

## INTERVIEW

Neues Logistiksystem  
im Frische-Netzwerk

## BIO-BOOM

Der Wandel im  
Ernährungsverhalten

# AROMASTARS DES WINTERS

Kohlgemüse – vielseitig und voller Genuss

*Matthies & Söhne*



## EDITORIAL

### Liebe Leserinnen und Leser,

der Winter hat seinen ganz eigenen Geschmack: Kräftig, charaktervoll und mit vielen Überraschungen. Genau diese Vielfalt spiegelt sich in unserer neuen Ausgabe wider. Während draußen die Temperaturen sinken, zeigt die Küche jetzt, wie viel Wärme in frischen, saisonalen Zutaten steckt: Kohl in all seinen Facetten, Feldsalat als zarter Winterstar und Aromen, die gerade in der kalten Jahreszeit ihren großen Auftritt haben.

Gleichzeitig verändert sich unsere Branche in rasantem Tempo. Prozesse werden smarter, Lieferketten transparenter und Qualitätsansprüche steigen. In unserem Interview werfen wir daher einen Blick in die Zukunft der Frischelogistik – dorthin, wo Digitalisierung nicht nur Effizienz verspricht, sondern echte Entlastung für den Alltag in Großküchen und Gastronomie bedeutet.

Ein weiterer Schwerpunkt dieser Ausgabe: der Bio-Boom. Die Zahlen zeigen deutlich, wie stark bewusstes Einkaufen und nachhaltige Ernährung den Markt prägen. Was das für Erzeuger, Handel und Küchen bedeutet – und welche Chancen sich daraus ergeben –, beleuchten wir in unserer Reportage.

Natürlich darf auch in dieser Ausgabe der praktische Nutzen nicht fehlen: Inspirationen für Ihren Speiseplan, spannende Produkt-News aus dem CF-Frischenetzwerk und saisonale Highlights, die jetzt besonders gut schmecken.

Wir wünschen Ihnen eine genussvolle Winterzeit, viele frische Impulse beim Lesen und Freude beim Entdecken der kleinen und großen Geschichten rund um unsere gemeinsame Leidenschaft: gute Lebensmittel.

Herzlichst, Ihr CF-Team

# EFFIZIENZ IM FRISCHE- NETZWERK

## Wie ein neues System die Logistik grundlegend verbessert

**In der Frischelogistik zählt jede Minute. Prozesse müssen reibungslos ineinandergreifen, Fehlerquoten minimiert und die Transparenz maximiert werden. Doch wie gelingt der Sprung von traditionellen Abläufen zur volldigitalen Steuerung? Wir haben mit Johannes Ehrenberg, Geschäftsführer der Dieter Fuhrmann Obst & Gemüse Großhandels GmbH, sowie mit Nico Wohlfahrt, Geschäftsführer der ORGAWARE GmbH, die das Warenwirtschaftssystem TORÉDO entwickelt hat, gesprochen. Im Mittelpunkt standen die aktuellen Herausforderungen im Frischehandel, der Mut zur Veränderung und die spürbaren Vorteile einer beleglosen Kommissionierung.**

**Herr Ehrenberg, Herr Wohlfahrt, herzlich willkommen. Können Sie sich und Ihre Unternehmen unseren Lesern kurz vorstellen?**

**Johannes Ehrenberg:** Sehr gerne. Die Dieter Fuhrmann GmbH ist ein klassischer Obst- und Gemüsegroßhandel und Teil des CF-Frische-Netzwerks. Wir beliefern seit Jahrzehnten Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung in unserer Region. Unser Anspruch ist es, absolute Frische und Qualität zuverlässig auf den Punkt zu liefern. Das erfordert exzellente Prozesse, jeden Tag aufs Neue.

**Nico Wohlfahrt:** Und genau da kommen wir ins Spiel. Mit der ORGAWARE GmbH entwickeln wir seit über 30 Jahren Software für Unternehmensprozesse. Unser System TORÉDO ist speziell für die Anforderungen im Lebensmittel- und Frischehandel konzipiert. Es deckt die gesamte Kette ab – von der Bestellung über die Warenwirtschaft bis zur Abrechnung. Unser Ziel ist es, komplexe Abläufe einfach, intuitiv und effizient zu gestalten.

**Die Frischelogistik ist ein hochdynamisches Geschäft. Herr Ehrenberg, mit welchen Herausforderungen sahen Sie sich konfrontiert, bevor Sie sich für ein neues System entschieden haben?**

**Johannes Ehrenberg:** Das Geschäft wird immer schneller und komplexer. Mit unserer alten Software stießen wir an Grenzen. Die Prozesse waren nicht durchgängig digital, was zu Medienbrüchen führte.

## DAS SYSTEM VERSTEHT UNSER GESCHÄFT.

**DAS UNTERNEHMEN  
WIRD EFFIZIENTER  
UND DER KUNDE  
ERHÄLT EINE BESSERE  
DIENSTLEISTUNG.**



**Nico Wohlfahrt**

Geschäftsführer  
ORGAWARE



**Johannes Ehrenberg**

Geschäftsführer  
Dieter Fuhrmann

**Herr Wohlfahrt, sind diese Herausforderungen typisch für die Branche?**

**Nico Wohlfahrt:** Absolut. Die von Herrn Ehrenberg beschriebenen „Pain Points“ kennen wir von vielen Unternehmen im Frischebereich. Die größten Hürden sind oft veraltete Systeme, die viele manuelle Eingriffe erfordern. Das kostet Zeit, bindet Personal und führt zwangsläufig zu Fehlern. Viele scheuen aber den Aufwand einer Umstellung, obwohl die Vorteile auf der Hand liegen.

