

PAUL M. MÜLLER

SEIT 1956

FOOD NEWS

DER MARKTBERICHT

AUSGABE JANUAR 2025

23.01.2024

„Der kürzeste Weg zwischen zwei Menschen ist ein Lächeln.“

Chinesisches Sprichwort



DOSIERT – Unsere Kolumne

Klimawandel, Kriege, Katastrophen – kaum hat das neue Jahr begonnen, könnte man versucht sein, es schon wieder ad acta zu legen. **Die Herausforderungen, auch auf politischer Ebene, scheinen nicht abzunehmen.** Vor wenigen Tagen wurde Donald Trump offiziell als neuer US-Präsident eingeführt, und die bevorstehende Bundestagswahl in Deutschland, die am 23. Februar stattfindet, lässt viele von uns aufhorchen.

Welche Auswirkungen beides auf die Wirtschaft hat, bleibt abzuwarten. Was Pessimisten dazu sagen? Das Glas ist halbleer. Für Optimisten ist das Glas halbvoll! In den vergangenen Tagen und Wochen habe ich persönlich erfahren, dass die **Zukunft nicht ausschließlich düster** ist, sondern auch **viele Lichtblicke bereithält.**

Im Hinblick auf den Lebensmittelsektor stelle ich fest: **Beim Olivenöl ist seit Ende 2024 ein leichter Rückgang zu spüren**, was sowohl Lieferanten als auch Konsument*innen eine Verschnaufpause gönnt. Dazu kommen: Der **Veganuary und Dry January**, also der Januar als Monat, in dem sich Menschen pflanzlich ernähren oder auf Alkohol verzichten. Beides erfreut sich großer Beliebtheit und ist ein **Wirtschaftstreiber für Food- und Beverage-Unternehmen sowie die Gastronomie**, die passend zum veganen und/oder alkoholfreien Monat innovative Produkte, Menüs und Drinks entwickeln.

Apropos Markt: Der Arbeitsmarkt ist aufgrund des Fachkräftemangels bekanntlich schwierig. Umso mehr freut es mich, dass ich auf der **Karriere-Plattform Kununu** kürzlich **positive Bewertungen unserer (ehemaligen) Mitarbeiter*innen** entdeckt habe. Ein Blick lohnt sich! Mein Co-Geschäftsführer Fabian Kretschmer und ich sind ohnehin stolz auf unser Team – nicht nur wegen ihrer top Arbeit, sondern weil wir **gemeinsam viel bewegen**. Beispielsweise im vergangenen Jahr eine Nachhaltigkeitswoche. Viele schaffen eben vieles.

Und noch ein weiteres Beispiel für gute Nachrichten: Die Wirtfamilie Steinberg aus München engagiert sich mit ihrer **Stiftung „s Münchener Herz“** in sozial schwachen Stadtteilen der Stadt. **Unsere Spende zum Jahresende**, zu der viele von Ihnen, liebe Leser*innen der Food News, durch ihre Teilnahme an unserem virtuellen Spielautomaten ihren Teil beigetragen haben, durfte ich persönlich übergeben. Das Ergebnis? Ein Nachmittag, der mich tief berührt hat und gezeigt hat, dass viele **einzelne Menschen gemeinsam viel Gutes tun und es immer Hoffnung gibt.**

Was ziehe ich aus all dem als Resümee? Jeder Mensch kann, im Großen wie im Kleinen, die Welt ein Stückchen besser machen – trotz aller negativen Nachrichten.

Herzlichst,
Ihr Thomas Schneidawind

Oliven: Früchte und Öl

Schlechte Erntemengen von Oliven sowie **Spekulationen im Markt** haben in den vergangenen Monaten bzw. Jahren zu starken Preissteigerungen für **Olivenöl** geführt. Seit Ende 2024 ist nun ein leichter Rückgang zu verzeichnen. Die Preise für **ganze oder geschnittene Olivenfrüchte in Glas oder Dose** betrifft das – zumindest nach aktuellem Kenntnisstand – jedoch nicht, da die Erntemengen vergangenes Jahr gering waren und die **Preise unabhängig von denen des Olivenöls sind**.

