



© www.zweischrittweiller.at

**Krisengewinner**

Bei der LGV erfolgt der Vertrieb zu 95% über den LEH; von den Schließungen in der Gastronomie war man kaum betroffen. Vorstand Josef Peck durfte sich über ein Umsatzplus von rund 18% freuen.

# Nachhaltiges Nachfrageplus

Obst und Gemüse sind seit Ausbruch der Krise verstärkt gefragt; die größte Herausforderung ist die Personalsuche.

WIEN. Es war kein leichtes Jahr für die österreichischen Obst- und Gemüse-Produzenten: Zwar konnten alle großen Player an Umsatz zulegen, doch hatten sie gerade in den ersten Monaten der Coronakrise enorme Nachfragespitzen zu bedienen. Während die Erntehelfer alle Hände voll zu tun hatten, rauchten im Management die Köpfe: Es galt, rasch und effizient, sowohl in der Verwaltung als auch im Betrieb, eine Reihe von Maßnahmen umzusetzen und je nach Situation anzupassen.

Die Bewältigung dieser Herausforderungen ist, so der Branchentenor, gut geglückt: „Wir sind gut durch die Krise gekommen, besser gesagt: durch den ersten Teil“, resümiert Josef Peck, Vorstand der LGV Sonnen-gemüse, treffend. Insgesamt sind bis Herbst 2020 insgesamt 100.000 € für „zusätzliche Corona-Maßnahmen“ aufgewendet worden.

Auch efko-Geschäftsführer Klaus Hrabý erklärte jüngst, man sei „hinsichtlich Prävention und Hygienekonzepten perfekt aufgestellt“. Wie im Vorjahr kämpfte man aber mit einem beständigen Personalmangel: „Die an sich schon schwierige Lage, genügend Erntehelfer für unsere Landwirte auf die Felder zu bekommen, wurde 2020 durch die Einreisebeschränkungen nochmals verschärft.“

**Dickes Plus für SanLucar**

Auch SanLucar Österreich-Geschäftsführer Alexander Thaller berichtet von umfangreichen Umstellungen in der Lieferkette. „Mittlerweile haben wir uns aber ganz gut darauf eingestellt, auch wenn die Sicherheits- und Hygienemaßnahmen Mehrkosten für uns bedeuten“, so Thaller. Besonders in den Anfangsmonaten hatte man mit der Herausforderung zu kämpfen, dass reife und erntbare Produkte zwar

in Hülle und Fülle zur Verfügung standen, es aber zu wenig Menschen gab, die diese Mengen auch einbringen und versandfertig machen konnten.

Während etwa im Beerensegment die Umsatzentwicklung vor dem ersten Lockdown einen „rasanten Anstieg zum Vergleichszeitraum der Vorjahre hingelegt“ hatte, habe sich die Entwicklung nach der Verkündung der Eindämmungsmaßnahmen vorübergehend ins Gegenteil verkehrt; die damals von

Thaller vorsichtig in Aussicht gestellte „normale Umsatzentwicklung“ übertraf SanLucar letztlich mit einem Plus von über 16% auf 128 Mio. € deutlich.

**Anhaltender Bedarf**

„Mittel- und langfristig liegen unsere größten Herausforderungen nicht in der Vermarktung, sondern in der Produktion, die zunehmend schwierig wird“, erklärt Peck. Was die Nachfrage betrifft, sieht er einen nachhaltigen Effekt: „Nach einem explosionsartigen Bedarfsanstieg zu Beginn des Lockdowns hat sich die Nachfrage auf einem Niveau eingependelt, das deutlich über den Vorjahren liegt.“ Entsprechend steht für 2020 ein Umsatzplus von rd. 18% auf 100 Mio. € zu Buche.

Peck: „So dramatisch diese Krise auch ist, sie hat die Wichtigkeit einer regionalen, sicheren Versorgung mit schmackhaftem Gemüse noch weiter in den Vordergrund gerückt. (haf)

**Obst & Gemüse: Die Top 5**

Rang	Unternehmen	Umsatz 2020	Umsatz 2019
1	Frutur	335	302,9
2	efko Frischfrucht & Delikatessen	155,4	150,2
3	SanLucar	128	110
4	LGV Sonnengemüse	100	85
5	Greenyard Fresh Austria	85*	82,9

Zahlen in Mio. €, Umsatzzahlen ohne Stern\* sind Unternehmensangaben, Nennungen mit Stern\* sind Schätzungen von medianet, basierend auf dem aktuellen Firmenbuchbeitrag, der Firmenhistorie, den Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern und verglichen der Zu-/Abgänge von Kunden. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.