



Früchte Kamp bietet auch halbierte Papayas an.

kommt besonders gut an und der Kunde kann sich davon überzeugen; wenn er nicht so viel Produktkenntnisse hat, dass die Frucht tatsächlich reif ist.“ Auch **Hel-**

mut Mehlich wird nicht müde, ständig neue Kunden für die Papaya zu gewinnen, auch wenn der Bekanntheitsgrad bereits sehr hoch ist. „Wir bieten die Frucht z. B.

im Rahmen unserer Convenience-Theke auch schon in mundgerechte Happen geschnitten an, sodass man nicht gleich eine ganze Frucht kaufen muss.

Ständig verkosten wir Ware an unsere Kunden, um den Unterschied zwischen Flugware und Normalware zu demonstrieren. Auch in unseren häufigen Exoten-Verkostungen nimmt die Papaya einen festen Platz ein.“ Ebenso sieht **Andrea Zschieschank** Verkostungen aber auch Rezepttipps als überzeugende Argumente für den Exoten an. „Wichtig ist uns, den Kunden über den Reifegrad zu beraten. Großes Interesse besteht auch bei der Information von Nährwerten der Papaya. Man kann sagen, dass die Papaya, ob groß oder klein, nicht mehr skeptisch angeschaut wird, sondern zum Standardangebot gehört.“ n. b.

Ingmar Heuer GmbH, Hamburg

Menge fast verdoppelt

Zum Thema „Handel mit Papayas“ sprach das Fruchthandel Magazin mit Ingmar Heuer von der Ingmar Heuer GmbH in Hamburg über das Erfolgsprodukt.

Fruchthandel Magazin: Wie hat sich das Produkt Papayas in den vergangenen Jahren in Ihrem Unternehmen entwickelt?

Ingmar Heuer: Noch vor drei bis vier Jahren gestaltete sich der Papayamarkt sehr schwierig. Die Preise für Schiffsware waren schlecht und auch die Qualität der Früchte ließ zu wünschen übrig. Aber seit der Entscheidung für die Flugware hat sich die Papaya bei uns sehr positiv entwickelt. Sobald der Kunde merkt, dass er ein gutes Produkt in Händen hält, kauft er es auch wieder. Auch die Lebensmitteleinzelhändler erkennen dies zunehmend und bieten entsprechende Ware an.

FH-Magazin: Welche Volumen aus welchen Herkunftsländern werden gehandelt?

I. Heuer: Wir vermarkten ausschließlich Ware aus Brasilien. Im Sommer hatten wir lediglich zwei Ankünfte pro Woche, die über Frankfurt bzw. Hamburg abgewickelt wurden. In der „Saison“ sind 3–4 wöchentliche Ankünfte die Regel. Verladen wird die Ware über die Flughäfen Salvador de Bahia, Sao Paulo, Rio de Janeiro und Petrolina.

FH-Magazin: Wie läuft die diesjährige Vermarktung bisher?

I. Heuer: In diesem Jahr bis August konnten wir bereits eine Mengensteigerung von 85% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum feststellen.

FH-Magazin: Welche Sorten werden primär gehandelt?

I. Heuer: Bei uns wird in erster Linie Formosa vermarktet und ein geringerer Teil Golden.

FH-Magazin: Wie wichtig ist Bio-Ware in diesem Segment? Nimmt der Anteil zu?

I. Heuer: Zumindest in Brasilien sind nach meinem Kenntnisstand alle Versuche bisher fehlgeschlagen, da die Papaya eine gewisse Behandlung benötigt. In Brasilien ist die Luftfeuchtigkeit einfach zu hoch. Dies fördert Insekten und Fäulnispilze, was den Einsatz von entsprechenden Gegenmaßnahmen unabdingbar macht.

FH-Magazin: Handeln Sie viel Flugware oder ist dies heutzutage bei den geringen Margen im Fruchthandel nur noch be-

grenzt möglich? Wenn Sie Flugware handeln, könnten Sie das in Prozent (im Vergleich zu Schiffstransporten) ausdrücken?

I. Heuer: Wir handeln ausschließlich mit Flugware. Kalte Temperaturen von unter 10°C über einen längeren Zeitpunkt beeinträchtigen auch immer das Aroma der Früchte. Das konsequente Festhalten an „reifer“ Flugware führt nach unserer Meinung auch zu einer Wiederbelebung des Konsums. Wir dürfen nicht vergessen, welche Distanzen die Früchte hinter sich gelassen haben, bis sie bei uns ankommen. Teilweise fahren die Lkw bis zu 2.000 km von der Produktion bis zum nächsten Flughafen, von dem die Ware dann nach Europa fliegt.