Unter unserer Marke Adria führen wir alles, was Gastronom*innen in ihrer Profiküche benötigen. Ob grüne (gefüllte) oder schwarze Oliven mit Ursprung **Spanien bzw. Ägypten**. In unserer Sortimentsliste für den Großhandel können Sie sich über die große Vielfalt informieren.



Mandarinen: Geringe Ernte



Die **geringe Ernte** von Mandarinen in der **Türkei**, hat erhebliche Auswirkungen auf den Rohwarenpreis – 30 Prozent liegt er aktuell höher als in demselben Zeitraum im vergangenen Jahr. Zudem machen die **hohe Inflation** und die **schwache türkische Lira** den Produzenten vor Ort zu schaffen.

Auch ein Blick nach **Spanien** sollte nicht fehlen: Im November hatten **Unwetter** den Mandarinenplantagen vor Ort zugesetzt. Hierdurch verzögerten sich teilweise die Ernte und Produktion. Außerdem liegen die Preise – wie gewohnt – über denen türkischer Ware. Bei der **Orangen-Ernte** sieht es ähnlich aus: Unser Partner vor Ort spricht von einer **verkürzten Erntezeit**, **geringeren Erntemenge** sowie eine **unzureichende Qualität** (insbesondere für Orangensegmente). Letztere zählen zum Segment "Feinkost" und werden beispielweise zum Garnieren von Crêpes Suzette verwendet.

Ananas: Weiterhin hohes Preisniveau

Nach einem **herausfordernden Jahr im Ananas-Anbau und -Geschäft** ist nun eine Bilanz für 2024 möglich:

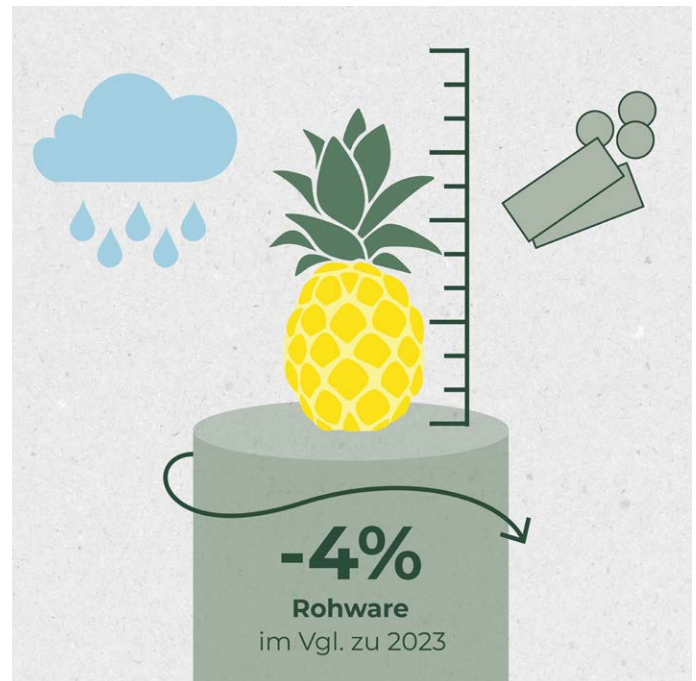
Das tatsächliche Angebot an Rohware fiel bedeutend geringer aus als ursprünglich prognostiziert.

In Zahlen: Mit 651.700 Tonnen **Rohware um 4 Prozent niedriger als in 2023**. Hauptgrund waren die unbeständigen Wetterverhältnisse, die kleinere Früchte hervorbrachten und die Anbauer zudem teilweise zwingen, früher zu ernten.

Die **Preise für Ananas bleiben weiterhin auf hohem Niveau**

– am 10. Januar beispielsweise bei 13,80-14,50 THB je kg Rohware. Im Vergleich zu unserem vergangenen Bericht in den November-Food News ist die Angebotsmenge zwar leicht gestiegen, gleichzeitig aber auch die Nachfrage – nicht zuletzt aufgrund bevorstehender Ereignisse wie Chinese New Year und dem Ramadan.

Für 2025 rechnet der Verband der thailändischen Lebensmittelverarbeiter (TFPA) insgesamt mit einer **durchschnittlichen Angebotsmenge für Ananas**. Der Start der Sommerernte (auch für neue, in 2022 angelegte, Plantagen) wird für Ende März erwartet.