**Warum ist TORÈDO die richtige Lösung für Dieter Fuhrmann?**

**Johannes Ehrenberg:** Für uns war entscheidend, dass TORÈDO aus der Praxis für die Praxis entwickelt wurde. Es ist keine Standard-Software, die man irgendwie anpasst, sondern ein System, das die Sprache der Frischelogistik spricht. Funktionen wie die durchgängige Partieverwaltung, die integrierte Tourenplanung und vor allem die Möglichkeit der beleglosen Kommissionierung über eine App haben uns überzeugt. Es war klar: Das System versteht unser Geschäft.

**Herr Wohlfahrt, welche weiteren Funktionen von TORÈDO bringen für einen Betrieb wie Fuhrmann den größten Gewinn?**

**Nico Wohlfahrt:** Die Stärke von TORÈDO liegt in der ganzheitlichen Integration. Alle Prozesse – vom Einkauf über die Auftragsabwicklung und Lagerverwaltung bis zur Rechnungsstellung – laufen in einem einzigen System. Es gibt keine Insellösungen mehr. Das reduziert Fehler, weil Daten nicht mehr manuell von einem System ins andere übertragen werden müssen. Funktionen wie die Anbindung an Bestell-Apps oder die automatische Erstellung von Preislisten sparen enorm viel administrativen Aufwand. Am Ende gewinnen alle: Das Unternehmen wird effizienter, und der Kunde erhält eine bessere Dienstleistung.

**Wenn Sie heute Bilanz ziehen, Herr Ehrenberg: Was sind die drei größten Verbesserungen, die TORÈDO gebracht hat?**

**Johannes Ehrenberg:** Erstens: eine signifikant reduzierte Fehlerquote und damit eine höhere Kundenzufriedenheit. Zweitens: eine enorme Zeitersparnis in der gesamten Auftragsabwicklung, insbesondere im Lager. Und drittens: vollständige Transparenz über alle Prozesse. Wir haben die volle Kontrolle und können unser Tagesgeschäft viel besser steuern und planen.

**Ein entscheidender Schritt ist also die Digitalisierung im Lager?**

**Johannes Ehrenberg:** Absolut. Bisher läuft bei uns noch vieles über klassische Papierlisten. Das ist nicht nur zeitaufwendig, sondern natürlich auch fehleranfällig. Ein Zahlendreher oder ein falsch gelesener Artikel – und schon stimmt die Lieferung nicht. Gerade bei Hunderten von Aufträgen pro Tag summiert sich das schnell. Deshalb war für uns klar, dass wir auch eine Lösung in der beleglosen Kommissionierung brauchen, die mit uns wachsen kann und mehr Transparenz sowie Kontrolle bietet.

**Wie sieht der Prozess der beleglosen Kommissionierung mit TORÈDO denn aus?**

**Johannes Ehrenberg:** In der Planung ist, den gesamten Ablauf künftig digital über die TORÈDO-App auf mobilen Geräten zu steuern. Die Mitarbeiter sollen dann auf ihrem Scanner genau sehen, welchen Artikel sie in welcher Menge für welchen Kunden kommissionieren müssen. Durch das Scannen und Bestätigen der Mengen soll das System alles in Echtzeit verbuchen. Wir sind überzeugt, dass das einen echten Fortschritt bringen wird.

**Wenn Sie einem anderen Unternehmen aus der Branche, das über die Einführung eines modernen Warenwirtschaftssystems nachdenkt, einen Rat geben müssten – was wäre Ihre wichtigste Empfehlung?**

**Johannes Ehrenberg:** Haben Sie keine Angst vor der Umstellung! Die Investition in ein modernes, integriertes System zahlt sich um ein Vielfaches aus. Suchen Sie sich einen Partner, der Ihre Branche versteht und Sie im Prozess begleitet. Für uns war die Zusammenarbeit mit dem Team von TORÈDO entscheidend für den Erfolg.

**Nico Wohlfahrt:** Dem kann ich nur zustimmen. Ein Softwareprojekt ist immer eine Partnerschaft. Es geht darum, gemeinsam die beste Lösung zu finden und die Mitarbeiter auf dem Weg der Umstellung mitzunehmen. Wenn die Chemie stimmt und die Software die Prozesse wirklich abbildet, ist der Erfolg vorprogrammiert.

**Herr Ehrenberg, Herr Wohlfahrt, vielen Dank für diese spannenden Einblicke.**

# DER BIO-BOOM

## Mehr als nur ein Trend

Bio ist längst mehr als ein grünes Label auf dem Joghurtbecher. Hinter dem Boom steckt ein **tiefgreifender Wandel im Ernährungsverhalten, im Einkauf und im Bewusstsein für Umwelt und Gesundheit**. Immer mehr Menschen möchten wissen, woher ihre Lebensmittel kommen und welchen Fußabdruck sie hinterlassen – und genau das macht Bio zu einem der spannendsten Themen unserer Zeit. Ein Blick auf Zahlen, Motivation und Zukunft zeigt, warum der Trend nicht nur bleiben, sondern unsere Ernährung dauerhaft prägen wird.

