

DFHV

FrischeSeminar zur Sensorik bei O+G



Den Spruch „Das Auge isst mit“ kennt jeder, aber welche Aufgabe haben eigentlich Nase, Hände, Ohren und Zunge? Warum schmeckt jeder oft etwas Anderes? Und was hat das alles mit Obst und Gemüse zu tun? Um die sensorische Beurteilung in der Qualitätskontrolle geht es beim Basis-Seminar „Der Apfel schmeckt nicht! Grundlagen der Sensorik bei Obst und Gemüse“ des Deutschen Fruchthandelsverbandes (DFHV) am 28. Oktober 2014 in Bonn.

Ziel dieses Spezialisten-Seminars ist vor allem, vielfältige Anregungen für die Umsetzung in der täglichen Praxis rund um die Sinneswahrnehmung von Obst- und Gemüseprodukten zu liefern. Auch im Hinblick auf eine verbesserte Kommunikation zwischen Lieferanten und Kunden bei Reklamationen ist ein profundes Wissen rund um die Sensorik in der Qualitätssicherung hilfreich. Die Schulung richtet sich vor allem an Mitarbeiter aus den Bereichen Qualitätsmanagement und -sicherung. Aber auch Teilnehmer, die ihr Wissen über das Thema Sensorik bei Obst und Gemüse erweitern wollen, bietet die Fortbildung hilfreiche Tipps.

Veranstalter ist das FrischeSeminar, die DFHV-Bildungsplattform. Die Weiterbildung findet in enger Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg statt. Mit der Teilnahme verbunden ist daher eine IHK-Teilnahmebescheinigung. Anmeldeschluss ist der 14. Oktober 2014. Anmeldung unter www.frischeseminar.de.



naheliegenderfrisch

Lindner GmbH

Fruchtimport und Handelsgesellschaft
im Frischezentrum Frankfurt

Josef-Eicher-Str. 10 · 60437 Frankfurt am Main
Fon +49 69-40 10 08-0 · Fax +49 69-40 10 08-25
www.lindnerfood.de

Alles. Frisch.®

Lindnerfood

Silke Pfeffer,
Kaufmännische
Leitung (Prokuristin)
des Frischezentrums
Frankfurt gemeinsam
mit Geschäftsführer
Adolf Kannengießer
(r.) und Andreas
Foidl, Geschäfts-
führer Berliner
Großmarkt GmbH
und GFI-Vorstand.



FRISCHEZENTRUM FRANKFURT

Frische-Erlebnis-Tag zum 10-jährigen Jubiläum war ein voller Erfolg

Rund 25.000 Besucher nutzten am 28. September bei schönstem Wetter den „Frische-Erlebnis-Tag“, um im Frischezentrum Frankfurt einmal hinter die Kulissen des Handelsplatzes blicken und Frische pur erleben zu können.

Anlässlich des 10-jährigen Jubiläums des Standortes hatte das Frankfurter Frischezentrum zum „Frische-Erlebnis-Tag“ mit einer Vielzahl von Attraktionen, kulinarischen Highlights und Verkostungen eingeladen. Nicht nur die rund 25.000 Besucher waren von dem umfangreichen Angebot begeistert. Auch Frankfurts Oberbürgermeister Peter Feldmann war zum Jubiläum gekommen und beglückwünschte die Mitarbeiter des Frischezentrums für die ausgezeichnete Arbeit, die in den vergangenen zehn Jahren geleistet worden sei. „Frankfurt war schon immer eine Stadt des Handels, aber von der Eröffnung des Frischzentrums vor rund zehn Jahren haben wir noch einmal zusätzlich stark profitiert. Die Stadt Frankfurt ist sehr stolz auf das von Ihnen Erzielte und wünscht den Händlern auch für die Zukunft weiterhin gute Geschäfte“, sagte Peter Feldmann.