INTERVIEW



„ Unsere Reklamationsrate bei Paul M. Müller liegt wahrscheinlich nicht bei null, aber sie ist sehr nah dran.“

– Stanislav Štádlér

10,87 Millionen Einwohner:innen im Fokus: Stanislav Štádlér ist mit seinem Unternehmen Keystone Value in Tschechien aktiv. „Unsere Haupttätigkeit besteht darin, Lebensmittel überwiegend aus Europa zu importieren, da der tschechische Markt nicht groß genug ist, um Direktimporte aus Asien zu rechtfertigen“, erklärt er. Im Interview mit Paul M. Müller spricht er über die Belieferung von Großküchen, die Essgewohnheiten der tschechischen Bevölkerung und die neuen Richtlinien, die auch seine Arbeit prägen.

PMM: Sie sind Experte auf dem tschechischen Markt. Was können Sie uns darüber verraten?

Der tschechische Markt ist sehr preisaggressiv. Tschechische Verbraucher:innen neigen dazu, viele Produkte während Rabatt-Aktionen zu kaufen, insbesondere solche mit längerer Haltbarkeit, die sich gut zu Hause lagern lassen. 80 Prozent aus dem Gesamtverkauf sind Kampagnen oder Sonderangebote. In bestimmten Sortimenten können die Preise 25 bis 33 Prozent fallen. Während deutsche Discounter wie Lidl oder Aldi ihre Preise nur geringfügig senken – etwa von 1 Euro auf 95 oder 93 Cent – sind die Preisunterschiede bei uns während Rabatt-Aktionen deutlich ausgeprägter.

PMM: Wer dominiert den Markt?

Ein großer Teil des Marktes wird von Discountern dominiert, wobei Lidl, Penny und Norma die drei wichtigsten Akteure sind. Kaufland, den ich als Hypermarkt und Discounter

einordne, und Tesco haben ebenfalls einen signifikanten Marktanteil. Im Supermarktsegment sind Billa und Albert, die zur niederländischen Albert Heijn Gruppe gehören, bedeutende Player.

PMM: Wenn wir die Produktpalette von Paul M. Müller betrachten: Welche Lebensmittel erfreuen sich bei tschechischen Kund:innen besonders großer Beliebtheit?

Bei uns erfreuen sich die Obstkonserven großer Beliebtheit, insbesondere in formatierten Varianten. Diese sind besonders für die Gemeinschaftsverpflegung in Großküchen, Kantinen und Schulen geeignet. Viele Kund:innen schätzen es, wenn die Obstkonserven bereits in Würfeln angeboten werden, da dadurch der Aufwand entfällt, die Früchte selbst schneiden oder vorbereiten zu müssen. In Schulen erhalten die Kinder beispielsweise einfach eine Schale mit Birnen- oder Pfirsichwürfeln. Darüber hinaus sind auch die Produkte aus unserem Tomatenprogramm

sehr gefragt. Sie stellen eine wichtige Grundlage für viele Gerichte dar. In Tschechien sind insbesondere Rindfleisch mit Tomatensauce und Tomatensuppe beliebt – und Köche und Köchinnen nutzen unsere Produkte dafür. Übrigens: In die Gastronomie liefern wir etwas weniger Ware, da dieser Markt etwas anders strukturiert ist. Die italienische Gastronomie bezieht oft direkt Lieferungen aus Italien, was es uns erschwert, in diesen Bereich einzutreten.

PMM: Was sind die größten Herausforderungen auf dem Markt in Tschechien?

Preiskompetitiv zu bleiben, ist sehr schwierig, da die tschechischen Handelsfirmen die Ware überall und teilweise sehr günstig einkaufen. Ein Nachteil für uns ist, dass der tschechische Markt relativ offen gegenüber kleinen Qualitätsmängeln ist. Wenn beispielsweise ein Produkt bereits 70-80 Prozent seiner Haltbarkeit verloren hat, können wir es dennoch relativ leicht vermarkten. In anderen europäischen Märkten ist das sicher anders.

PMM: Könnten Sie uns bitte einen Einblick in die Essgewohnheiten der Tschech:innen geben?