### Bio erobert den Alltag

Bio-Produkte prägen heute das Einkaufserlebnis so selbstverständlich wie Brot und Butter. Wer durch den Supermarkt geht, begegnet Bio an fast jeder Ecke. Was einst Nische war, ist heute Standard: 97 % der deutschen Haushalte kaufen regelmäßig Bio. 2024 lag der Umsatz bei 17 Mrd. Euro – fast 6 % mehr als im Vorjahr. Seit 2019 wuchs der Markt um rund 37 %. Auch Europa zieht nach: Mit 54,7 Mrd. Euro zählt der Kontinent zu den stärksten Bio-Märkten weltweit.

### Was das Bio-Siegel wirklich aussagt

Bio folgt klaren Regeln: kein synthetischer Dünger, keine Gentechnik, eingeschränkte Zusatzstoffe und regelmäßige Kontrollen. Transparenz ist Pflicht – vom Saatgut über die Verarbeitung bis zur Tierhaltung. Die Grundidee dahinter: Lebensmittel sollen natürlich, nachvollziehbar und ressourcenschonend entstehen. Damit ist Bio nicht nur ein Verzicht auf bestimmte Mittel, sondern ein Landwirtschaftskonzept, das Umwelt, Tier und Mensch gleichermaßen im Blick hat.

### Gesundheit im Fokus

Viele Verbraucher greifen vor allem aus einem Grund zu Bio-Ware: dem Wunsch nach einer gesunden Ernährung. Studien zeigen: Bio-Produkte enthalten weniger Pestizidrückstände und setzen stärker auf natürliche Rezepturen. Ein Beispiel aus dem Alltag: Ein Bio-Naturjoghurt kommt meist mit wenigen, klaren Zutaten aus – ohne Farbstoffe, Konservierungsstoffe und künstliche Aromen.

### Ein Plus für die Umwelt

Auch ökologisch hat Bio klare Vorteile – und viele davon wirken weit über den Acker hinaus. Während konventionelle Landwirtschaft hohe Folgekosten verursacht, schützt Bio den Boden, fördert die Artenvielfalt und entlastet das Grundwasser. Viele dieser Effekte entfalten sich langfristig – und machen Bio zu einem wichtigen Baustein für nachhaltigere Ernährungssysteme.

### Mehr Tierwohl im Stall

Bio-Tierhaltung orientiert sich stärker am natürlichen Verhalten der Tiere: mehr Platz, Auslauf, ökologisches Futter und strengere Vorgaben bei der medizinischen Versorgung sind Standard. Das Ergebnis: robustere Tiere, weniger Stress und eine Haltung, die viele Verbraucher als glaubwürdige Alternative zur konventionellen Intensivmast sehen – und für die sie bereit sind, mehr zu zahlen.

**17 Mrd.  
Euro**

**gaben die Deutschen 2024  
für Bio-Lebensmittel  
und -Getränke aus.**



### Herausforderungen für die Bio-Branche

Bio-Produkte sind teurer – das ist unstrittig. Gründe sind höhere Standards, mehr Handarbeit, geringere Erträge und häufigere Kontrollen. Gleichzeitig zeigt sich: Der Preis an der Kasse spiegelt nicht die wahren Kosten der herkömmlichen Lebensmittelproduktion wider. Umweltbelastungen oder gesundheitliche Folgekosten werden oft über Steuern oder Wassergebühren getragen – nicht über den Supermarkteinkauf. Dennoch zeigen Umfragen: Rund 20 % der Menschen würden gerne häufiger Bio-Produkte kaufen – wenn Preis und Angebot stimmen.



11,4 % der Agrarflächen in Deutschland sind Bio-Flächen.

97 %

aller deutschen Haushalte kaufen Bio-Lebensmittel.



### Bio-Umsatz in Europa 2023

Vergleich

- Umsatz in Millionen Euro
- Wachstum im Vergleich zum Vorjahr in Landeswährung in Prozent
- Umsatz je Einwohner in Euro

EU-27 46.476 +3,1 104

Deutschland 16.080 191

Europa 54.736 +3,2 66

USA 59.003 176

China 12.748 9

Quelle: BÖLW | BRANCHENREPORT 2025 | AMI, FiBL



### Strukturwandel im Handel

Der Bio-Markt bewegt sich derzeit mehr denn je. Discounter erweitern stetig ihr Bio-Angebot und drücken damit die Preise. Das erhöht den Druck auf kleinere und mittlere Bio-Höfe. Verbände wie der Bundesverband Ökologische Lebensmittelwirtschaft bündeln Interessen, fördern Kooperationen und arbeiten an politischen Verbesserungen – von Bürokratieabbau bis zur Förderung regionaler Sorten.

