Italien und damit einem der Hauptlieferanten von Birnen, unter Druck stehen. Das könnte unsere Marktposition in den kommenden Jahren verbessern“, so Laurent De Smedt. Neben der Hauptsorte Conference habe man bei BelOrta auch Konsequenzen in diverse andere Birnensorten investiert. „Wir sagen unseren Erzeugern, dass sie durch Auswahl anderer Sorten als Conference ihre Risiken einfach besser verteilen können. Neben der Risiko-Minimierung geht es jedoch auch um unterschiedliche Erntefenster, also um Sorten, die vor und nach der Conference-Ernte gepflückt werden können.“ Diesbezüglich seien in den vergangenen Jahren vor allem Blush-Birnen gepflanzt worden, in besonderem Maße die Sorte QTee®. „Durch die Integration der Belgischen Fruitveiling kontrollieren die Erzeuger von BelOrta rund 85 % der Gesamtmengen dieser Birne in Belgien. Darüber hinaus haben wir auch noch die Birne Fred®, für die wir in den Benelux-Ländern die Exklusivrechte besitzen. Mit unseren freien Varietäten und mit den Clubsorten sind wir aber eigentlich auch bei Äpfeln gut aufgestellt. Zwei Highlights im Sortenspektrum sind Kanzi® und Morgana®, bei denen wir die Anbauflächen in Zukunft ausweiten werden.“ ●





Eine saftige Überraschung

Wouters Fruit ► Das Familienunternehmen aus Rummen, zwischen St. Truiden und Hasselt und damit im Herzen des belgischen Obstanbaus gelegen, ist schon seit drei Jahrzehnten eine feste Größe in der Kernobstbranche. Wouters Fruit verfügt über eine eigene Produktion von Birnen, Äpfeln, Kirschen, Erdbeeren sowie Johannisbeeren und Pflaumen. Im Birnenbereich hat das Unternehmen nicht nur Conference im Angebot, sondern ist in Belgien auch exklusiver Lizenzinhaber für die Red Blush-Birne QTee®, die auch auf dem deutschen Markt immer mehr Liebhaber findet.

Michael Schotten

Für Belgien rechnet Kris Wouters mit einer Gesamtmenge von 4.500 t QTee®-Birnen.

Conference-Birnen dominieren in Belgien mit großem Abstand zu den nachfolgenden Varietäten die heimische Birnenproduktion. Auch die Ausfuhren in Richtung Deutschland, wo die Verbraucherinnen und Verbraucher sich immer häufiger für diese Sorte entscheiden, konnten in den vergangenen Jahren erheblich ausgeweitet werden. Dies ist zum einen das Resultat einer jahrelangen intensiven Marketingarbeit, die in Belgien im Rahmen einer EU-Kampagne von Flanderns Agrar-Marketing-Büro VLAM geleistet wird. Zum anderen profitiert Belgien ungewollt von der strukturellen Krise, die Abate Fetel in Italien seit Jahren aufgrund von Missernten erlebt. Dass Belgien im Birnenbereich aber noch weitaus mehr zu bieten, weiß auch Kris Wouters, Geschäftsführer des gleichnamigen Obstbau- und Vermarktungsbetriebs. Ein Beispiel ist die Lizenzsorte QTee®, mit der Kris Wouters im Jahr 2011 begonnen hat. Laut Wouters beträgt die belgische Anbaufläche derzeit rund 150 ha, sein Betrieb fungiert als Bündler und Vermarkter für viele andere Erzeuger. „Es ist eine frühe Birne, die in Belgien normalerweise bereits Anfang bis Mitte August geerntet werden kann, in Spanien sogar noch einen Monat früher. Um rechtzeitig in die Saison starten zu können, importieren wir dann auch Ware aus Spanien. Vor allem in diesem Jahr, wo die Vegetation in Belgien etwas später war und in Spanien besonders früh. So-

bald die belgische Saison beginnt, wird jedoch auf die heimische Produktion umgestellt“, erklärt Kris Wouters. Etwa gegen Ende Oktober sei die Verkaufssaison für QTee® dann auch schon beendet.

