

AMI *MARKT* STUDIE

FRESH CUT OBST & GEMÜSE IM FOOD SERVICE SEKTOR

IN KOOPERATION MIT



Deutscher Fruchthandelsverband e.V.



natürlich informiert.

Impressum

Autoren

Dr. Hans-Christoph Behr, Anna Effertz

Telefon (0228) 33805-250

Herausgeber

Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH

Dreizehnmorgenweg 10 | 53175 Bonn

Telefon (0228) 33 80 5-0 | Fax (0228) 33 80 5-591

E-Mail: info@AMI-informiert.de | Internet: www.AMI-informiert.de

© AMI GmbH 06/2018 | Alle Rechte vorbehalten.

Abdruck, Auswertung und Weitergabe nur mit ausdrücklicher Genehmigung.

Inhalt

Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	5
1. Einleitung.....	7
2. Fresh Cut in der Haushaltsnachfrage:.....	8
Deutschland im Vergleich zu seinen Nachbarn.....	8
3. Der Food Service Sektor in Deutschland	12
3.1. Entwicklung des Außer-Haus-Verzehrs	12
3.1.1. Umsätze im Außer-Haus-Markt	14
3.1.2. Trends im Außer-Haus-Markt	16
3.2. Das Nettobeschaffungsvolumen der Großverbraucher.....	17
3.3. Die wichtigsten Akteure	19
4. Der Einsatz von Frischobst und Frischgemüse im Food Service Bereich.....	21
4.1. Frischobst und Frischgemüse insgesamt.....	21
4.2. Fresh Cut Obst und Gemüse	22
4.3. Das gelieferte Fresh Cut Sortiment.....	25
4.4. Das Marktvolumen für Fresh Cut Obst und Gemüse im GV-Sektor	27
5. Die Abnehmer und deren Anforderungen	29
5.1. System-Gastronomie	29
5.2. Hotels, klassische Full-Service-Gastronomie.....	29
5.3. Gemeinschaftsverpflegung	30
6. Ausblick.....	31
7. Literaturverzeichnis	33

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Hoher Fresh Cut Anteil in den Niederlanden.....	8
Abbildung 2: Nachfrage in Deutschland noch steigend.....	8
Abbildung 3: Fresh Cut Salate legen in Deutschland zu	9
Abbildung 4: Salate dominieren noch.....	9
Abbildung 5: Regionalität wird vom Verbraucher honoriert	10
Abbildung 6: Steigende Ausgaben für Ernährung	12
Abbildung 7: Jeder zweite Bundesbürger lebt allein	12
Abbildung 8: Erwerbstätigenquote der Frauen steigt	13
Abbildung 9: Betreuung von Nichtschulkindern steigt.....	13
Abbildung 10: Außer-Haus- übertrumpft Inhaus-Konsum	14
Abbildung 11: Seit Mitte 2013 Food Service im Plus	14
Abbildung 12: Ausgaben für Außer-Haus-Verzehr steigen	15
Abbildung 13: Full Service mit geringerem Wachstum.....	16
Abbildung 14: Verbraucherausgaben steigen schneller.....	17
Abbildung 15: Kontinuierlicher Anstieg.....	21
Abbildung 16: Pilze und Kräuter stark im Food Service	21
Abbildung 17: Im Food Service mehr Südfrüchte und Zitrus.....	22
Abbildung 18: Kartoffeln fast nur als Fresh Cut.....	22
Abbildung 19: Kartoffeln und Salate vorn.....	23
Abbildung 20: Fresh Cut Salate werden eher abgeholt.....	23
Abbildung 21: Top 10 – Kartoffeln liegen vorne	24
Abbildung 22: Noch kleinstrukturiert.....	24
Abbildung 23: Einschätzung überwiegend positiv	25
Abbildung 24: Fresh Cut Kartoffeln bei Vollsortimentern	25
Abbildung 25: Ohne Kartoffeln weniger Unterschiede	26
Abbildung 27: Ananas auch im LEH als Fresh Cut	27
Abbildung 26: Fresh Cut im GV-Sektor wichtiger.....	27
Abbildung 28: Im Food Service nicht nur Salate... ..	28
Abbildung 29: Systemgastronomie stellt schnell um	29