### Chancen für die Zukunft

Ein enormes, bislang nur punktuell genutztes Potenzial liegt in öffentlichen Großküchen: Kitas, Schulen, Universitäten, Kliniken und Betriebskantinen. Sie geben täglich Millionen Mahlzeiten aus – und genau hier kann Bio besonders wirksam werden. Wenn ein Kindergarten bewusst Bio-Gemüse einplant oder eine Unikantine auf Bio-Milchprodukte umsteigt, verändert das nicht nur einzelne Einkaufslisten, sondern ganze Lieferketten.

Großküchen haben den Vorteil, planbar in großen Mengen einzukaufen. Das schafft Verlässlichkeit für regionale Landwirte: Sie können langfristiger planen,

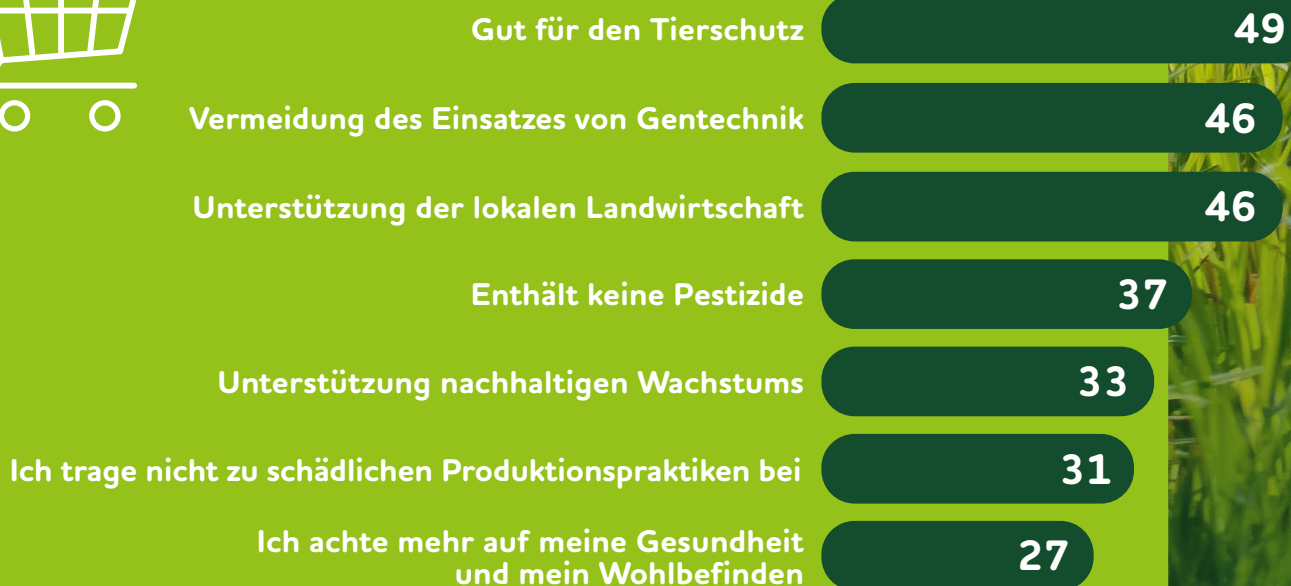
Felder gezielt umstellen, mehr Vielfalt anbauen und ihre Betriebe stabiler gestalten. Gleichzeitig profitieren die Einrichtungen selbst: Bio-Produkte ermöglichen hochwertigere, klar deklarierte Speisepläne und werden von Eltern, Patienten oder Mitarbeitenden zunehmend positiv wahrgenommen.

Auch pädagogisch spielen öffentliche Küchen eine Schlüsselrolle: Kinder, die im Kita-Alltag Bio-Gemüse essen, entwickeln früher ein Bewusstsein für Geschmack und Qualität. Schulen, die auf Bio setzen, vermitteln nebenbei Wissen über Herkunft, Saison, Landwirtschaft und nachhaltiges Essen – ganz ohne belehrenden Ton. So wird jede Mahlzeit zu einem kleinen Lernmoment.

Immer mehr Kommunen experimentieren bereits mit Bio-Quoten oder regionalen Bio-Konzepten. Die Erfahrungen zeigen: Wo regionale Anbieter einbezogen und Küchen fachlich begleitet werden, lässt sich Bio Schritt für Schritt integrieren, ohne das Budget zu sprengen. Öffentliche Küchen können damit zu echten Pionieren der Ernährungswende werden.

## Kaufgründe für Bio-Lebensmittel

Antworten in Prozent





### Bio beginnt im Kleinen

Großküchen können viel bewegen, doch der kulturelle Wandel beginnt im Kleinen – bei den alltäglichen Entscheidungen im Haushalt. Der Griff zu saisonalem Gemüse, der Kauf von Eiern aus mobiler Freilandhaltung, der Besuch auf dem Wochenmarkt oder das Wechseln zu einer regionalen Bio-Molkerei: Solche scheinbar kleinen Schritte schaffen Nachfrage für Produkte, die anders, bewusster und nachhaltiger erzeugt werden.

