

PAUL M. MÜLLER

SEIT 1956

# FOOD NEWS

## DER MARKTBERICHT

16. September 2022

*“Stay hungry, stay foolish.”*

Steve Jobs (1955 – 2011)



*Dosiert – unsere Kolumne*

## Urlaub und Realität

**Viele kommen gerade gut erholt aus dem wohlverdienten Jahresurlaub zurück, doch die harte Realität holt uns schnell wieder ein. Privat: Der Italiener um die Ecke hat auf einmal einen zusätzlichen Tag in der Woche geschlossen, selbst edle Gourmetrestaurants sind plötzlich nur noch von Dienstag bis Samstag geöffnet. Das Gemüse auf dem Wochenmarkt ist schon wieder teurer geworden, die Croissants beim Bäcker auch. Geschäftlich: Lieferanten kündigen massive Preiserhöhungen an, Verträge lösen sich in Luft auf, besprochene Abnahmen platzen, steigende Zinsen und der Abwertungsdruck beim Euro machen jede Kalkulation unsicher.**

Natürlich wissen wir, woran das liegt, wer und was dafür verantwortlich ist. Wir wissen auch, dass viele Marktteilnehmer in unserer Branche mit dem Rücken zur Wand stehen, immer mehr Endkonsumentenn eher für Heizung und Strom be-

zahlen werden als für den gewohnten Restaurantbesuch oder den gut gefüllten Einkaufswagen.

Ein gefährlicher Cocktail, mit dem wir wohl in der nächsten Zeit zurecht kommen müssen.

Trotzdem verlieren wir bei Paul M. Müller weder den Optimismus noch die Investitionsfreude.

Unsere neue ADRIA-Website steht in den Startlöchern – seien Sie gespannt, wir sagen rechtzeitig Bescheid. Personell sind wir top aufgestellt, unsere langjährigen Lieferanten und Spediteure halten zu uns und wir unterstützen uns gegenseitig. Herausforderungen betrachten wir als Chance für die Zukunft. Denn diejenigen, die ihre Hausaufgaben gemacht haben und fähig sind, sich der neuen Situation anzupassen, werden auch morgen das Rennen machen.

**Thomas Schneidawind**

## Portugal: Trends

Die Versorgung mit Tomatenprodukten ist von unserer Seite aus gesichert. Sowohl Tomatenmark als auch die Klassiker wie Schälto­maten und Pizza-Sauce sind aus neuer Ernte nach und nach endlich wieder verfügbar. Wir haben rechtzeitig reagiert und weltweit nach den gesuchten Produkten Ausschau gehalten.

Allerdings hat uns die Tomate als Lieblingsprodukt diesmal richtige Kopfschmerzen bereitet – wir haben immer wieder offen und ehrlich über die Herausforderungen in dieser Saison berichtet: Dürre in Südeuropa, der Ausfall der Ukraine als Produzent von Tomatenmark, Preisexplosion bei der Energie (insbesondere Gas) und bei Verpackung, politische Instabilität in Italien, unsichere Erträge ... Die Gaspreisentwicklung stellt auch die Zulieferer der Fabriken (Etiketten, Kartons, Plastik, Gläser ...) vor große Probleme, die bei der Produktion ebenfalls viel Energie verbrauchen.

Ein brisanter Mix, der alles zusammen jetzt schon zu Preisexplosionen von über 100 % bei den 2650 ml Schälto­maten im Vergleich zum Vorjahr geführt hat.

Alternativen gibt es kaum. Tomatenprodukte aus der Türkei oder aus Griechenland sind ebenfalls bereits „horrend teuer“, berichten unsere Partner. Die Preissituation sei außer Kontrolle geraten, klagt ein Produzent. Nicht nur wegen hoher Produktionskosten, sondern auch weil schlicht das Grundmaterial fehlt (zur Herstellung von Tomatenmark, für getrocknete Tomaten, Pizzasauce).