Gute Voraussetzungen

Mit der Qualität der Früchte ist Kris Wouters in dieser Saison alles in allem sehr zufrieden. „Wir hatten im Frühjahr und auch später keine großartigen Schäden durch Frost oder Hagel. Ich rechne daher für Belgien mit einer Gesamtmenge in Höhe von ca. 4.500 t“, sagt Kris Wouters. QTee® hat sich inzwi-

schon zu einer Birnensorte mit großer internationaler Verbreitung entwickelt, bislang wurde in 15 Ländern ein Kontrakt für den Anbau unterzeichnet, darunter neben Belgien auch in Deutschland, Frankreich und Italien. Auch im Süden Europas ist das Interesse an der Birne deutlich gewachsen. Verkauft wird sie von Wouters Fruit in über 20 Länder, wobei Deutschland der wichtigste Absatzmarkt ist. Ihre Wurzeln hat QTee® jedoch im hohen Norden, denn die Birne wurde im Jahr 1987 in Norwegen auf der Grundlage einer Kreuzung der Sorten Williams und Colorée de Juillet entwickelt. „Neben ihrem ausge-

Kris Wouters bündelt und vermarktet die Ware zahlreicher Birnenerzeuger.





PiqaBoo® – der Gipfel der Knackigkeit

Neu im Sortiment von Wouters Fruit ist auch die kräftig-rote Birne PiqaBoo®, für die Kris Wouters die Lizenzrechte auf dem belgischen Markt erworben hat. Es ist eine Birne, die in Neuseeland auf einer Fläche von 70 ha angebaut wird, in Europa jedoch noch weitestgehend unbekannt ist. Freunde von Nashi-Birnen, die ein besonderes Frischerlebnis suchen, werden voll auf ihre Kosten kommen. PiqaBoo®-Birnen schmecken nämlich genau wie Nashis am besten, wenn sie gekühlt verzehrt werden. „Die Birne ist besonders knackig und crisp und besitzt einen mildsüßen Ge-

schmack. Das helle Fruchtfleisch steht in attraktivem Kontrast zu der intensiven roten Deckfarbe, die bei idealen Witterungsbedingungen entsteht. Die Birne hat vor allem in den asiatischen Märkten, darunter in China, Singapur und Vietnam, schon viele Fans gefunden. Ich sehe jedoch auch für Europa gute Vermarktungschancen“, so Kris Wouters. Die Anbauflächen für das neue Produkt sind bei Wouters Fruit derzeit noch sehr überschaubar, sie sollen aber in Zukunft ausgeweitet werden. „Momentan haben wir 100 Testbäume und eine Anbaufläche von 3,5 ha. Dazu sollen erst einmal drei weitere Hektar hinzukommen, danach schauen wir weiter“, blickt Kris Wouters voraus. ●

zeichneten Geschmack besitzt die Sorte auch eine gute Haltbarkeit“, so Kris Wouters. Zukünftig will er auch mit der Birne Xenia® beginnen. „Ich bin von den Lizenzgebern in den Niederlanden gefragt worden, ob ich die Birne in Belgien anbauen und vermarkten kann. Dies nehme ich gerne in Angriff.“

Ein neues Produkt sind PiqaBoo®-Birnen, deren Anbaufläche in Belgien sukzessive vergrößert werden soll.

Ausweitung des Produktspektrums

Tomato Masters ► Der Gewächshausbetrieb mit einer Fläche von insgesamt 21 ha hat in der Vergangenheit ausschließlich Tomaten kultiviert. In diesem Jahr wurden in der modernen Unterglasanlage in Deinze aber zum ersten Mal auch Gurken sowie rote und gelbe Paprika angebaut. Mit den Erfahrungen sind Johan Vlaemyck und sein Neffe Tom insgesamt recht zufrieden.

Michael Schotten

Tomato Masters ist ein Mitgliedsbetrieb der Coöperatie Hoogstraten, die Tomaten werden von der Veiling an die Kunden im In- und Ausland vermarktet. Über die Grenzen Belgiens hinaus wurde der Betrieb vor allem bekannt durch die Kooperation mit der Fischfarm Aqua4C, die das Regenwasser in den riesigen Auffangbecken von Tomato Masters nutzte. Umgekehrt konnte der Tomatenbetrieb das Wasser des Fischbetriebs zur Düngung verwenden. Anfang September wurde die aus Sicht von vielen zukunftsweisende Kooperation dann doch nicht weiter fortgesetzt. In der Branche wird vermutet, dass der Fisch nicht

zu konkurrenzfähigen Preisen in den Markt gebracht werden konnte. Für Tomato Masters stellt das insofern kein Problem dar, als sie dank ihrer drei Wasserbassins mit einem Gesamtfassungsvermögen von 125 Mio l Regenwasser sowie so bestens aufgestellt sind. Nachhaltigkeit ist auch sonst die Devise im Betrieb, der in dritter Generation nach wie vor als reines Familienunternehmen geführt wird. So kommen in den Gewächshäusern zum Beispiel Anbauflächen zum Einsatz, die zur optimalen Nutzung des Regenwassers beitragen, überschüssiges Wasser wird gereinigt und als Gießwasser wiederverwendet. Die Gewächshäuser sind zudem