Man muss hier unterscheiden: Früher war es üblich, dass Familien oft gemeinsam zum Essen in Restaurants gegangen sind. In den vergangenen zwei bis vier Jahren sind die Preise jedoch stark gestiegen – für viele Familien ist es zu teuer, regelmäßig essen zu gehen. Dennoch essen viele Tschech:innen mittags in Restaurants, wobei die Preisgestaltung hier anders ist. Oft werden Menüs angeboten, bei denen die Suppe im Preis inbegriffen ist, oder es gibt drei bis vier ausgewählte Mittagsgerichte. Diese Angebote sind vor allem von Montag bis Freitag in der Innenstadt von Budweis sehr beliebt und für viele noch erschwinglich. Generell sind die Restaurants im Stadtzentrum von Budweis relativ gut besucht, insbesondere in den Lokalen, wo Bier gezapft wird und eine lebendige Atmosphäre herrscht.

PMM: Können Sie uns von weiteren Besonderheiten aus Tschechien berichten?

Wir haben uns an deutschen Standards orientiert und arbeiten derzeit an neuen Richtlinien für die Schulpflegung. In den letzten 30 Jahren hat sich in diesem Bereich wenig verändert, doch nun gibt es eine Bewegung hin zu neuen Richtlinien. Ein zentrales Thema ist die Berücksichtigung von speziellen diätetischen Bedürfnissen, wie glutenfreien oder laktosefreien Optionen, um auch

Kindern mit Intoleranzen gerecht zu werden. Es ist wichtig, dass wir klare Vorgaben dafür entwickeln, wie für Kinder und Schüler:innen gekocht werden sollte. Dabei sollten wir auf Aspekte wie reduzierten Salz-, Zucker- und Fettgehalt achten und uns stärker auf qualitative Nährwerte konzentrieren. Auch die Nährwerttabellen müssen in die Überlegungen einfließen, damit die Schüler:innen und auch ihre Eltern wissen, was sie essen. Zusätzlich sollten wir den Fokus auf mehr Vollkornprodukte, Obst und Gemüse sowie regionale Speisen legen und den Einsatz von Kunststoffverpackungen reduzieren. Gleichzeitig ist es wichtig, dass die Preise für die Familien, insbesondere für solche mit niedrigem Einkommen, weiterhin akzeptabel bleiben. Ein weiterer Aspekt ist die Digitalisierung des Bestellprozesses. An der katholischen Schule meiner Kinder im Stadtzentrum von Budweis können sie aus drei Gerichten wählen: einem klassisch herzhaften Gericht sowie einer leichteren Option oder einer Süßspeise. Diese Auswahl können die Kinder über eine App selbst steuern, was eine qualitative Kontrolle und Flexibilität bietet.

PMM: Beeinflusst das auch Ihre Tätigkeit?

Wir müssen darauf achten, dass unsere Produkte nicht zu viel Zucker enthalten und möglicherweise auch größere Verpackungen in Betracht ziehen. Beispielsweise könnten die Kinder Apfelmus in Schalen erhalten, anstatt in Plastikbechern. Insgesamt sind diese Ziele und Richtlinien Teil eines umfassenden Bemühens um Nachhaltigkeit, die in vielen Bereichen zunehmend an Bedeutung gewinnt.

PMM: Was schätzen Sie besonders an den Produkten von Paul M. Müller?

Die Qualität ist entscheidend. Unsere Reklamationsrate liegt wahrscheinlich nicht bei null, aber sie ist sehr nah dran. Wir haben keinerlei Bedenken, dass wir minderwertige Ware erhalten oder dass etwas schiefgeht. Wenn es trotzdem zu qualitativen Mängeln kommt, wird das kommuniziert und eine Lösung gefunden. Darüber hinaus schätzen wir den Service, insbesondere die Kommunikation bezüglich Spezifikationen, Mustersendungen und Marktübersichten. Das Niveau, das wir hier erleben, ist durchweg sehr gut.

PMM: Gibt es Produkte, die Ihre Kund:innen von Paul M. Müller gerne im Sortiment sehen würden?