Zahlreiche Bio-Landwirte berichten, wie deutlich diese Entwicklungen ihren Arbeitsalltag beeinflussen. Wenn Kunden häufiger Bio-Linsen nachfragen, wird im nächsten Jahr eine größere Fläche dafür eingeplant. Wenn eine Bäckerei regionale Bio-Getreidesorten hervorhebt, entstehen wieder alte Sorten wie Emmer oder Einkorn auf dem Feld. Und wenn ein kleiner Hof dank steigender Nachfrage erfolgreich seine Direktvermarktung ausbaut, bleibt er wirtschaftlich stabil – und damit ein wichtiger Teil der regionalen Ernährungskultur.

Ein neuer Kreislauf entsteht: Bewusster Konsum schafft mehr Vielfalt – und diese Vielfalt steigert wiederum die Qualität unserer Ernährung. Bio beginnt also nicht nur beim Produkt, sondern bei den Entscheidungen, die Wertschätzung ausdrücken – gegenüber der Natur, den Menschen, die unsere Lebensmittel herstellen, und uns selbst.

### Ein Blick nach vorn

Bio ist heute mehr als ein bewusster Einkauf. Es ist ein gesellschaftlicher Wandel, der zeigt, wie eng Genuss, Verantwortung und Nachhaltigkeit miteinander verbunden sind. Jeder Bio-Kauf – ob ein Netz Kartoffeln, ein Liter Milch oder ein Mittagessen in der Kantine – stärkt eine Landwirtschaft, die Böden schützt, Tiere respektvoll behandelt und gesunde Lebensmittel liefert. Der Trend mag im Supermarkt sichtbar werden, doch seine Wirkung reicht weit darüber hinaus: in die Felder unserer Regionen, in die Küchen unserer Kinder und in die Zukunft eines tragfähigen Ernährungssystems.

**65 %**

aller pflanzlichen  
Milchgetränke  
in Deutschland  
sind bio.

**22.380**

Bio-Herstellerinnen  
und Gastronomen  
sorgen für gute  
Lebensmittel.

**14,2 %**

aller Höfe  
in Deutschland  
arbeiten bio.

## Marktanteile verschiedener Bio-Produkte am Gesamtmarkt 2024

Angaben in Prozent

pflanzliche Milchgetränke ..... **65 %**

Fleischersatz ..... **24 %**

Mehl ..... **20 %**

Milch ... **14 %**

Eier .... **14 %**





# KOHLGEMÜSE

## Wintergenuss mit Charakter

Kaum ein Gemüse verkörpert die winterliche Küche so sinnbildlich wie Kohl. **Robust, aromatisch und voller wertvoller Nährstoffe**, begleitet er uns zuverlässig durch die kühlen Monate. Dabei überrascht Kohl immer wieder mit seiner Vielfalt: Jede Sorte hat ihre eigene Persönlichkeit, ihr eigenes Aroma und ihr ganz eigenes kulinarisches Potenzial.

### Nachhaltig & regional

Dank seiner **regionalen Verfügbarkeit** und **erstaunlichen Lagerfähigkeit** ist Kohlgemüse ein nachhaltiger Begleiter in der winterlichen Küche.

### Zeitlos lecker

Kohl gehört zu den **ältesten kultivierten Gemüsen** der Welt. Bereits die Römer und Griechen schätzten ihn als Grundnahrungsmittel.



# Winterstars auf dem Teller

## Weißkohl – ein Klassiker mit Biss

Der robuste Dauerbrenner begleitet uns durch den Winter. Seine festen Blätter machen ihn perfekt für Krautsalate, deftige Schmorgerichte wie Kohlrouladen oder den allseits beliebten Coleslaw.

### WEISSKOHL

kg  
Artikel-Nr.:  
15.700.510

### SPITZKOHL GRÜN

kg  
Artikel-Nr.:  
15.710.510

## Blumenkohl & Broccoli – die Allrounder

Obwohl sie botanisch ebenfalls zu den Kohlarten zählen, haben Blumenkohl und Broccoli ihren ganz eigenen Charakter. Blumenkohl ist mild, cremig und besonders wandlungsfähig – von zart geröstet bis hin zu samtigen Pürees. Broccoli punktet mit frischer, grüner Note und ist schnell zubereitet – ideal für die leichte Winterküche.

### BROCCOLI

kg  
Artikel-Nr.:  
12.000.510

### BLUMENKOHLE

kg  
Artikel-Nr.:  
12.805.510

### BROCCOLI MINI (BIMI)

kg  
Artikel-Nr.:  
12.000.511

## Spitzkohl – der elegante Verwandte des Weißkohls

Erkennbar an seinem kegelförmigen Äußeren, ist er eine besonders zarte und milde Weißkohlvariante. Seine dünnen, lockeren Blätter garen schnell und entwickeln eine feine Süße. Damit eignet er sich ideal für sanft geschmorte Gerichte, sommerlich-leichte Salate oder schnelle Pfannengerichte.



### CHINAKOHL

kg  
Artikel-Nr.:  
13.000.510

## Chinakohl – der milde Exot

Ein besonders zarter Kohl, der ursprünglich aus Ostasien stammt und sich durch seine feinen, saftigen Blätter auszeichnet. Sein Geschmack ist mild und süßlich. Deshalb eignet er sich hervorragend für Salate, asiatische Wokgerichte oder leichte Suppen.