FH-Magazin: Wie sieht es mit dem Einsatz von CA-Containern bei Papaya aus?

I. Heuer: Wir haben noch keine Erfahrungen mit CA-Ware bei Papayas. ■



Brasilianische Papayas der Firma Ingmar Heuer werden nur als Flugware vermarktet.

Die Anbaugelände der Fazenda Agronol.

Brasilien/Fazenda Agronol

Erfolgreich produzieren mit Umwelt- und Sozialverantwortung

In Brasilien gehört die Fazenda Agronol, mit der die Ingmar Heuer GmbH zusammenarbeitet, zu den bedeutendsten Anbietern für Qualitätspapaya. Fazenda Agronol produziert an sieben verschiedenen Orten (siehe Karte). Die dort erzeugten Früchte entsprechen den meisten bestehenden Importanforderungen der Ausfuhrländer: hohe Qualität, sichere Produktion und vor allem verlässliche Volumen. Fazenda Agronol verfügt derzeit über 4.200 Acre bewässertes Land, auf dem Papayas, Guaven, Orangen, Limetten, Mandarinen und Ananas produziert werden.

Ihre Erfolgsgeschichte beginnt in den frühen 1980er-Jahren mit der Suche nach einem geeigneten Standort für den Anbau von Früchten. Dabei stellte sich heraus, dass das Gebiet Cerrado im westlichen Hochland des brasilianischen Bundesstaats Bahia der beste Standort für das Projekt war. Die Kombination aus geografischer Lage, ebenem Gelände, reichlichen Wasserquellen, hohen Temperaturen, günstigem Niederschlagsvorkommen und reichlich Arbeitskräften führte zu diesem Entschluss.

Mittlerweile produziert die Fazenda Agronol sämtliche Papayasorten, angefangen von Formosa und Sunrise bis hin zu den Golden Varietäten. Vor allem der Anbau der Papaya Formosa ist sehr erfolgreich. Das Unternehmen hat sich zum größten Exporteur dieser Varietät entwickelt und garantiert eine ganzjährige Verfügbarkeit. Die

haben die Formosa mittlerweile für sich entdeckt. Ein weiterer großer Vorteil der Papaya ist der Gesundheitsaspekt, denn der Exot unterstützt das Immunsystem und fördert so das Wohlbefinden. Die Früchte sind reich an Vitamin C und Vitamin A, die wichtig für eine gesunde Haut sind und den Alterungsprozess verlangsamen. Durch das Enzym Papain wirkt die Papaya zudem entzündungshemmend und verdauungsfördernd.

Von der Fazenda Agronol werden zudem andere Frucht- und Kaffeeplantagen auf einer Fläche von etwa 7.410 Acres auf hohem technischem Niveau produziert. Dafür werden modernste Umweltmanagement-Konzepte und Sozialpläne eingesetzt. So soll eine zukunftsfähige, umweltfreundliche Produktion in Kombination mit guten Erträgen und herausragender Qualität ermöglicht werden. Auch eine gute Infrastruktur ist vorhanden. Ein modernes Packhaus verfügt über hydrothermale Anlagen und Kühlräume mit kontrollierbarer Luftfeuchtigkeit. Jeder Arbeitsschritt der Produktion unterliegt dabei strengen Gesundheits- und Sicherheitsbestimmungen. Die Früchte werden vorsichtig gewaschen, ausgewählt, desinfiziert und in modernen Verpackungsräumen verpackt.

Das Unternehmen ist Eurep-Gap-zertifiziert und entspricht dem Standard PIF (Integrated Fruit Production Program of the Brazilian Ministry of Agriculture). So können die von den Kunden gewünschten Produktstandards und die des Exports erfüllt werden.



Frucht mit einem Gewicht von 1,2 kg bis 1,5 kg hat reichlich festes Fruchtfleisch, das ideal ist, um frisch serviert zu werden. Sie kann auch gut zum Fruchtshake mit Limetten, Orangen oder Milch verarbeitet werden. Caterer, Hotels und Restaurants

Frucht	Varietät	Acres
Papaya	Formosa, Sunrise e Golden	1.300
Orange	Pêra Rio, Bahianinha e Piralima	470
Limette	Taiti	370
Mandarine	Ponkan e Murcot	125
Guave	Paluma	62
Ananas		50