Ja, insbesondere im Bereich der Obstkonserven sehen wir Potenzial. Es ist jedoch eine Herausforderung, europäische Obstsorten zu beschaffen. Beispielsweise war es äußerst schwierig, Kirschen zu bekommen, da die Verfügbarkeit sehr volatil ist – manchmal gibt es zu viele, manchmal gar keine. Bei asiatischen Produkten sehen wir ebenfalls Probleme, da die Verfügbarkeit unsicher ist und die Preise oft stark ansteigen können. Außerdem könnte ein Produkt, das kleinere Mängel aufweist, durchaus attraktiv sein, insbesondere wenn es zu einem günstigeren Preis angeboten wird. Dadurch können wir leichter mit unseren Mitbewerbern konkurrieren.

ZUR PERSON

Stanislav Štádler ist Vater von drei Kindern und lebt in Budweis. Nach dem Studium an der Handelsakademie in Budweis arbeitete er mehrere Jahre in verschiedenen Berufen – in einem Hotel, in einem Informationszentrum für Tourismus und im Handel mit medizinischen Geräten. Ab 1995 war er Verkaufsleiter bei der Firma EFKO, einem österreichischen Produzenten von Sauergemüse. Anschließend war er Geschäftsführer bei Machland, einer Tochterfirma von EFKO. 2008 gründete er seine eigene Firma.



Verfahren der Europäischen Kommission



Die Europäische Kommission plant derzeit, **Antidumping-Maßnahmen für Gemüsemais-Importe aus China** einzuführen - ähnlich, wie sie bereits bei Mandarin-Orangen bestehen. Folglich würden hierdurch die Preise für Gemüsemais steigen. Ob, wann und in welchem Umfang diese beschlossen und umgesetzt werden, wird seit Ende 2024 von der europäischen Kommission (auf die Klage Frankreichs hin) in einem Verfahren geprüft und erarbeitet.

Wie es weitergeht? Für gewöhnlich sind **Anfang April erste Preisprognosen für europäischen Gemüsemais möglich**.

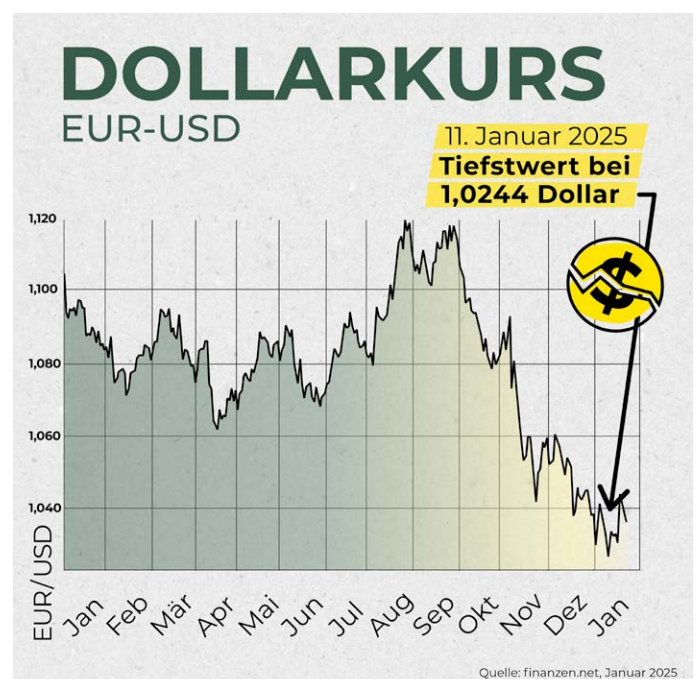
Darüber – genauso wie über den Ausgang des oben beschriebenen Verfahrens – informieren wir Sie selbstverständlich in unseren Food News und auf unseren Social Media-Kanälen. Zudem ist Eduard Kekel Ihr Ansprechpartner bei allen Fragen rund um Gemüsemais.

Wechselkurs EUR-USD

Für Importeure von Produkten aus Übersee spielt die **Entwicklung von Währungen** (insbesondere der Wechselkurs EUR-USD) eine **große Rolle für den Kaufpreis**. So verteuern der starke Dollar und gleichzeitig schwache Euro auch für uns aktuell die Importe (etwa von Ananas und Thunfisch). Am **11. Januar 2025 erreichte der Wechselkurs mit 1,0244 Dollar einen neuen Tiefstwert**. Die Hintergründe dazu haben wir in unseren vergangenen Food News für Sie beleuchtet. Hier geht's zum Artikel. Nach der Ernennung von Donald Trump zum 47. Präsidenten der Vereinigten Staaten hat sich der **Kurs wieder auf 1,0416 verändert** (Stand vom 21. Januar 2025).