## Kohlrabi – knackig, mild und vielseitig

Der sanfteste Vertreter der Kohlfamilie. Sein zartes, leicht süßliches Fleisch macht ihn sowohl roh als auch gegart zum Genuss. In Salaten sorgt er für knackige Frische, während er gedünstet oder gebraten eine angenehme, buttrige Note entwickelt.



### KOHLRABI

kg  
Artikel-Nr.:  
13.610.510

## Rotkohl – farbenfroh und aromatisch

Sein tiefes Rot bringt Farbe in die winterliche Küche. Im Geschmack süßlich und zugleich leicht herb, harmonisiert er besonders gut mit Äpfeln, Zimt oder Essig. Ob klassisch geschmort, roh im Salat oder fermentiert: Rotkohl ist vielseitiger, als viele denken.



### ROTKOHL

kg  
Artikel-Nr.:  
15.702.510

## Winterstars Ready Cut

Art.-Nr.	Bezeichnung
22.802.020	Blumenkohl Röschen ca. 30–50 mm, 2,5 kg
22.002.125	Broccoli Röschen ca. 2–3 cm, 1 kg
22.002.020	Broccoli Röschen ca. 30–50 mm, 2,5 kg
23.003.010	Chinakohl geschn. 10 mm, 1 kg
23.002.010	Chinakohl geschn. 30 mm, 1 kg
23.002.020	Chinakohl geschn. 30 mm, 2,5 kg
25.042.060	Rotkohl extra fein geraspelt, 2,5 kg
25.042.050	Rotkohl extra fein geraspelt, 1 kg
25.048.010	Rotkohl Streifen 1,2–2 mm, 1 kg
25.048.020	Rotkohl Streifen 1,2–2 mm, 2,5 kg
25.049.020	Rotkohl Streifen 4–6 mm, 2,5 kg
25.766.020	Spitzkohl Streifen 4–6 mm, 2,5 kg
25.768.010	Spitzkohl Würfel 30 mm blättrig, 1 kg
25.758.010	Weißkohl Streifen 1,2–2 mm, 1 kg
25.758.020	Weißkohl Streifen 1,2–2 mm, 2,5 kg
25.758.040	Weißkohl Streifen 5 mm, 2,5 kg
25.748.046	Weißkohl Würfel 20 mm, 2,5 kg
25.748.020	Weißkohl Würfel 30 mm blättrig, 2,5 kg
25.761.010	Wirsingkohle Streifen 5 mm, 1 kg
25.764.010	Wirsingkohle Würfel 30 mm blättrig, 1 kg
25.300.015	Grünkohl geschnitten 10 mm, 1 kg
24.802.010	Rosenkohl geputzt, 1 kg



# FELDSALAT

## Zarter Winterstar mit Biss

Mit seinem nussigen Aroma, den zarten Blättern und seiner überraschenden Vielseitigkeit gehört Feldsalat zu den Highlights der kühlen Jahreszeit. Während andere Salate eine Pause einlegen, zeigt er gerade dann seine ganze Stärke: widerstandsfähig im Anbau, reich an Vitaminen und voll frischer Leichtigkeit. Ob pur, in Kombination mit Früchten oder als Kontrast zu herzhaften Aromen – Feldsalat verleiht winterlichen Gerichten einen Hauch grüner Eleganz.

### Vitaminbombe im Mini-Format

Feldsalat liefert reichlich **Vitamin C, Beta-Carotin und Folsäure** und zählt zu den nährstoffreichsten Salaten.

### Winterharter Überlebenskünstler

Feldsalat übersteht Frost problemlos – die **Kälte** macht ihn sogar aromatischer.



**Zutaten** für 4 Personen**Für den Salat:**

- 200 g Feldsalat
- 1 großer oder 2 kleine Radicchio
- 250 g Feta, gewürfelt
- 1 Granatapfel (Kerne)

**Für das Dressing:**

- 2 Handvoll frische Petersilie
- 2 Handvoll frisches Basilikum
- 2 kleine Knoblauchzehen
- 60 g geröstete Pinienkerne
- 80 ml Olivenöl
- 2 TL Zitronensaft
- 1 TL Honig
- Salz und Pfeffer

**NAPURO FELDSALAT GEPUTZT**

250 g Beutel  
Artikel-Nr.:  
25.113.014

**GRANATAPFELKERNE**

1 kg Becher  
Artikel-Nr.:  
21.336.059

**GAZI BIO FETA GRIECH. BLOCK 48 %**

2 kg  
Artikel-Nr.:  
42.006.049

**NAPURO RADICCHIO GESCHN. 10 MM**

1 kg  
Artikel-Nr.:  
25.137.010

**REZEPT**

# Feldsalat mit Radicchio, Feta & Granatapfelkernen

**1 Salat vorbereiten**

Feldsalat gründlich waschen und trocken schleudern. Radicchio in feine Streifen schneiden und beides locker in einer großen Schüssel oder auf einer Servierplatte verteilen.

**2 Feta & Granatapfel hinzufügen**

Feta in mundgerechte Würfel schneiden. Granatapfel halbieren und die Kerne vorsichtig herauslösen. Beides großzügig über den Salat streuen.

