



# MARKTBERICHT

Mai 2022

*„Nichts geschieht ohne Risiko,  
aber ohne Risiko geschieht auch nichts.“*

*Walter Scheel (1919 - 2016), Bundespräsident*



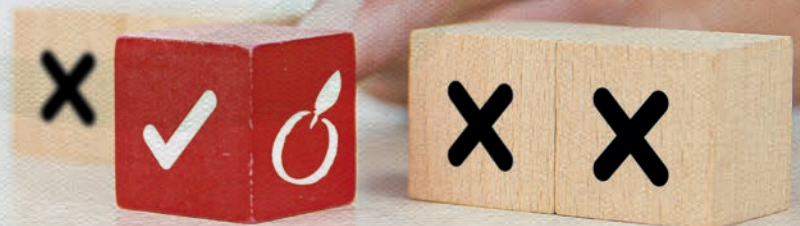
**PMM***dosiert*

*Unsere Kolumne.*

## RICHTIG oder FALSCH?

Eine Meldung in der ersten Mai-Woche hat mich irritiert – mal wieder. Wegen des feierlichen Tons: „Henkel streicht 2000 Stellen im Zuge der Neuaufstellung“. Da war von Spartenfusion die Rede, Markenüberprüfung, Einsparung, CEO macht Tempo ...? Wow dachte ich, was für eine Dynamik in turbulenten Zeiten. Irgendetwas mache ich wohl doch falsch. Paul M. Müller stellt neue Mitarbeiter ein, wir wachsen online, PMM lanciert neue Marken und Produkte im Regal, und wir haben sogar noch einen coolen neuen **Film** gedreht, über uns beziehungsweise unser Motto, was ADRIA ausmacht ...

Ich habe lange überlegt, gegrübelt und mit mir gerungen. Mein Fazit jedoch: Nein, ich habe nichts verkehrt gemacht, als Unternehmer nicht, der Risiko übernehmen muss, und auch nicht als Arbeitgeber, der Mitarbeiter-Verantwortung hat. Wir geben dem Nachwuchs auch in schwierigen Zeiten eine Chance, wir kennen unser Geschäft und haben immer wieder dazu gelernt. Wir wissen um die dazugehörigen Fallstricke in der Branche. Und unsere Sparten haben wir eigentlich auch ganz gut im Griff. Ah ja: Ich bin da ganz auf einer Linie mit meinem Mitgeschäftsführer Fabian Kretschmer, der soeben erst völlig korrekt festgestellt hat. „Stock-keeping ist in, Just in time ist out“. Genau das ist die aktuelle Herausforderung eines sogenannten Lagerhaltungsrisikos. Altbacken? Nein, schon immer ein klassisches Reiz-Thema in schwierigen Zeiten zwischen Herstellern und Handel. Wir übernehmen übrigens als Unternehmer für unsere Kunden dieses Risiko derzeit ganz bewusst.



Thomas **Schneidawind**



NEW  
Season

## Tomaten: SCHLAG AUF SCHLAG

Ob Schältomaten oder echte Würfeltomaten - nichts geht mehr: Der Markt ist ausverkauft. 3-Kilo-, 5-Kilo-Dosen oder Bag-in-Box (BiB, 10 kg) - nichts ist mehr da. „Mit der Corona-Angst im Nacken wurde im letzten Jahr einfach zu wenig produziert“, sagt ein Marktkenner. Wichtig zu wissen: Hersteller planen ihre Produktionskapazitäten sowie die Beschaffung von Leerdosen (Klein- /Großdosen für LEH und Horeca) lange vor der Ernte. Nun gab es im letzten Jahr keinerlei Planungssicherheit. Die Hersteller gingen auf Nummer sicher und produzierten lieber in Kleinbinden für den LEH oder in Fassware für die Industrie.

Wir starten also aus einem leeren Markt (ohne Überhänge) in die neue Tomaten-Saison, gleichzeitig wird der Schrei nach Ware aus dem endlich wiedererstarkenden Horeca-Bereich (**H**otel/**R**estaurant/**C**atering) gerade immer lauter. Die ersten Tomatenlieferungen aus der bevorstehenden Ernte werden frühestens Anfang September verfügbar sein. „Die Situation ist sehr schwierig“, erklärt der Insider, „es zeichnen sich sehr hohe Anfangspreise für die neue Ernte ab“.

Eine weitere Herausforderung: Wassermangel! Sind Niederschläge mittlerweile generell schwer vorhersehbar, stellen sie für spanische Bauern schon jetzt ein akutes Problem dar. Außerdem treten Mais und Weizen in Konkurrenz zur Tomate – Grund dafür ist die weltweite Getreideknappheit. Und so könnte die Anbaufläche für Industrietomaten in dieser Saison um 10% geringer ausfallen, schätzen Beobachter.