Wie geht es weiter? In **Portugal** und in **Italien** wird die Ernte, wenn das Wetter keinen Strich

durch die Rechnung macht, bis Anfang Oktober laufen. Es ist ausreichend Rohware zur Verarbeitung vorhanden. Im Norden Italiens mehr (rund 2,8 Mio. Tonnen), im Süden dieses Jahr weniger (max. 2,6 Mio. Tonnen). Das Catering-Business sucht weiter verstärkt nach der 3-Kilo-Dose (geschälte Tomaten und Würfelware) sowie die weiterverarbeitende Industrie nach Fassware für alle Tomatenvarietäten), für die es aber kaum Offerten gibt. Im Angebot sind Kleindosen (z. B. 425 ml) – größtenteils auch noch Restbestände aus dem Vorjahr, weil die Order vieler Kunden aus dem Supermarkt-Segment zur Lockdownzeit zu optimistisch gewesen war.

Mit  **Conesa**, einem der führenden Verarbeiter von Tomatenprodukten auf der iberischen Halbinsel, haben wir u.a. einen Top-Partner, der pro Ernte über 340.000 Tonnen an frischen Tomaten verarbeitet. Das Unternehmen verfügt über weltweite Standorte. PMM arbeitet mit dem alteingesessenen Conesa-Ableger (ehemals Sopragol) in Mora, Portugal, seit Jahrzehnten zusammen.



Der Hersteller hat sich dort länger schon neben Dosen (5 Mio. Stück) auf die Herstellung von Tomatenprodukten in Fässern spezialisiert. Sicher: Die Vollkonserve macht in Zeiten hoher Energiekosten Sinn in der Küche, da man bei der Lagerung ohne Kühlung auskommt. Wir stehen dazu, darin liegen PMMs Wurzeln. Der Trend muss jedoch hin zu alternativen Verpackungen gehen, da die Weißblechdose trotz unschlagbarer Produktionseffektivität im Vergleich zum Pouch bald unbezahlbar wird.

PMM hat daher als Produktneuheit von einem anderen portugiesischen Top-Hersteller jetzt erstmals auch die 5x3 kg Pouch mit ADRIA Pizzasauce neu auf den Markt gebracht. Das wird die Zukunft sein, ob es gefällt oder nicht, wir müssen auch bei diesem Artikel neue Wege gehen. Testen lohnt sich!



---

## Türkei: es bleibt schwierig

Die Peperoni-Ernte in der **Türkei** ist durch, die von Paprika läuft noch bis Mitte Oktober. Bei Jalapeños gab es in dieser Saison eine Rekordern- te – mit dem Ergebnis, dass nach dem Run darauf innerhalb kürzester Zeit alles verkauft war.



Im Detail: Bei Peperoni müssen wir ein schlechtes Ernteergebnis konstatieren. Weniger Ertrag auf den Feldern führte zu einem „Hauen und Stechen um Rohware“, wie Marktkenner berichten. Das gleiche Szenario sehen wir bei Paprika. Es betrifft vor allem die Paprikasorten Topa (Rundpaprika) und Kapia (Spitzpaprika). Hintergrund: Die Produzenten von Paprikamark suchen derzeit so viel Rohware wie möglich, weil der Marktpreis für Paprikamark interessant geworden ist. Im PMM-Marktbericht Juli hatten wir diese Turbulenzen bereits vorhergesehen. Für alle Paprikaprodukte zeigt sich nun ein spürbarer Preisanstieg an. Nicht zuletzt macht sich auch am Bosphorus das Problem von dramatischen Kostensteigerungen bei Energie, Löhnen und Verpackungsmaterial immer stärker bemerkbar. Hinzu kommt eine galoppierende Inflation im Land (offiziell 80%; inoffiziell dreistellig), welche die kritische Entwicklung auf Produzentenseite befeuert. Dieser wird auch PMM Rechnung tragen müssen.