Übrigens: Da auch Stahl größtenteils in USD bezahlt wird, bewegen sich die **Preise für Dosenblech aktuell ebenfalls auf hohem Niveau**. So berichtet unser Partner in der Türkei **trotz Nebensaison von 5 bis 15 Prozent höheren Euro-Preisen** für Konserven. Auch aus Italien erreichten uns ähnliche Tendenzen. Neben dem Wechselkurs kommen andere Preistreiber in diesem Bereich zum Tragen. Etwa die neue BPA-Verordnung, auf welche sich die Produzenten einstellen

und ggf. investieren müssen. Zudem ist Chinas Marktmacht im Bereich Stahl nicht zu unterschätzen. Sie sehen: Das Thema ist weit und vielfältig. Daher werden wir in unseren kommenden Food News im März weitere Hintergründe sowie mögliche Alternativen mit Ihnen teilen.



Situation am Brenner

Stau voraus: Die Brennerautobahn (A13) steht in den kommenden Jahren vor umfangreichen Bauarbeiten. Derzeit wird die Luegbrücke im Wipptal aus Sicherheitsgründen saniert. Ab dem Frühjahr beginnen die eigentlichen Baumaßnahmen, die voraussichtlich bis 2030 andauern werden. Schon jetzt sind die Einschränkungen groß, besonders betroffen sind Speditionen und Lkw-Fahrer*innen, die im Fernverkehr tätig sind. Im Gespräch mit Johannes Dettendorfer jun. von der Johann Dettendorfer Spedition Ferntrans GmbH & Co. KG werfen wir einen Blick auf die aktuelle Situation.

Wenn Sie auf den Brenner und die Verkehrswege schauen: Wie gestaltet sich die derzeitige Situation für Sie als Speditions-Unternehmen?

Aktuell ist die Lage ziemlich schwierig am Brenner. Der Rückstau, die kommende Einspurigkeit und die vermehrte Blockabfertigung führen zu Kapazitätsengpässen. Durch längere Durchlaufzeiten schaffen unsere Fahrer*innen aktuell weniger Fahrten von und nach Italien. Zudem fühlen sie sich unwürdig behandelt, da sie einen Großteil ihrer Zeit im Stau stehen müssen! „Das Wichtigste für eine funktionierende Wirtschaft sind funktionierende Verkehrswege“, hat zuletzt mein Onkel Georg Dettendorfer der IHK in einer Brenner-Expertenrunde mitgeteilt.

Wie ändern sich durch die Sperrung die Abläufe in Ihrem Unternehmen?

Wir schaffen eine geringere Anzahl an Ladungen mit unseren Lkw aufgrund der langen Standzeiten vor und nachgelagert auf der Autobahn. Zum Teil klappt auch eine Verlagerung auf die Bahn nicht. Die mangelnde Flexibilität und die schlechte Performance (Zugausfälle, Verspätungen usw.) führen dazu, dass wir gewisse Sendungen nicht auf die Schiene verlagern können und uns im Stau aufhalten müssen.

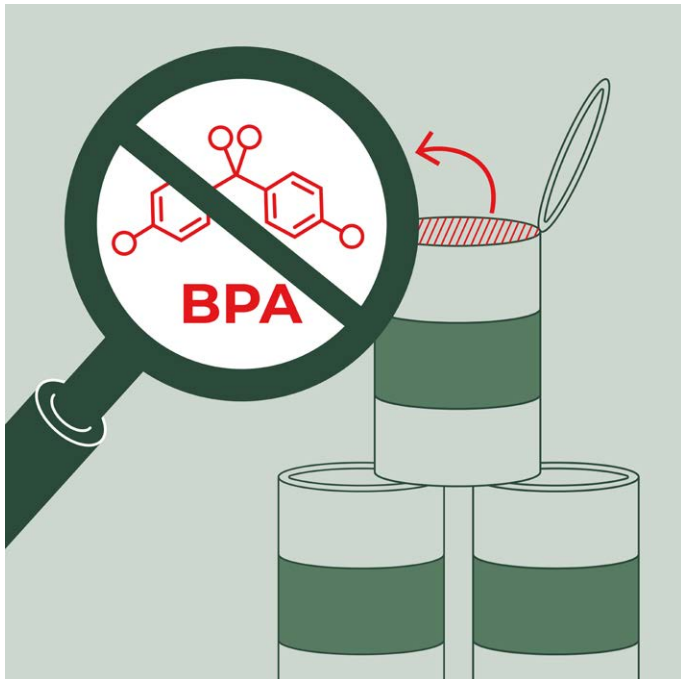
Welche Folgen hat das?

