

HAFRU, HAMBURG

Qualitätsprogramm mit Eigenmarken

Die Hanseatische Fruchtvertriebsgesellschaft, kurz Hafru, wurde im Jahr 1987 gegründet. Seit 1992 wurde unter der Leitung von Helmut Kliever, der leider viel zu früh 2003 verstarb, und seinem Sohn Volker Kliever der traditionelle Handel mit Obst, Gemüse und Südfrüchten auf dem Hamburger Obst- und Gemüsegroßmarkt erfolgreich ausgebaut.



Volker Kliever

Die Hafru entwickelte sich schnell zu einem zuverlässigen Partner für den Groß- und Einzelhandel im gesamten norddeutschen Raum und über die Landesgrenzen bis nach Skandinavien und Polen hinaus.

Durch den Umzug im Jahre 2008 auf eine neue Standfläche entstand die Möglichkeit zur neuen Gestaltung der Lagerflächen. Das „alte“ Lager im Außenbereich West wurde aufgegeben - ein neuer Kühlraum mit vier unterschiedlichen Kühleinheiten und eigenem Ladetor ermöglichen nun eine ungebrochene Kühlkette und schnelle Lieferzeiten. „Ideal zur Umsetzung unserer Qualitätsmaßstäbe nach IFS“, wie Volker Kliever betont.

Das Programm der Firma Hafru definiert sich sowohl durch internationale Marken wie „Dole“ und „Del Monte“ als auch durch Eigenmarken wie „USIA“ und „Fruit-Love“ für Citrusfrüchte oder „Simone“, „Puglia Seedless“, „Sant Ambrogio“ für italienische Weintrauben. „Langjährige und persönliche Kontakte zu Erzeugern und Lieferanten im In- und Ausland garantieren ein hohes und gleich bleibendes Qualitäts-

niveau. Sortimentsvielfalt, Frische und hochwertige Marken bieten allen Kundenstrukturen eine große Auswahl an Artikeln in verschiedenen Preissegmenten“, so Volker Kliever.

Fruchthandel Magazin: Nun kommt langsam die Citrussaison ins Rollen. Was erwarten sie in diesem Jahr aus Spanien?

Volker Kliever: Wir erwarten größere Mengen als im Vorjahr, rund 30% mehr Clementinen und ca. 15% mehr Orangen. Die Qualitäten sind auch deutlich besser als im Vorjahr, vor allem auch die Haltbarkeit. Der Grund ist, dass es mehr Regen und folglich weniger Trockenheit als im Vorjahr gab.

FH-Magazin: Was sind Ihre Produkthighlights im Citrus-Sortiment?

V. Kliever: Die Produkthighlights sind vornehmlich USIA-Produkte von der Firma Agrufrut S.L. Die Firma Agrufrut S. L. ist

einer der wenigen rein privaten Exporteure (keine Kooperative) und setzt bei den Produkten auf Qualität statt Menge. Sie bedient in Deutschland ausschließlich Großmärkte und keinen LEH. Produkt-highlights im gesamten Citrus-Sortiment sind Clementpons „Usia“ und Navelinas / Navels „Fruit-Love“ - die sind im Geschmack hervorragend und bieten eine gleichbleibende Qualität. Die Stabilität der Ware ist ebenfalls ausgezeichnet.

FH-Magazin: Wie lange arbeiten Sie schon mit Ihren Partnern in Spanien?

V. Kliever: Wir arbeiten seit über 15 Jahren mit Agrufrut zusammen und denken, dass sich die Marke „Usia“ am Hamburger Großmarkt sehr gut etabliert hat.

FH-Magazin: Was wünschen Sie sich als deutscher Importeur generell von spanischen Abladern?

V. Kliever: Andere spanische Ablader sollten sich dem Beispiel „Usia“ anpassen und nicht nur ausschließlich auf Menge produzieren. Die meisten Produkte sind zwar von der Optik und Haltbarkeit in Ordnung, da sie letztlich auch so vom LEH gefordert werden, aber Geschmack und eine hohe Qualität bleiben dabei leider manchmal auf der Strecke.

FH-Magazin: Wie kann der Handel besser den Verbraucher erreichen?

V. Kliever: Da schließt sich der Kreis ... der Verbraucher sollte mit Geschmack und gleich bleibender Qualität überzeugt werden... nicht mit Preispolitik. *k.r.*



Usia-Qualitätsware aus Spanien.