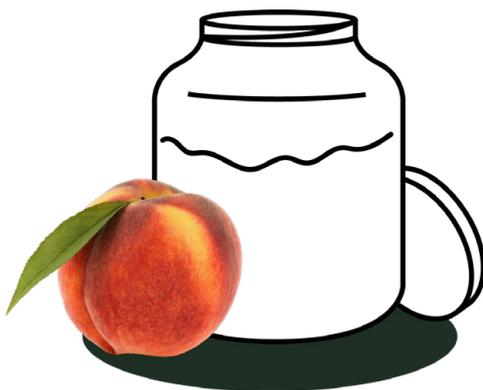
---

## Griechenland: Endspurt

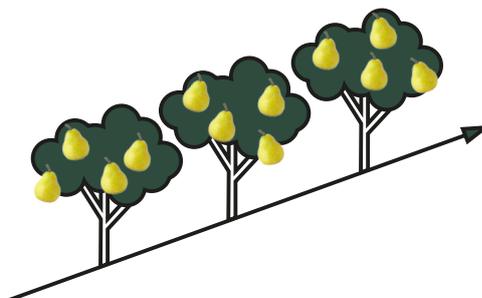
Endspurt bei **Pfirsich**-Produkten: Nachdem in diesem Jahr die Rohware (hauptsächlich Plattpfirsiche) in Griechenland sehr klein ausgefallen ist, standen für die Herstellung von Pfirsich-Schei-

ben und -Würfeln geringere Mengen als üblich zur Verfügung. Hagel und schlechtes Wetter haben die so genannten Bergpfirsiche, die auf rund 1000 Metern Höhe angebaut werden, zu fast 70 % be-

schädigt oder vernichtet. Diese Sorte wurde daher eher zu Püree oder Konzentrat verarbeitet und kam weniger in die Konserve. Unter gegebenen Bedingungen sprechen Marktkenner insgesamt gesehen trotzdem von einer „normalen Produktion“, die allerdings einmal mehr durch bekannte Kostenfaktoren (Energie, Dosen, Arbeitslöhne) gekennzeichnet ist. Eine aktuell zweistellige Inflation in Griechenland dürfte sich zusätzlich preisstärker auf die Produktion auswirken.



Eine spannende Entwicklung zeichnet sich bei **Birnen** ab: In Hellas werden jedes Jahr mehr Fruchtbäume angepflanzt. Marktbeobachter gehen davon aus, dass man mittelfristig dem Ursprung **Italien** in Sachen Birnen sowohl mengenmäßig als auch qualitativ Konkurrenz machen möchte.



Im Bereich **Fruchtcocktail** erwarten wir Absatzprobleme: Es zeichnet sich ein noch tieferer Umsatz als im Vorjahr ab. Der Grund dafür liegt in den immer teurer werdenden Ingredienzen für das Endprodukt (fünf Zutaten: Ananas, Birne, Kirsche, Pfirsich und Traube). In der höchst angespannten finanziellen Situation vieler Gastronomiebetriebe (aber auch bei Privathaushalten) dürften höhere VK im Handel nur schwer durchsetzbar sein.

## Thunfisch: Ruhe vor dem Sturm

**Das Thunfisch-Business ist weiter von einem regen Auf und Ab geprägt. Traditionell zieht die Nachfrage nach Thunfisch im Oktober weltweit wieder stark an.**

Aktuell liegt der Rohwaren-Preis für die Sorte Skipjack (SKJ) am Handelsplatz **Bangkok** (BKK) sowie in **Papua-Neuguinea** (PNG) bei 1800 US\$/t. In Manta (Ecuador) werden derzeit 1900 US\$/t bezahlt. Im Frühjahr notierte der Preis in Bangkok und **Manta** für eine Tonne SKJ (der auch „Echter Bonito“ genannt wird) allerdings schon mal bei knapp 2000 US\$.