Wir versuchen unsere Sendungen umzurouten und den Verkehr über den Brenner erst nach Blockabfertigungstagen zu wagen. Das gelingt zum Teil, schlägt sich jedoch auf die Liefertermintreue unserer Kunden nieder. Zudem verfolgen wir den Ansatz, weite Strecken auf die Bahn zu verlagern. Innovativ arbeiten wir an einem alternativen Konzept mit Elektro-Lkw über den Brenner. Unsere E-Ladesäule an unserem Standort in Raubling ist extra für Lkw ausgelegt. Hier arbeiten wir aktuell an einem Konstrukt, dass ein Elektro-Lkw, der durch die Einsparung von CO₂-Emissionen auch in der Nacht über den Brenner fahren darf, uns bei zeitkritischen Sendungen unterstützt und Trailer vorzieht. Wir arbeiten hier auf allen Wegen für unsere Kund*innen.

Extra-Info: Für alle Kund*innen und Partner von Paul M. Müller bedeutet die aktuelle Situation auf der Brenner-Autobahn, unbedingt rechtzeitig zu disponieren.



Neue EU-Verordnung: Verbot von Bisphenol A (BPA)



Ganz aktuell: Mit der am 20. Januar 2025 in Kraft getretenen Verordnung (EU) 2024/3190 über das **Verbot von Bisphenol A (BPA)** und anderen Bisphenolen sowie Bisphenolderivaten stehen Unternehmen wie wir bei Paul M. Müller vor Herausforderungen. Denn: Diese neue Regelung betrifft auch die **Innenbeschichtung von Konservendosen** und fordert erhebliche Anpassungen in der gesamten Lieferkette. Alle **Hintergründe, Fristen und Grenzwerte**, die Sie jetzt kennen sollten, haben wir für Sie auf unsere Webseite zusammengefasst. Bei weiteren Fragen zur Thematik sind Barbara Deman und Sonja Urban aus unserer Qualitätssicherung Ihre richtigen Ansprechpartnerinnen.

ADRIA Premium Peperonata: Bruschetta mal anders



Egal ob als Gemüsebeilage oder zu Kartoffeln, Polenta oder kaltem Braten – die **Peperonata unserer Top-Marke Adria** ist direkt einsatzbereit. Das stundenlange Schmoren haben wir bereits für Sie erledigt, damit Sie kreativ werden können. Eine **raffinierte Idee** sehen Sie bereits hier im Video. Das genaue Rezept (sowie viele weitere spannende Infos) gibt's **schon bald auf unseren Social Media-Kanälen**. Um keine Informationen zu verpassen, folgen Sie uns am besten gleich bei Instagram und LinkedIn. Wir freuen uns auf den Austausch!



Die guten Nachrichten

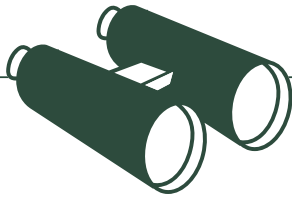
Spendenübergabe

Das Herz am rechten Fleck – das haben Familie Steinberg und die Mitarbeiter*innen der Stiftung „s Münchner Herz“. In den Stadtteilen Perlach, Laim, Milbertshofen und Hadern wurden Räume geschaffen, die **sozial benachteiligten Menschen als Anlaufstelle** dienen. Ob Kleiderstube, Musik- oder Tanzunterricht, Fahrradwerkstatt oder gemeinsames Frühstück – **hier wird Gemeinschaft aktiv gelebt.**