**Fakt ist:** Die Rohware verteuert sich genauso wie Verpackungsmaterial (ob dieses pünktlich geliefert werden kann, ist ebenfalls unsicher.) Auch der Preis für Leerdosen liegt weiterhin extrem hoch, obwohl die Dosenverfügbarkeit für diese Saison abgesichert ist. Kostentreiber bleiben zudem Ausgaben für Energie wie Strom und für Gas. Letzteres benötigt die Tomatenindustrie in großen Mengen hauptsächlich für die Produktion von „high brix products“ wie z. B. Tomatenmark. Die verfügbare Menge an neuem Tomatenmark wird vermutlich sehr viel geringer ausfallen als im letzten Jahr. **Spanien** liefert voraussichtlich zu wenig Rohware, die **Ukraine** fällt wahrscheinlich größtenteils aus, und Ware aus **China** ist wegen der hohen Frachtkosten bzw. der stockenden Container Routen nach wie vor indiskutabel. „Uns steht ein Run auf die neue Ware bevor wie noch nie“, prognostiziert PMM-Geschäftsführer Thomas Schneidawind und rät, die Lager so schnell wie möglich wieder aufzufüllen, „bevor im Markt alles aufgesaugt wird“.


**Wie geht es weiter?** PMM kann zum einen noch Tomatenware aus seinem Zentrallager und als Direktlieferung anbieten. Darüber hinaus haben wir alle Hebel im Markt in Bewegung gesetzt, um gerade den Horeca-Bereich mit bester Ware beliefern zu können. Anfang Juni präsentieren wir etwas Besonderes, nicht Alltägliches: ganze geschälte Tomaten mit Basilikum in 4-kg-(A10)-Dosen. Diese haben wir neu als ADRIA-Premium-Qualität ins Programm aufgenommen. Außerdem bieten wir ab sofort unter DONNA ROSA 2x5-kg-Beutel feine Tomatenpulpe als Ersatz für nicht mehr erhältliche 10-kg-BIBs an, die besonders von Pizzerien und anderen Gastronomiebetrieben gesucht werden. Das ist noch nicht alles: Ab September 2022 vertreiben wir Schältomaten aus neuer Ernte in 2650-ml-Dosen unter der neuen Trendmarke PAOLO ROSSI made by PMM. Seien Sie gespannt! Mehr darüber erfahren Sie demnächst auf unserer Website.






NEW  
season

## PFIRSICHE & APRIKOSEN




In **Griechenland** zeichnet sich für 2022 eine gute Pfirsich- und Aprikosen-Ernte ab. Im vergangenen Herbst noch musste der Markt aus diesem Ursprung Einbußen von fast 50% sowie eine Preisverdopplung schlucken. Nicht jeder Bedarf konnte seinerzeit gedeckt werden. Aus **Spanien** heißt es, dass die Erntemenge aktuell wohl geringer ausfallen wird. Daher wird nur vorsichtig über Preise und Liefermengen für Dosenware verhandelt. Steigende Kosten für Energie, Dosen und Logistik schlagen weiter zu Buche. Marktkenner gehen derzeit von Preiserhöhungen zwischen 3% und 6% bei Dosen-Pfirsichen und zwischen 8% und 9% bei Aprikosen aus. Sicher ist, dass die gesamte Gastronomie und die verarbeitende Industrie auch in diesem Segment händierend nach neuer Ware suchen.

## Sardellen



PMMs köstliche Sardellen-Filets in Sonnenblumenöl (Dose 630 ml) durchkreuzen gerade unruhiges Gewässer: Aus den Ursprüngen **Peru** und im Süden **Marokkos** (vor Agadir) werden aktuell schwache Fänge (nur kleine Kaliber) gemeldet. Zum Glück sind die Lager in Peru gut gefüllt, berichtet unser dortiger Hauptlieferant, so dass zunächst ausreichend Rohmaterial vorhanden ist. Trotzdem gibt es aktuell Steigerungen beim Kilopreis von knapp 20% im Vergleich zum Vorjahr, bedingt durch höhere Ausgaben für Verpackung und rares bzw. teures Sonnenblumenöl. Allerdings liegt der Durchschnittspreis immer noch deutlich unter dem der Ware aus Marokko, **Argentinien** (hat übrigens soeben seine MSC-Zertifizierung verloren) und **Spanien**, wo derzeit die Fangsaison läuft. Dort ist der Preis am höchsten. Kopfzerbrechen bereiten uns allerdings die exorbitant hohen Frachtkosten über den Atlantik. Wir versuchen derzeit, gemeinsam mit unserem peruanischen Partner die beste Lösung zu finden, damit wir auch künftig PMMs Abnehmern beste Qualitätsware zur Verfügung stellen können.