Bis Ende September gilt noch im größten Fanggebiet Westpazifik (FAO 71) ein dreimonatiger „FAD ban“ (Fangverbot zwischen Juli und September). Das heißt, das Fischen mit Lockbojen ist in diesem Zeitraum verboten. Hinzu kamen zuletzt schlechtes Wetter und hohe Betriebskosten (Die-

selöl) für die Schiffseigner, so dass weniger Schiffe auf See waren. Das alles zusammen führte im August im Fanggebiet FAO 71 zu noch geringeren Fangergebnissen im Vergleich zum Vorjahresmonat (-50%). Im September sieht es ähnlich aus. Marktinsider glauben, dass die Fangquoten in den Monaten August und September den Preis bis zum Ende des Jahres bestimmen werden. Sobald die Nachfrage also wieder ansteigt, wird der Preis ebenfalls nach oben klettern. Das wird spätestens im Herbst sein, wenn traditionell die großen Ausschreibungen aus dem Einzelhandel kommen, die dann auf ein geringeres Marktangebot treffen werden. Preistreiber ist außerdem der schlechte Umrechnungskurs Euro/Dollar, durch den die Inflation nach Europa importiert wird. Denn alles, was in US\$ zu bezahlen ist, wird zusätzlich durch den schwachen Euro teurer ...

Nach unseren letzten Informationen sind die Produzenten von Dosen-Thunfisch bereits bis Dezember ausgebucht. Verhandelt wird derzeit über Verschiffungen für Januar und Februar 2023. Aber keine Sorge: Wir sind bestens ausgestattet mit Thunfisch in höchster Qualität (in der haltbaren Dose und als platzsparendes Pouch Pack). Fragen Sie bei unseren [PMM-Experten](#) einfach direkt an.



## INTERVIEW



*„120 Mittagessen schafft man nicht einfach mal so.“*

Lutz Sperr

Die beiden Hotel-Liebhaber Edeltraut und Lutz Sperr sind Inhaber und Betreiber des Ferienparadieses „Senhoog“ auf Sylt (Ferienhäuser) sowie im österreichischen Bergidyll Leogang (Chalets). Die Wurzeln der Familienunternehmer (seit 1978) jedoch liegen im westdeutschen Rechenberg, wo die Vollblut-Gastronomen ebenfalls eine beeindruckende Hotel- und Eventwelt aufgebaut haben. Der dortig ansässige Landgasthof Rössle ist über die Grenzen hinaus bekannt für seine köstliche Bewirtung. Gerade in diesen herausfordernden Zeiten muss sich Lutz Sperr auf beste Zutaten verlassen können, meint der Profikoch im Gespräch mit PMM.

**Paul M. Müller:**

**Herr Sperr, Sie bewirten die Gäste für ihr Leben gern, da müssen die Zutaten stimmen und schmecken. Warum haben Sie sich im Gasthof Rössle für die Fertig-Tomatensauce Salsa Pronta von ADRIA-Premium entschieden?**

Lutz Sperr:

Ganz ehrlich, ich finde das Produkt einfach super. Ich mache es auf und es schmeckt. Ein Beispiel: Es soll etwas Vegetarisches geben. Ich bereite also einen Gemüsestrudel vor, mache die Salsa Pronta heiß und binde sie leicht ab. Sie schmeckt genau wie eine Tomatensauce, die ich selber gekocht habe. Vom Geschmack her ist sie sehr gut ausbalanciert, man braucht nicht einmal mehr zu salzen.

**Aber kochen Sie nicht auch gerne selber Tomaten ein?**

Das ist meistens sogar günstiger, klar. Wir haben immer selber Tomatensauce gekocht, dann als 2-Kilo-Packung eingefroren und bei Bedarf herausgegeben. Jetzt machen wir die Salsa-Pronta-Dosen auf, wenn es stressig wird – das erleichtert uns die Arbeit. Ich verwende sie für alles Mögliche und koche sie überall rein. Auch wenn ich andere Tomatendosen zur Verfügung habe.

**Zum Beispiel?**

Wenn ich etwa Lasagne zubereite oder jetzt kürzlich auch zum Anrichten einer Bolognese-Sauce mit Fleisch aus eigener Schlachtung. Das koche ich mit Salsa Pronta. Die Dosen von Paul M. Müller bestelle ich über einen Großhändler vom

Service-Bund, und ich kann sie für so vieles verwenden, das ist wirklich toll. Man kann sich drauf verlassen.

