

Mr. Bagels mit Tiefkühlsortiment

Der britische Bagelspezialist Mr. Bagels hat ein neues Sortiment von Tiefkühlbagels für die Hausbäckereien in Supermärkten eingeführt. Allen Kunden, die das Sortiment übernehmen, offeriert Mr. Bagels kostenlose Einführungskurse um das Know-how des Aufbackens und der Toppingwahl zu vermitteln.

Hipp muss Schinken-Deklaration auf Baby-Food-Etiketten ändern

Der deutsche Lebensmittelproduzent Hipp muss seine Etiketten der «Schinken- und Gemüse-Pasta» auf Anweisung der bayrischen Gerichte ändern, weil die Verwendung des Wortes Schinken die Konsumenten täuschen könne. Das fragliche Produkt, welches im Glas für Babys ab drei Monaten angeboten wird, enthält gekochtes Schweinefleisch. Das Fleisch ist jedoch nicht gepökelt, weil die Gesetzgebung den Einsatz von Nitrit in Babyfood verbietet. Das heisst, es handelt sich beim eingesetzten Schweinefleisch nicht um Schinken.

Auf der Etikette jedoch hat Hipp Schinken, mit dem Vermerk «ungepökelter Schinken», abgebildet. Das Gericht befand, dass Hipp wohl den Wortlaut des Gesetzes einhalte, dessen Geist jedoch verletze, weil die Konsumenten mit dem Wort Schinken bestimmte Geschmacksnoten assoziieren würden. Daher müsse das Wort Schinken auf der Etikette weggelassen werden.

Die Umsätze von Barry-Callebaut steigen

Der weltgrösste Hersteller von Kakao und Schokolade zur Weiterverarbeitung, Barry Callebaut, meldet ein Anziehen der Verkäufe um 13% in der ersten Hälfte des am 29. Februar zu Ende gegangenen Geschäftsjahres. Das Wachstum ist auf das gute Abschneiden der Schokoladefabrikate und Akquisitionen zurückzuführen.

Barry Callebaut sagt, dass das Umsatzwachstum einen grösseren Marktanteil gebracht habe und besonders in Asien, im Pazifik in Süd- und Osteuropa sowie Lateinamerika zum Erfolg geführt habe. Seit Anfang März sind auch die europäischen und afrikanischen Aktivitäten von Van Houten und das ehemalige Nestlé Halbfabrikat-Geschäft in Italien integriert und bringen der Gruppe weitere 200 Mio. sFr. Umsatz. Die Akquisitionen brachten Barry Callebaut auch eine Anzahl von Produkten mit höherer Wertschöpfung. Gleichzeitig haben sich auf der Rohmaterialseite die Preise kürzlich stabilisiert. Obwohl die Gruppe noch einige Schulden zurückzuzahlen hat, wird mit anziehenden Betriebsgewinnen in der Grössenordnung von 10% über das ganze Jahr gerechnet.

Kerry sieht die Kehrseite der Liberalisierung

Der CEO von Kerry Foods, Denis Brosnan, welcher die kleine irische Molkerei in einen globalen Molkerei-Ingredienz-Konzern übergeführt hatte, zeichnete eine düstere Vision der Zukunft der europäischen Lebensmittelindustrie. Anlässlich einer Konferenz zum hundertsten Jahrestag der Gründung des irischen Landwirtschaftsdepartements sagte Brosnan voraus, dass Lebensmittelverarbeiter und Detailhandel die Liberalisierung des Handels dazu nützen würden, die billigst möglichen Rohstoffe einzukaufen.

Daher müsste die Öffnung der EU und die WTO als potentielle Gefahren für die heutigen EU-Länder betrachtet werden.

Bosnan meinte, es sei keine Frage, ob seine Voraussage eintreffen würde, sondern nur, wann diese Tatsache spürbar werde. Er meinte, es seien die weltgrössten Lebensmittelunternehmen und nicht die EU oder sonstige Organisationen, die schlussendlich über den Wert der Rohstoffe entscheiden würden. Je mehr die EU-Unterstützung reduziert werde, desto mehr würden diese Firmen die Produzentenpreise bestimmen.

Er warnte auch, dass sich Detailhandel und Fast-Food-Unternehmen immer mehr in nur wenigen Händen konzentrieren. Die Konsumenten würden heute Markenprodukte vertrauensvoll nur auf der Basis von Preis und Convenience kaufen, ohne sich über die Herkunft der Produkte Rechenschaft zu geben.

