

Abbildungsverzeichnis

Grafik E.1 Im- und Export von Frischobst- und Gemüse	16
Abb. E.1 Aster-Satellitenaufnahme der Gemüsehäuser von Almeria in Spanien.....	18
Grafik E.2 vereinfachte Darstellung einer Warenkette	19
Abb. I.1a-d Beispiele aus der Foto-Dokumentation zu den Frischeabteilungen in Berlin	25
Abb. II.1 (links) Sommerlicher Wochenmarkt um 1900;	
Abb. II.2 (rechts) Straßenhändler, auch Höker genannt	44
Abb. II.3 (links) Außenansicht der Markthalle VII in Berlin 1899;	
Abb. II.4 (rechts) Innenansicht einer Markthalle in Berlin 1899.....	49
Abb. II.5 Obst- und Gemüseabteilung in einem Selbstbedienungsladen 1970	57
Abb. II.6 Grundriss einer Siedlung mit Supermarkt in Köln, Bauzeit 1956-1961	58
Grafik. II.1 Vergleich der Entwicklung der Verkaufsflächen (in Mio.) von SB- und Bedienungsläden 1961-1989	59
Tab. II.1 Jahresverbrauch in kg ausgewählter Nahrungsmittel 1938-1970	61
Tab. II.2 Entwicklung SB-Läden in der BRD	61
Grafik II.2 Entwicklung der Transport- und Kommunikationskosten	63
Grafik II.3 Entwicklung der Erwerbstätigenquoten* 1960-2009 (Angaben in Pro- zent; bis 1990 früheres Bundesgebiet, ab einschließlich 2000 Gesamtdeutschland)	64
Abb. II.7 Aldi-Filiale in Memmingen ca. 1968	67
Abb. II.8 Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels und ihre Merkmale im Überblick ..	77
Grafik II.4 Entwicklung von Pro-Kopf-Verbrauch und Selbstversorgungsgrad Obst und Gemüse in Deutschland	81
Abb. II.9 Beispiel für neugestaltete Obst- und Gemüseabteilung bei Aldi-Nord	82
Abb. II.10 Werbung für Wetteräpfel inklusive Rezeptvorschlag.....	87
Abb. II.11 Die größten Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland 2017	89
Grafik II.5 Entwicklung der Verkaufsstellen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland 2006 bis 2020	90
Grafik II.6 Stundenglas des deutschen Ernährungssystems	91
Abb. III.1 Die WWF-Banane bei EDEKA, nachhaltig und preiswert zugleich.....	112
Abb. III.2 Handelsklassen für Obst und Gemüse gemäß EG-Vermarktungsnorm	123
Abb. III.3 Arbeitsgeräte von Qualitätskontrolleuren	124
Abb. IV.1 Beispiel Saisonkalender inklusive Importe	132
Abb. IV.2 Beispiel für Wildäpfel	134

Abb. IV.3a Deutscher Außenhandel mit Äpfeln (Importe)	136
Abb. IV.3b Deutscher Außenhandel mit Äpfeln (Exporte)	137
Abb. IV.4a, b Beispiele der Werbung für Äpfel	138
Abb. IV.5 Doppelcharakter eines Biofakts	149
Abb. IV.6a, b Beerenbär und Fast Pack auf der Fruit Logistica	150
Abb. IV.7 Entwicklung der Tragfähigkeit von verschiedenen Schiffen im Güterverkehr	158
Abb. IV.8 Grafik zur Erläuterung der Volksernährung von Max Winckel von 1927	162
Abb. IV.9 Frische unter Folie	164
Abb. IV.10 Beispiel für die Frische-Angebote bei ALDI	169
Abb. IV.11 Verlängerung der Haltbarkeit und das Verständnis von Frische	170
Abb. IV.12 LIDL-Werbung für Premium Cherry-Tomaten am 01.02.2021 mit unterschiedlichen Herkunftsangaben	173
Abb. V.1: Die wichtigsten Funktionen des Handels	180
Abb. V.2 Einkaufsorte als intermediäre Forminvestition des Lebensmitteleinzelhandels ...	183
Abb. V.3 Sechs Kategorien zur Optimierung des Frischeangebots nach Oliver Wyman	201
Abb. V.4a, b: Warenangebot von Äpfeln, vor allem gleichförmige Angebote mit Standardgröße	205
Abb. V.5a, b: Hervorhebung von Bio-Angeboten mit grünen Schildern	205
Abb. V.6a, b: Hervorhebung von Eigenschaften durch Labels wie Bio, FairTrade oder Marken wie Chiquita durch Etikettierung	206
Abb. V.7a, b: Betonung von exklusiven Waren durch besondere Inszenierung in Weidekörben und separiert von anderen Waren	208
Abb. V.8a-c: Beispiele für die Gestaltung der Obst- und Gemüseabteilung bei REWE	219
Abb. V.9a, b: Präsentation regionaler Angebote im Frischebereich in verschiedenen REWE-Märkten	221
Abb. V.10: Platzierung von verschiedenen Qualitäten, im Vordergrund preisgünstige Aktionsware	223
Abb. V.11a, b: Screenshots der Eigenmarke REWE Regional und QR-Code	224
Abb. V.12a-d: Präsentation verschiedener Warenangebote in der Frischeabteilung einer Berliner BioCompany-Filiale	230
Abb. V.13: Sortenübersicht des BioCompany Hauslieferanten Bio-Obst Augustin	231
Abb. VI.1a, b PinkLady®	248
Abb. VI.2 Vergleich der äußeren Erscheinung und Verpackung von Gala, PinkLady® und Gradirose	248
Tab. VI.1 Zusammenhang zwischen Biofakten und Qualitätskonventionen	262