**3 Kräuter-Pesto-Dressing herstellen**

Petersilie, Basilikum, Knoblauch und Pinienkerne fein pürieren. Olivenöl, Zitronensaft und Honig einrühren und mit Salz sowie Pfeffer abschmecken. Das Dressing sollte cremig-grün und aromatisch sein.

**4 Servieren**

Den Salat erst kurz vor dem Servieren mit dem Dressing beträufeln.

**Nussiges Aroma**

Sein charakteristischer Geschmack entsteht durch **feine ätherische Öle**, die ihm ein leicht nussiges Profil verleihen.



# SAISONKALENDER

Ob während der Saison oder danach, bei uns finden Sie immer saftiges Obst und knackiges Gemüse. Garantiert beste Qualität mit höchstem Nachhaltigkeitsanspruch. Immer frisch. Immer lecker. Lassen Sie's sich schmecken.

JANUAR  
FEBRUAR



**Clementinen**



**Feldsalat**



**Grünkohl**



**Porree**



**Rosenkohl**



**Rucola**



**Schwarzer Rettich**

## Freilandware

Passend zur Saison finden Sie bei uns frisches Obst und Gemüse aus nachhaltigem Anbau. Ganz in Ihrer Nähe. Ideal für kurze Lieferwege und besten Genuss.



**Äpfel**



**Birnen**



**Chinakohl**



**Kartoffeln**



**Knollensellerie**



**Möhren**



**Pastinaken**



**Rote Bete**



**Rotkohl**



**Schwarzwurzeln**



**Steckrüben/  
Kohlrüben**



**Weißkohl**



**Wirsing**



**Zwiebeln**

## Lagerware

Auch außerhalb der Saison versorgen wir Sie mit frischem Obst und Gemüse. Unser Frische-Netzwerk macht es möglich. Wir liefern schnell und zuverlässig. Alles frisch dank höchsten Qualitätsstandards.



# UNSERE HIGHLIGHTS IM WINTER

FREILANDWARE

LAGERWARE


**CLEMENTINEN KLEIN**

kg  
Artikel-Nr.:  
12.320.510


**GRÜNKOHL GEZUPFT**

kg  
Artikel-Nr.:  
15.740.510


**APFEL ROT KLEIN 100-130 G**

ca. 12 kg Kiste  
Artikel-Nr.:  
11.534.697

**NAPURO FELDSALAT GEPUTZT**

250 g Beutel  
Artikel-Nr.:  
25.113.014


**NAPURO SAFTORANGEN**

15 kg EPS-Kiste  
Artikel-Nr.:  
12.350.050


**NAPURO CHINAKOHL GESCHN. 10 MM**

kg  
Artikel-Nr.:  
23.003.010



## Unser Saisonkalender –

In jeder KOPFSALAT-Ausgabe  
und jetzt auch online:  
[cf-foodservice.de/saisonkalender](https://cf-foodservice.de/saisonkalender)



## TREND



# Pretty Desserts: KUNSTVOLL, FILIGRAN, CREMIG

Täuschend  
echter Kuchen:  
der fruchtige  
Dessert-Trend  
mit **Wow-Effekt.**

Wer hätte gedacht, dass Kuchen einmal wie perfekte Früchte aussehen könnten? Der neue Food-Trend verwandelt Torten, Muffins und Petit Fours in täuschend echte Obstkreationen. Saftige Kirschen, glänzende Äpfel oder winzige Zitronen – jedes Dessert wird zu einem kleinen Kunstwerk, das man fast nicht essen möchte.

Hinter diesem Trend steckt viel Handwerkskunst: Zucker, Marzipan, Schokolade und farbige Glasuren werden so verarbeitet, dass die Desserts optisch von echten Früchten kaum zu unterscheiden sind. Die Kombination aus Präzision, Kreativität und Farbkunst macht jedes Stück zu einem kleinen Meisterwerk.

„Pretty Desserts“ sind mehr als nur süß – sie überraschen, faszinieren und regen zum Staunen an. Ideal für besondere Anlässe, Food-Fotografie oder einfach für alle, die Lust auf visuelle Highlights auf dem Teller haben.





# CF BRINGT FRISCHE IMPULSE AUF DIE INTERGASTRA & INTERNORGA

TREFFEN SIE UNS VOR ORT UND LASSEN SIE SICH INSPIRIEREN

CF – Customized Foodservice lädt im kommenden Jahr herzlich zum Besuch der führenden Branchenmessen INTERGASTRA in Stuttgart und INTERNORGA in Hamburg ein. Beide Events gelten als zentrale Plattformen für Entscheider aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung – und als Hotspots für Innovationen und Trends.

Auf den Messeständen von CF erwartet die Besucher ein inspirierender Mix aus neuen Foodservice-Konzepten, maßgeschneiderten Lösungen und praxisnahen Impulsen für den Gastronomiealltag. Dabei stehen individuelle Beratung, nachhaltige Ansätze und effiziente Prozesse im Mittelpunkt.