Listing-Gebühren werden in den USA vermehrt überprüft

Die zunehmende Praxis, von Lebensmittelherstellern Gebühren für das Listing oder für eine vorteilhafte Platzierung auf den Gestellen des Supermarktes zu verlangen, lenkt in den USA vermehrt die Aufmerksamkeit des Gesetzgebers auf sich. Die Federal Trade Commission (FTC), das US Department of Agriculture (USDA) und das US Senat Small Business Committee haben separate Untersuchungen begonnen. Das Senatskomitee, welches die Untersuchung 1999 als Folge einer Beschwerde von Kleinunternehmern begann, wird noch dieses Jahr Befragungen starten. Die Beschwerdeführer waren von nationalen Markenunternehmern aus dem Markt gedrängt worden, welche den Supermärkten Milliarden von Dollars bezahlten, um sich erstklassige Regalplätze zu sichern. Vorher, am 31. Mai – 1. Juni, wird ein öffentlicher Workshop durchgeführt, um mögliche Auswirkungen des Kartellgesetzes auf die Lebensmittelhandelspraktiken zu prüfen. «Weil noch sehr wenig über deren Auswirkungen auf Wettbewerb und Konsumenten bekannt ist», wie der FTC sagte.

McCormick im Visier

Das gewachsene Interesse der Regierung kommt als Folge des grössten von der FTC behandelten Falles in diesem Jahrzehnt. Mit 3 zu 2 Stimmen entschied die Kommission gegen die weltgrösste Gewürzfirma, dass diese durch ihre diskriminierende Preisfestsetzung für Gewürze gegen die US-Kartellgesetze verstossen habe. Der in Maryland sesshafte Konzern, welcher in den USA letztes Jahr Umsätze von beinahe 624 Mio. \$ erzielte, wurde beschuldigt, einigen Detailhandelsfirmen spürbar grössere Rabatte zugestanden zu haben, als deren Konkurrenten.

Gemäss FTC verlangte McCormick von den Supermärkten im Gegenzug, dass ihnen der Hauptanteil des Gewürzregals zur Verfügung gestellt werde. In einigen Fällen waren dies bis zu 90% der für Gewürze verfügbaren Fläche.

Der vorgeschlagene Vergleich, der nach dem öffentlichen Hearing noch angepasst werden könnte, würde es McCormick untersagen, einzelnen Abnehmern höhere Nettopreise zu belasten, wobei spezielle Ausnahmen vorgesehen sind. Richard Parker, der Direktor des FTC-Wettbewerbsbüros, sagte, der Vergleich solle ein starkes Signal an die marktdominierenden Verkäufer sein, dass die Kommission Preisdiskriminierungen nicht tolerieren werde, wenn die Käufer keine Wahl hätten.

Inoffizielle Geschäfte

Der Vergleich wurde durch den US-Senator Christopher Bond, einem Republikaner aus Missouri gelobt. Er war der Kommissionssprecher im Kongress.

«Diese Gebühren und andere diskriminierende Massnahmen schädigen kleine Hersteller und limitieren die Auswahl für den Konsumenten», wie Bond sagte. «Milliarden von Dollars werden auf Produkte geschlagen, die unsere Familien jeden Tag kaufen müssen. Und dies durch ungeschriebene, illegale Geschäfte zwischen dem Detailhandel und den grossen nationalen Produzenten. Zeugen, die an Bond's Committee Hearing aussagten, bestätigten, dass diese Listinggebühren auf Lebensmitteln zwischen 9 Mia. und 16 Mia. \$ im Jahr betragen würden. Obwohl diese Beträge schwierig zu beziffern sind, weil die meisten Zahlungen «unter dem Tisch» laufen.

Die Antwort des Detailhandels

Die Lebensmittel-detaillhändler jedoch verteidigen ihre Praxis mit Nachdruck und weisen darauf hin, dass diese Beträge aufgrund der Geschwindigkeit und Qualität neuer Produkteinführungen nötig seien. «Wir haben ein wundervolles Problem in diesem Land – zuviel Auswahl» wie der Vizepräsident des Food-Marketing-Institutes John Motley dem Bond-Komitee sagte: Der typische Supermarkt führt rund 30 000 Produkte. Es sind aber mehr als 100 000 Lebensmittelprodukte lieferbar und Tausende neuer Produkte werden jedes Jahr neu eingeführt. «Listinggebühren, wenn sie sauber strukturiert sind, sind ein legales und rationelles Hilfsmittel, um die Kosten dem Verursacher zuzuweisen und nicht dem Kunden». Ohne Listinggebühren und Werbebeiträge, sagte er, gäbe es für kleine Hersteller in der Konkurrenz um Regalplätze überhaupt keine Chance gegen die Grossen mit ihren massiven Werbebudgets.

Bei diesen Eurofood Informationen handelt es sich um einen aus dem Englischen übersetzten Auszug aus dem 14täglich erscheinenden Eurofood Report von Agra Europe. Möchten Sie den Eurofood Report näher kennenlernen, benutzen Sie bitte die Karte auf dem Deckblatt, oder fragen Sie die Redaktion.