

GREAT soll Export ankurbeln helfen

Athen. Alkiviadis Kalambokis, der noch bis vor wenigen Monaten CEO der inzwischen abgeschafften griechischen Exportförderungsorganisation HEPO war, hat sich als Geschäftsführer und Inhaber der Great Greek Exports & Trade (GREAT) ein neues und doch zugleich altvertrautes Betätigungsfeld geschaffen. Das neugeborene Unternehmen mit Sitz in Athen organisiert griechische Pavillons bei den bedeutendsten internationalen Messen weltweit. Für 2015 sind elf Messebeteiligungen geplant, fünf davon allein in Deutschland: In Köln die



Alkiviadis Kalambokis: Will für frischen Wind auf dem Exportsektor sorgen.

ANUGA und die ISM, in Düsseldorf die Prowein und in Berlin die Fruitlogistica sowie die Grüne Woche. Zum Service von GREAT gehört die professionelle Messevorbereitung von B2B-Treffen mit einem Team von Partnern im Ausland, welches sich auf die Förderung von griechischen Produkten und Dienstleistungen spezialisiert hat. Alkiviadis Kalambokis blickt auf eine 20-jährige Erfahrung im Außenhandel. Er will mit Liebe, Leidenschaft und Vision „neue, moderne, praktische und vor allem wirklich gute Ideen“ präsentieren. *js/lz 45-14*

Dittmann kommt mit neuen Artikeln

Reichold Feinkost GmbH setzt auf innovative Spezialitäten von drei griechischen Produzenten

Diez. Feinkost Dittmann, 1901 gegründet, sieht sich auch 113 Jahre später im Einklang mit dem Verbraucherbedürfnis nach Spezialitäten, wobei jedoch der Discount- und Handelsmarkenanteil steigt.

Die Nachfrage nach Premium-Feinkost ist das eine, der wachsende Anteil der Discount- und Handelsmarken das andere. Laut Martin C. Schmidlin, Marketingdirektor bei der Reichold Feinkost GmbH (Feinkost Dittmann), sind die deutschen Verbraucher zunehmend bereit, für sehr hochwertige Produkte auch mehr Geld auszugeben. Als Beispiel führt er Olivenöl an. Hier habe das Qualitätsbewusstsein in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. So würden heute landestypische, regionale und sortenreine Olivenöle verstärkt nachgefragt.

Darüber hinaus wachse beispielsweise auch der Markt von hochpreisigem, regionalen Slow-Food in Bio-Qualität. Dabei deckten die Verbraucher ihren „Feinkost-Grundbedarf“ durchaus auch beim Discounter. Dennoch gebe es weiterhin insbesondere in der Nische eine Nachfrage nach hochpreisigen Spezialitäten, die sogar wachse. Nach den Worten von Martin Schmidlin wird margenstarke Premium-Feinkost bei Dittmann in Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielen und das Standard-Sortiment in sinnvoller Weise abrunden.

Sein Blick richtet sich auf die Mitte des Jahres national im LEH eingeführte Mini-Antipasti-Range von sechs Delikatessen im 8-Eck-Glas,

hergestellt von den Almi-Brüdern Anastasios und Minas Mertzaniades in Alexandria Imathias. Neben den von Hand mit Frischkäse gefüllten Peperballs, gegrillten Champignons und Teufli sind es in würzigen Marinaden eingelegte Perino Tomaten, Balsamico-Zwiebeln und Artischockenherzen. Dazu treten Ende November zwei weitere Artikel: Von Hand mit Reis gefüllte mongolische Mini Weinblätter in Sojaöl aus dem Hause Palirria und in süß-saurer Lake eingelegte Mini Sweet Drops aus peruanischem Anbau von Almi.

Der 1957 gegründete Palirria-Betrieb der Familie Souliotis in dem Dorf Politika auf der Insel Euböa, zu dem seit zwei Jahren Produktionsstätten in Bulgarien und China gehören, wird von Martin Schmidlin besonders hervorgehoben. Es handele es sich um ein Sortiment „authentischer, original griechischer Meze-Vorspeisen“, die Dittmann aktuell „große Freude“ bereitet. Derzeit lägen die 21 Spezialitäten mit rund 57 Prozent beim



Erfolgreich: Griechische Spezialitäten von Almi gibt es bei Reichold im Sortiment. Minas Mertzaniadis kümmert sich um die Produktion, während sein Bruder Anastasios den Kaufmännischen Bereich verantwortet.



Absatz und rund 68 Prozent beim Umsatz im Plus (zum 30.09.2014 gegenüber dem Vorjahreszeitraum). Zu den Erfolgsbringern zählen namentlich die Varietäten im 280-g-Gebinde

(Glas und Dose), etwa gebackene Riesenbohnen in Tomatensauce, mit Reis, Rosinen und Pinienkernen gefüllte Weinblätter sowie Elefantenbohnen in Vinaigrette.

Darüber hinaus bietet Dittmann seit einigen Jahren „neben dem spanischen Marktführer La Española und der meist distribuierten italienischen Olivenöl-Marke Olitalia“ unter der Marke Olyssos drei Varianten der sortenreinen kretischen Olivenölen in extra nativer Qualität von Botzakis aus Iraklion an. Aktueller Wachstumstreiber des Sortiments ist das Bio-Öl mit einem Plus im Absatz und Umsatz (+8,8 respektive 10,9 Prozent zum 30.09.2014 vs. Vorjahreszeitraum). Es ergänzt den „Klassiker“ Olyssos extra nativ in der Amphorenflasche. *js/lz 45-14*

Hingucker: Dittmanns Messeauftritt mit Tim Reichold, dem geschäftsführenden Gesellschafter, und dem Chefkoch. Das Geschäftsjahr 2013 schloss Dittmann mit einem Umsatz von 171 Mio. Euro ab, das entspricht einem Plus von gut 11 Prozent zum Vorjahr.

ECHT GRIECHISCH

TROTZDEM BEZAHLBAR...

Produktinformationen auf www.reichold.com