Ob innovative Tools, nachhaltige Konzepte oder individuelle Beratungen – unser Team ist für Sie da, um Ihre Bedürfnisse zu verstehen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten. **Wir freuen uns auf Ihren Besuch!**



## INTER GASTRA

7.–11. Februar 2026

Messe Stuttgart

L-Bank-Forum (Halle 1), Stand Nr. 1J71

[messe-stuttgart.de/intergastra/](https://messe-stuttgart.de/intergastra/)

## INTER NORGA

13.–17. März 2026

Hamburg Messe und Congress

Halle A1, Stand Nr. 532

[internorga.com](https://internorga.com)



# REGIONAL!

WO FRISCHE AUF DEM TELLER LANDET –  
WIR MACHEN ES MÖGLICH.

## CF – Customized Foodservice

Starke Foodservice-Konzepte, die auf die Kraft der Region setzen. Wir fördern lokale Erzeuger und stärken die heimische Wirtschaft, um Ihnen frische und authentische Geschmackserlebnisse zu garantieren. Erleben Sie, wie wir mit regionalen Zutaten höchste Qualität und nachhaltigen Erfolg auf den Teller bringen.

[www.cf-foodservice.de](https://www.cf-foodservice.de)





# WO FRISCHE AUF DEM TELLER LANDET – WIR MACHEN ES MÖGLICH



ÜBER 30  
REGIONALE  
LIEFER-  
PARTNER



UMFANG-  
REICHES  
FRISCHE-  
SORTIMENT



HEUTE  
BESTELLT,  
MORGEN  
GELIEFERT



LIEFERUNG AN  
BIS ZU 6 TAGEN  
DIE WOCHE



## DAS FRISCHE-NETZWERK VON CUSTOMIZED FOODSERVICE

**A+S Frucht GmbH & Co. KG**  
[www.as-frucht.de](http://www.as-frucht.de)

**Abels Früchte Welt GmbH**  
[www.abelsfruechtewelt.de](http://www.abelsfruechtewelt.de)

**Andreas Kupfer & Sohn GmbH**  
[www.kupfer-sohn.de](http://www.kupfer-sohn.de)

**CF Gastro Service GmbH & Co. KG**  
[www.cf-foodservice.de](http://www.cf-foodservice.de)

**C. v. Schoonhoven & Sohn GmbH & Co. KG**  
[www.schoonhoven-rheine.de](http://www.schoonhoven-rheine.de)

**Denseilmann + Wellein GmbH**  
[www.de-we.de](http://www.de-we.de)

**Dieter Fuhrmann Obst & Gemüse Großhandels GmbH**  
[www.dieter-fuhrmann.de](http://www.dieter-fuhrmann.de)

**Frisch Frucht Erfurt GmbH**  
[www.frischfruchterfurt.de](http://www.frischfruchterfurt.de)

**Friweika eG**  
[www.friweika.de](http://www.friweika.de)

**Frucht Hartmann GmbH**  
[www.fruchthartmann.de](http://www.fruchthartmann.de)

**Fruchthof Northeim GmbH & Co. KG**  
[www.fruchthof-northeim.de](http://www.fruchthof-northeim.de)

**Früchte Feldbrach GmbH**  
[www.fruechte-feldbrach.de](http://www.fruechte-feldbrach.de)

**Grafetstetter GmbH**  
[www.fruechteexpress.de](http://www.fruechteexpress.de)

**Häusler Frischeservice GmbH**  
[www.haeusler-frischeservice.de](http://www.haeusler-frischeservice.de)

**Henning Broscheit GmbH**  
[www.broscheit.de](http://www.broscheit.de)

**JHG GastroExpress**  
[www.gastro-express.info](http://www.gastro-express.info)

**Josef Ochs GmbH**

**Kai Brüning Obst- und Gemüsegroßhandel GmbH**  
[www.bruening-nortorf.de](http://www.bruening-nortorf.de)

**Köhra – Frische GmbH**  
[www.koehra.de](http://www.koehra.de)

**Lindner GmbH**  
[www.lindnerfood.de](http://www.lindnerfood.de)

**Manss GmbH Frischeservice**  
[www.manss.nrw](http://www.manss.nrw)

**Marker oHG**  
[www.unternehmen-frische.de](http://www.unternehmen-frische.de)

**Matthies & Söhne Fruchthandel GmbH**  
[www.msfrucht.de](http://www.msfrucht.de)

**Oliver Fruchthandels GmbH**  
[www.oliver-fruchthandel.de](http://www.oliver-fruchthandel.de)

**Peter Blessing GmbH**  
[www.blessingmarkt.de](http://www.blessingmarkt.de)

**Rothenburger Marktfisch Verarbeitungs- und Handelsgesellschaft mbH**  
[www.marktfisch-rothenburg.de](http://www.marktfisch-rothenburg.de)

**Sapros GmbH**  
[www.sapros.de](http://www.sapros.de)

**Sapros Handels- und Vertriebs GmbH**  
[www.sapros-ka.de](http://www.sapros-ka.de)

**Schwabfrucht Gastro GmbH**  
[www.schwabfrucht.de](http://www.schwabfrucht.de)

**Steinkrüger Frucht- & Frischehandel GmbH**  
[www.steinkrueger.de](http://www.steinkrueger.de)

**Töpfer GmbH**  
[www.toepfer-salate.de](http://www.toepfer-salate.de)

**Weihe GmbH**  
[www.weihe.de](http://www.weihe.de)

**Werder Frucht Gastroservice GmbH**  
[www.werder-frucht.de](http://www.werder-frucht.de)