

GFI-MEDIENMITTEILUNG - Berlin, 16. Februar 2015



Auch in 2015 wieder ein Team: Vertreterinnen und Vertreter der deutschen Frischemärkte auf dem GFI-Gemeinschaftsstand

GFI auf der Fruit Logistica 2015

Starke internationale Präsenz der deutschen Frischemärkte

Vom 4. bis 6. Februar informierten sich rund 65.000 Fachbesucher aus über 135 Ländern auf dem bislang umfangreichsten Messeereignis der internationalen Fruchthandelwelt, der Fruit Logistica. Rund 2.800 Aussteller aus 83 Ländern präsentierten das gesamte Produkt- und Dienstleistungsangebot aller Handelsstufen sowie zahlreiche Branchen-Innovationen.

GFI Deutsche Frischemärkte – fester Bestandteil der Fruit Logistica

Die deutschen Frischemärkte sind seit über 10 Jahren fester Bestandteil der Fruit Logistica und zuverlässiger Partner für ihre Gäste. Auf dem GFI-Gemeinschaftsstand bringen sie ihre Kompetenz als moderne, vielseitige und qualitativ hochwertige Drehscheiben für Frischeprodukte zum Ausdruck..

Uwe Kluge, GFI-Vorstandsvorsitzender und Geschäftsführer der Großmarkt Bremen GmbH, zeigte sich auch dieses Jahr zufrieden mit dem Messeauftritt: „Die Resonanz hat uns wieder einmal gezeigt, wie wichtig unser Stand als Kommunikationsplattform für unsere vielen Großhändler und Importeure ist. Er ist ein echter Marktplatz für ausgiebige Gespräche und Verhandlungen mit Kunden und Lieferanten aus aller Welt. Deshalb werden wir auch in 2016 mit unserem Standkonzept „Vielfalt in Einheit“ präsent sein.“

Der GFI-Stand bot wieder zahlreiche zielgruppengerechte Angebote. Die Messebesucher hatten mit dem großen Info-Counter wieder einen zentralen Anlaufpunkt für Informationen und Kontakte. Im exklusiven „Partnerbereich“ präsentierten sich in diesem Jahr die großmarktsässigen Marktfirmen Apimex aus München sowie Elbegarten, Don Limón und Port International aus Hamburg.

Wichtige Zukunftsthemen

Vertreterinnen und Vertreter der Großmärkte aus allen Metropolregionen Deutschlands standen als Ansprechpartner zur Verfügung. Diskutiert wurden wichtige Zukunftsthemen wie neue Energiekonzepte für die Märkte, die Kunden- und Sortimentsentwicklung sowie der ungebrochene Trend zu regionalen Produkten.

Neue Marketingpartner und Fördermitglieder

Für GFI selbst hat sich wie immer das Netzwerken ausgezahlt. Uwe Kluge: „Im Bereich der Marketingkooperationen werden wir zum einen unsere langjährigen Partnerschaften mit Zespri und Enza in weiter 2015 ausbauen. Zum anderen gab es wieder sehr gute Gespräche mit Chiquita und EOS Südtirol, die interessante Perspektiven bieten. Im Bereich der Mitgliedschaft konnten mit der Firma Michael und Andreas Marker oHG aus Hamburg und dem Verband des Bayerischen Fruchthandels- und -Großhandels e.V. wieder zwei neue Fördermitglieder gewonnen werden.“

„5. Treffpunkt Bayern“ – traditionelle Brotzeit

Der Cluster Ernährung, die alp Agentur für Lebensmittel-Produkte aus Bayern, die Markthallen München und die Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) haben gemeinsam am 5. Februar 2015 den „Treffpunkt Bayern“ am GFI-Stand ausgerichtet. Bereits zum fünften Mal in Folge fand der beliebte Branchentreff während der Messe statt und ist damit schon eine Traditionsveranstaltung. Auch dieses Jahr wurde die Gesprächsplattform von den Vertretern vieler Unternehmen aus den Bereichen des Lebensmitteleinzelhandels, der Erzeugung, Verarbeitung und Aufbereitung von Obst und Gemüse intensiv genutzt.