## THUNFISCH



Nach zwei Jahren Pandemie-Stress melden unsere weltweiten Partner aus der Thunfischindustrie langsam wieder „business as usual“. Allerdings sorgt das Wetterphänomen El Niño derzeit im Pazifischen Ozean für schwache Fänge. Dabei erwärmen massive Windströme entlang des Äquators die Wasseroberfläche. Die Fischschwärme tauchen ab und sind schwieriger zu orten. Fänge im Indischen Ozean sowie aus dem Atlantik halten sich in Grenzen. Immer noch hohe Kosten für Verpackung und Schiffsöl drücken die aktuellen Rohwarenpreise (Skipjack/Yellowfin) am Haupthandelsplatz **Bangkok** weiterhin ans obere Ende. Durch den starken US\$ bei aktuell 1,04 zum Euro liegt der Verkaufspreis bereits über 9 € für Dosen-Thunfisch (1705g, Chunks in Öl oder Wasser). Wir stehen tagtäglich im Kontakt mit unseren Herstellern. PMM bleibt mit Top-Produkten (z.B. Solidpack und Pouch!) lieferfähig.



NEW  
Season

## Peperoni



In der **Türkei** sind für die laufende Saison viel weniger Paprika und Peperoni angebaut worden als im Vorjahr. Unverkaufte Altware ist nicht vorhanden, insbesondere das Produkt Peperoni Lombardi 'geschnitten' (4250 ml) ist bis zur neuen Ernte nicht mehr erhältlich. Aufgrund der außergewöhnlichen Hitze war die Ernte im letzten Jahr sowohl in der Türkei als auch in **Ägypten** nicht ergiebig – die Schoten sind regelrecht auf den Feldern „verbrannt“. Das hatte auch bei seriösen Herstellern im Ursprung zu Vertragskürzungen bzw. Nichterfüllungen geführt. Glücklicherweise sind wir bei PMM noch ausreichend mit 'ganzen' Schoten am Lager bestückt – daher gilt es jetzt, diese Alternative zu nutzen und die Mitarbeiter in der Küche zum Selber schneiden zu animieren.

Wir rechnen für die neue Ernte mit Preiserhöhungen von bis zu 55% für die 5-Kilo- bzw. 10-Kilo-Dosen. Preistreiber sind auch in der Türkei Energiekosten (Gas/Strom), Verpackungen sowie ein teurer Dollar. Sorge bereitet aber vor allem die hohe Inflation zwischen 40% und 65% (je nach Angabe).

## PMM vor Ort



Moiz Hemsı, Thomas Schneidawind, Bahar Atrek und Albert Hemsı vor Peperoni-Fässern (v.l.n.r.)

auch hier, (gutes) Personal zu finden. „Vor allem auf den Feldern wollen immer weniger Leute der mühsamen Handarbeit bei der Hitze im Sommer nachgehen. Im Gegensatz zu den Tomaten gibt es bei Peperoni, Paprika und auch bei den Kapern keine Möglichkeiten, maschinell zu ernten“, erklärt **Moiz Hemsı**. Sehr wertvoll sei es, „die langjährige freundschaftliche Beziehung weiter zu stärken und das Vertrauen auszubauen“, freute sich der Firmeninhaber. Wir von PMM sehen das genauso.







## INTERVIEW

# "REGALPREISE *werden hoch bleiben*"

Planungssicherheit, in Vorleistung gehen, Lagerrisiko übernehmen? Wir wollten wissen, wie ein PMM-Partner auf Lieferantenseite (für Kichererbsen, weiße Bohnen und Kidneybohnen) mit diesen momentan größten Herausforderungen im Markt umgeht. Antworten liefert **Carolina Grimaldi**, die erfahrene Geschäftsführerin des süditalienischen Bohnenherstellers **Eurocom** (Angri).



Carolina Grimaldi

**PMM:** Frau Grimaldi, die derzeitige Marktsituation für Hülsenfrüchte ist ein einziges Desaster. Die Energiepreise sowie Arbeits- und Verpackungskosten schießen in die Höhe, vereinbarte Containerware kommt nicht rechtzeitig an. Wie sehen Sie die Entwicklung in Europa und weltweit? Sehen Sie eine Chance, aus dem Schlamassel herauszukommen?