Die Festredner zogen unisono eine positive Bilanz für den im Jahr 2004 vollzogenen Standortwechsel nach Frankfurt-Kalbach. Zunächst noch zögerlich und etwas besorgt über die Aufgabe des alten Standortes am Osthafen, hätten die Händler die zahlreichen Vorteile des neuen rasch erkannt. „Händler und Kom-



Wolfgang Lindner, Geschäftsführer von Lindner Food und stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender des Frischezentrums.

mune haben gemeinsam in Frankfurt ein richtungsweisendes Modell geschaffen, das auch für andere Frischezentren im In- und Ausland beispielhaft sein kann. Allen anfänglichen Unkenrufen zum Trotz hat sich das Frischezentrum als ausgesprochen erfolgreich erwiesen und sich weit über die Grenzen des Rhein-Main-Gebiets hinaus etabliert“, sagte beispielsweise Wolfgang Lindner, Geschäftsführer von Lindner Food und stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender des Frischezentrums. Der Erfolg des

Frischezentrums sei nicht zuletzt auch der übersichtlichen Aufgliederung der Hallenkomplexe zu verdanken, wurde in Frankfurt betont. Hohe Funktionalität, moderne Technik, die zentrale Lage und ein



In der Halle und davor wurde auch für die kleinen Gäste viel geboten, hier z.B. am Stand der Bunnfrucht GmbH.

Der Erlös von „Hessens größtem Ratatouille“ wurde für einen guten Zweck gespendet.



erweitertes Warenangebot böten auf einer Grundstücksfläche von 13,3 ha schließlich optimale Voraussetzungen für einen erfolgreichen Handel. Das Herzstück sei dabei die 23.000 m² große Verkaufshalle, die zur besseren Übersicht in die drei Sortimentsbereiche „Obst und Gemüse“, „Erzeuger“ und „Spezialitäten“ aufgeteilt wurde. Hinter der Verkaufshalle befindet sich die 16.500 m² große Lagerhalle mit Lager- und Distributionsflächen. Jährlich würden schätzungsweise 300.000 t Frischware aus der ganzen Welt und etwa 140.000 t heimische Ware

über das Frischezentrum auf den Tellern von fünf Millionen Verbrauchern landen.

Viele Attraktionen

Doch natürlich wurde in Frankfurt nicht nur geredet, sondern vor allen Dingen viel geschaut, geschnuppert und probiert. Die rund 100 Händler hatten ein abwechslungsreiches Programm vorbereitet und ließen die Besucher an ihren Ständen eine Vielzahl an Frischeprodukten verkosten. Obst und Gemüse spielte dabei naturgemäß ei-

ne herausragende Rolle. Die Besucher hatten dadurch auch die Möglichkeit, sich einmal über nicht alltägliche Früchte zu informieren. Vor der Markthalle war auch für die kleinen Gäste viel spaßige Unterhaltung geboten, u.a. im eigens eingerichteten Erlebnispark für das „Junge Gemüse“.

Gleich nebenan bereitete der bekannte TV-Koch Meikel Pedrana mit seinem Team außerdem Hessens größtes Ratatouille zu. Dabei wurden rund 600 kg Gemüse und 200 kg Obst für einen guten Zweck gewaschen, geschält und geschnippelt. Jeder der wollte, konnte davon probieren. Unterstützt wurde die Aktion von den ansässigen Händlern, die die Ware kostenlos für einen guten Zweck zur Verfügung gestellt hatten. Insgesamt wurden so mehr als 1.200 Euro für die Bärenherz-Stiftung Erlöst, die ihre Arbeit der Entlastung von Familien mit schwerstkranken Kindern widmet.

Am Ende des Tages waren schließlich alle rundum zufrieden. Zu hoffen ist, dass das Frischzentrum Frankfurt auch in Zukunft solche oder ähnliche Aktionen für die Öffentlichkeit anbietet. Interessierte Besucher gibt es, wie zu sehen war, jedenfalls genügend. *m.s.*



Frischezentrum Frankfurt • Josef-Eicher-Str. 10 • 60437 Frankfurt am Main
Tel: +49 (0) 69 / 94 333 2 – 0 • Fax: + 49 (0) 69/ 94 333 2 – 99 • info@bunnfrucht.de • www.bunnfrucht.de