#### Was verbinden Sie mit dem Namen „Salsa Pronta“?

Eigentlich nichts. Das war so: Ich habe die Dosen zum Testen bekommen, geöffnet und probiert. Es war lecker! So einfach ist das. Der Name per se ist für mich kein Motiv, etwas zu kaufen. Ich hatte die Chance, das Produkt zu probieren und es hat geschmeckt. Das war's!

#### So sollte ein zeitgemäßes Convenience-Produkt sein ...

Ja, und dieses ist auch noch hochwertig. Ich habe mich gefragt: Wenn ich die Tomatensauce selber kochen würde, wäre die besser? Vermutlich nicht. Für uns ist das genial. Wenn mal drei Köche ausfallen, bin ich in Stress-Situationen dankbar, wenn ich etwas zur Hilfe nehmen kann. Dem Gast schmeckt es sicher 100-%ig.

#### In welchem Moment haben Sie das Produkt am meisten geschätzt?

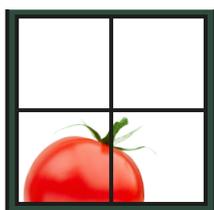
Auf jeden Fall während der Corona-Pandemie und wenn viele Mitarbeiter fehlen. Aber das darf einen ja nicht davon abhalten, gute Küchenarbeit zu leisten. Allerdings: 120 Mittagessen auf höchstem Niveau zu servieren – das schafft man nicht einfach mal so.

#### Wir bedanken uns für das Gespräch.



## Aufgegabelt

## Lockdowns in China



**Fast unbemerkt verhängt China immer wieder massive Lockdowns** über (Millionen-)Städte wie Chengdu und Provinzen, selbst wenn nur eine Handvoll Covid-Fälle

aufgetreten sind – soeben erwischte es Teile der Inneren Mongolei. Die gesamte Region Xinjiang befindet sich bereits seit dem 10. August im Lockdown. Das zwingt soeben vier Hersteller von Tomatenmark im Süden der Provinz, ihren Betrieb komplett einzustellen. Die scharfen Restriktionen aufgrund der „Null-Covid-Politik“ könnten dort noch bis 20. September andauern. Zu befürchten sind Auswirkungen auf die Versorgung, da China ein Global Player in Sachen Tomatenmark ist.

## Bundesverband Güterkraftverkehr schlägt Alarm

**Der Bundesverband Güterkraftverkehr Logistik und Entsorgung (BGL) schlägt Alarm:** Die SKW Stickstoffwerke Piesteritz GmbH, bundesweit größter AdBlue-Hersteller, hatte Mitte August die Produktion wegen der hohen Gaspreise bis auf Weiteres eingestellt. Jetzt wird der Harnstoff AdBlue, ohne den kein moderner Dieselmotor läuft, knapp. „Kein AdBlue bedeutet keine Brummis. Und das bedeutet keine Versorgung in Deutschland“, warnt der BGL.



## *Ausblick*

### DIE WIESN-Laune ...



... lassen wir uns nicht nehmen. Lederhosen an, den Schnurrbart gestutzt, das Dirndl übergestreift und gute Laune eingepackt – auf geht's am 17. September zum größten Volksfest der Welt. Nach zweijähriger Corona-Pause findet das Oktoberfest in München endlich wieder statt (bis 3. Oktober). Paul M. Müller ist traditionell natürlich dabei. **Wir freuen uns drauf und auf unsere treuen Gäste!**

**WIR BLEIBEN HUNGRIG – WIR MACHEN WEITER  
VERRÜCKTE SACHEN!**

Obwohl wir die von uns beanspruchten Quellen als verlässlich einschätzen, übernehmen wir für die Vollständigkeit und Richtigkeit der hier wiedergegebenen Informationen keine Haftung.