**Carolina Grimaldi:** Genau das sind die brisanten Fragen, die wir uns seit Monaten selber stellen. Bislang haben wir leider keine befriedigenden Antworten gefunden. Die Situation bleibt extrem schwierig. Was wir mit Sicherheit sagen können: Die Bewältigung dieser Krise und die damit zusammenhängende, langsame Wiederherstellung normaler, sozioökonomischer Zustände hängt von den Entscheidungen der EU und der internationalen Gemeinschaft ab.

Zudem brechen Lieferketten zusammen – gerade jetzt, wo nach zwei Jahren Pandemie endlich eine steigende Nachfrage zu verzeichnen ist. Welches sind für Sie die größten Herausforderungen in der nahen Zukunft?

Für uns ist es selbstverständlich, alle bestehenden Verträge zu erfüllen und unsere Kunden mit den notwendigen Rohstoffen zu versorgen. Das haben wir selbst in der kritischsten Phase der Pandemie

getan. Da die Produktionskosten ebenso steigen wie die Rohstoffpreise, gehen die Gewinnspannen zurück. Es wird für uns immer schwieriger, finanziell in Vorleistung zu gehen und

der Nachfrage nach Waren durch vorausschauende Käufe und konsequente Lagerhaltung entgegen zu kommen. Doch genau das würde das Risiko und den Schaden bei einem drohenden Zusammenbruch der Lieferkette deutlich begrenzen.

**Der Motor im Lebensmittelsektor und im Gaststättengewerbe ist gerade erst wieder angesprungen. Was erwarten Sie im Hinblick auf eine Marktanpassung oder -bereinigung? Wer wird überleben?**

Das ist eine sehr heikle Frage, auf die ich keine Antwort geben kann und auch keine Prognose wage.

**Wie schätzen Sie das künftige Preisniveau auf der Verbraucherseite ein?**

Nur ein neues Gleichgewicht auf dem internationalen 'Schachbrett' aller Marktteilnehmer kann zu einer Beruhigung der Preise führen. Doch selbst dann werden die Regalpreise wohl hoch bleiben.

**Wie wichtig ist für Sie die Partnerschaft zwischen den verschiedenen Marktteilnehmern?**

Überlebenswichtig! Gerade unter diesen Umständen ist eine ernsthafte, faire und intensive Zusammenarbeit aller Parteien absolut notwendig.

**Wir bedanken uns für das Gespräch.**





## LOGISTIK *auf der Kippe*

Die Transportprobleme weltweit spitzen sich zu. Neben dem Containerstau auf den Weltmeeren drohe jetzt auch das Streckengeschäft mit Südeuropa zu kollabieren, warnt PMM-Geschäftsführer **Fabian Kretschmer**. Die Bereitstellung von LKWs wird immer schwieriger und teurer. Fahrer fehlen oder müssen gemäß neuen EU-Vorgaben aufwendig umgeschult werden.

„Aktuell stehen Liefertermine, vereinbarte Mengen und Preise auf der Kippe“, erklärt Kretschmer. Viele würden sich von der dramatischen Lage noch kein richtiges

Bild machen. „Wir sind auf alles gefasst und versuchen, das Lager bestmöglich aufzustocken, um die Versorgung zu sichern“, betont der PMM-Manager. Kurz- und mittelfristig sei jedoch keine Entspannung im Logistikbereich in Sicht. Vielmehr werde sich die Lage im europäischen Landverkehr kurzfristig verschärfen. „Insbesondere Juni und Juli sehe ich als sehr kritische Monate für Frachtraum und Preise an. Auch hier gilt 'take it or leave it'“.



## Treffer

Der Sprung ins kalte Wasser kann auch mal danebengehen. Bei **Eve-Florence Gölz** nicht! Unsere neue Einkaufs-/Verkaufsmanagerin bei Paul M. Müller seit 1. April ist froh, dass sie „gerade hardcore alles mitbekommt bei PMM und nicht alles nur im ruhigen Fahrwasser verläuft“. Teurer Einkauf, hoher Dollar, der Run auf knappe Angebote, Verkauf nicht um jeden Preis - momentan herrscht in der Tat rauer Wellengang im Markt. Die 33-Jährige Betriebswirtin und langjährige Ex-Wasgau-Mitarbeiterin (Pirmasens) verfügt jedoch über ausreichend Know-how und hat mit PMM-Profi **Martina Schulke** eine erfahrene Kapitänin zur Seite: Zum Ende des Jahres übernimmt Gölz dann die Rolle 'Category Management Fisch' bei PMM komplett. Wir freuen uns sehr über den Neuzugang an Bord.



Eve-Florence Gölz mit Jackfruit

### Endlich, der Sommer ruft!

Bis dahin wünschen wir allen Freunden und Partnern von PMM ein gutes Durchstarten.

*Ihr Team von Paul M. Müller.*



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