Foto: Tomato Masters

mit beweglichen Energieschirmen ausgestattet, die den Energiebedarf beträchtlich senken helfen. Dennoch ist Energie aus Sicht von Johan Vlaemyck nach wie vor ein Riesenthema. „Dass wir überschüssige Energie aus unseren Gewächshäusern verkaufen können, ist in der angespannten Situation mit enorm hohen Kosten eine große Hilfe. Positiv ist auch, dass wir bis zum Jahr 2026 vorteilhafte Gasverträge abschließen konnten. Ab November werden wir nun wieder künstlich belichtete Wintertomaten anpflanzen“, sagt Johan Vlaemyck.

(v.l.) Johan, Herman, Tom und Dirk Vlaemyck

Neue Produkte

Die Wintertomaten werden auf einer 5,6 ha großen Fläche mit Wachstumslicht produziert, wo bis vor kurzem noch Gurken wuchsen. „Eigentlich sind wir mit den Erfahrungen im ersten Jahr recht zufrieden, wenn man von ganz normalen Schwierigkeiten einmal absieht, die bei einer neuen Kultur immer auftreten können. Aber das sind Dinge, die wir gut in den Griff bekommen können“, führt Tom Vlaemynck aus, der vom kommenden Jahr an die Nachfolge seines Onkels Johan antreten wird. Dieser wird sich dann aus dem Geschäft zurückziehen. Zum Zeitpunkt meines Besuchs im Gewächshaus lief die Paprika-

Auf einer Fläche von neun Hektar werden jetzt auch Paprika angebaut.



Tomaten waren seit jeher das Hauptprodukt im Betrieb.



produktion gerade aus, angebaut werden auf einer Fläche von gut 9 ha rote und gelbe Paprika. „Auch hier ist es ein ungewohnter Anblick, wenn man bedenkt, dass die Familie Vlaemynck seit dem Jahr 1966 ununterbrochen Tomaten gezüchtet hat“, so Tom Vlaemynck.

Im Tomatenbereich wurden bei meinem Besuch die Sorten Elite und Intense™ produziert. Bei Elite handelt es sich um einen der Klassiker im Flandria-Sortiment schlechthin. Es ist eine mittelgroße Rispentomate, die sich durch ausgezeichneten Geschmack, lange Haltbarkeit, eine leuchtendrote Farbe und vielseitige Verwendbarkeit auszeichnet. Und bei der Intense™-Tomate handelt es sich um eine besonders im Foodservice- und Gastrobereich sehr beliebte Frucht, da sie sehr wenig saftet und trotzdem saftig schmeckt. Dadurch ist sie auch für den Salat zuhause bestens geeignet. „Ich gehe davon aus, dass wir in Belgien langfristig gesehen gegenüber den

Anbietern in Südeuropa, die unter einem extremen Wassermangel leiden, klare Vorteile haben werden. Wir sind bei der Ressource Wasser einfach deutlich besser aufgestellt, nicht zuletzt, weil wir sehr viel Zeit und Geld in nachhaltige Produktionsabläufe investiert haben. Auf diese Weise sind wir in der Lage, eine stabilere Produktqualität anzubieten und Engpässe weitestgehend zu vermeiden“, so Johan Vlaemynck.

Sorgen macht man sich bei den Tomato Masters wie fast überall in der europäischen Tomatenproduktion nach wie vor um das Jordan-Virus, Fachname ‚tomato brown rugose fruit virus‘. Bei meiner Besichtigung wurden denn auch akribisch auf die Einhaltung aller erforderlichen Hygieneregeln im Gewächshaus geachtet. „Von den angeblich gegen das Virus resistenten Tomatensorten bin ich noch nicht voll überzeugt. Wir bleiben lieber sehr, sehr vorsichtig.“ ●

TAGESAKTUELLE NEWS jeden Morgen in Ihrem Postfach -
Fruchthandel Newsmail auf www.fruchthandel.de kostenlos abonnieren.

Fruchthandel-Mediateam