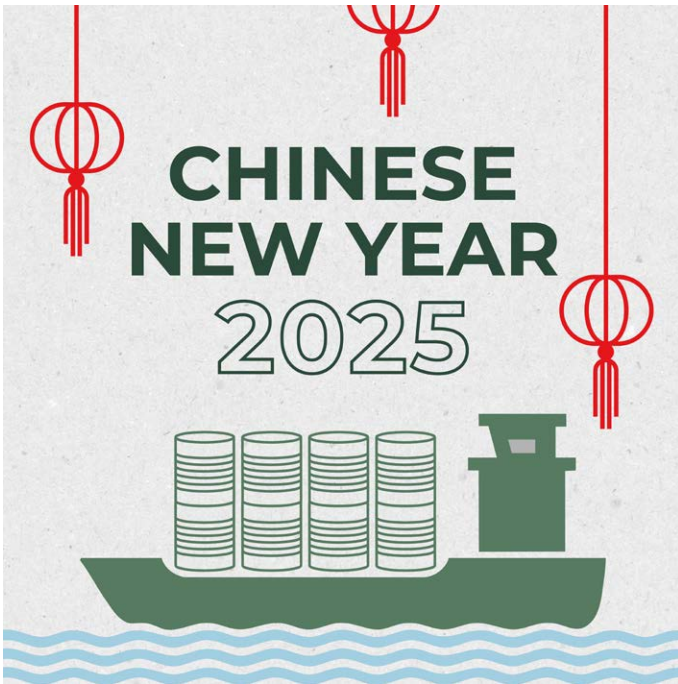
Unser Geschäftsführer Thomas Schneidawind besuchte das „Perlacher Herz“ und überbrachte eine Spende, die wir im Rahmen unserer Weihnachtsaktion gesammelt haben. Gemeinsam haben Kund*innen, Lieferant*innen, Partner*innen und viele Menschen, die uns nahestehen, an einem digitalen Spielautomaten **knapp 25.000 Dosen erspielt**. Bei einem virtuellen Wert von 0,20 Euro pro Dose ergibt das **eine Summe von 5.000 Euro**. Dafür sagen wir: DANKE! Auch in Zukunft wollen „s Münchner Herz“ und Paul M. Müller eng zusammenarbeiten.



Unser Foto zeigt (v.l.): Günter, Silja und Margot Steinberg mit Thomas Schneidawind.



Ausblick



Chinese New Year am 29. Januar

Kommende Woche, am 29. Januar, findet der **wichtigste traditionelle Feiertag in China** statt: **Chinese New Year**. In diesem Jahr ist er der Übergang vom Jahr des Drachen hin zum Jahr der Schlange, das Selbstbeobachtung, Transformation und Wachstum symbolisiert. Während der Festivitäten und landesweiten Ferien von 28. Januar bis 3. Februar geht traditionell bei den Verarbeitern und in den Häfen kaum etwas – wir bei Paul M. Müller sind darauf vorbereitet und wünschen **allen, die das chinesische Neujahrsfest feiern, schöne Fest- und Feiertage**.

Save the date: BioFach, Internorga und PLMA

Das Messejahr startet rasant: Die Grüne Woche in Berlin ist aktuell in vollem Gange und bietet bis Sonntag, 26. Januar, die Gelegenheit, über 1.400 Aussteller zu besuchen. Doch das ist erst der Anfang! Weitere, **bedeutende Messe stehen an**: Beispielsweise die **BioFach** in Nürnberg (11.-14.2.2025), die **GulFood** in Dubai (17.-21.2.25), die **Internorga** in Hamburg (14.-18.3.2025) und die **PLMA** in Amsterdam (20.-21.5.2025). Mit unserem branchenrelevanten Messekalender sind Sie immer auf dem Laufenden.

PMM Community

Sie möchten uns eine Geschichte erzählen oder Erfahrungen aus der Branche mit uns teilen? Sie haben Feedback für uns? Fotos oder Stories? Wir möchten Sie einladen, den PMM-Marktbericht aktiv mitzugestalten, und wir freuen uns über jeden Beitrag, jede Anregung und jede Kritik. DANKE, dass Sie sich die Zeit zum Lesen genommen haben und ein Teil unserer PMM Community sind.



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