Fachlicher Austausch: Die deutschen Frischemärkte präsentieren sich seit dem Jahr 2002 auf der Fruit Logistica und seit 2004 auf dem großen GFI-Gemeinschaftsstand.

Kontakt für Medienvertreter: Frank Willhausen, Telefon +49 (0)178 4256738, Mail frank.willhausen@frischemaerkte.org

GFI - Gemeinschaft zur Förderung der Interessen der Deutschen Frischemärkte e.V.,
Vorstand Herr Andreas Foidl, Geschäftsstelle Berlin, Beusselstraße 44 N-Q, 10553 Berlin,
Telefon +49 (0) 30 398961-0, Fax -24, Mail andreas.foidl@frischemaerkte.org, Web
www.frischemaerkte.org

Menschen mit Märkten – Märkte mit Menschen

Über GFI Deutsche Frischemärkte.

GFI Deutsche Frischemärkte wurde im Jahre 2000 als Marketingverband der deutschen Großmärkte gegründet. Im Jahre 2010 wurde die Öffnung für Einzelhandelsmärkte und die Verbreiterung des Aufgabenspektrums beschlossen.

GFI versteht sich als partnerschaftliches Netzwerk und bietet seinen Mitgliedern einen breiten institutionalisierten Wissenstransfer über zentrale Fragen des Handelsmanagements sowie Präsentationsplattformen wie den Gemeinschaftsstand auf der Fruit Logistica und die Internetpräsenz www.frischemaerkte.org. Nationale und internationale Erzeuger, die Vermarktungsmaßnahmen im qualifizierten, ungebundenen Lebensmitteleinzelhandel durchführen möchten, haben mit GFI Deutsche Frischemärkte den zentralen Ansprechpartner.

Über die deutschen Frischemärkte.

Diese Märkte sind Garanten für abwechslungsreiche und qualitativ hochwertige Frischeprodukte, insbesondere Obst und Gemüse. Zu ihnen gehören Großmärkte und Einzelhandelsmärkte. Sie alle sichern die Ernährungsqualität von über 100 Millionen Verbrauchern in Deutschland und den europäischen Nachbarländern.

Die **Großmärkte** versorgen als zentrale urbane Handelsplattformen mit ihren rund 2.800 mittelständischen Großhändlern, Importeuren und Erzeugern rund 56.000 Kunden aus dem qualifizierten, ungebundenen Lebensmitteleinzelhandel - Fachgeschäfte für Obst und Gemüse und Wochenmärkte - sowie Großverbraucher und die gehobene Gastronomie mit Frischeprodukten aus der Region und der ganzen Welt. Der Warenumsatz beträgt jährlich rund 7,8 Millionen Tonnen im Wert von ca. 10,3 Milliarden Euro.

Zu den **Einzelhandelsmärkten** gehören in Deutschland rund 3.500 Wochenmärkte und 15.000 Obst- und Gemüse-Fachgeschäfte. Wochenmärkte sind der wichtigste Vertriebsstandort für die Vermarktung der landwirtschaftlichen Produkte von Erzeugerbetrieben aus dem regionalen Umfeld. Mit diesen Produkten sowie den vielfältigen Angeboten aus aller Welt sorgen die ambulanten Einzelhändler für ein einmaliges Einkaufserlebnis unter freiem Himmel. Die Fachgeschäfte für Obst und Gemüse bieten ihren Kunden persönliche Beratung rund um sorgfältig zusammengestellte Sortimente. Dabei wird Fachkompetenz besonders großgeschrieben. Wechselnde Angebote über das ganze Jahr machen das Fachgeschäft zum unverzichtbaren Einkaufsort für Kunden, die Wert auf gesunde, abwechslungsreiche Ernährung legen.