

Von heimischen Feldern nach Madrid: Bulgarisches Agrarunternehmen sucht globale Partnerschaften auf der Fruit Attraction 2026

Растителна Защита

Datum 10.10.2026 | Ausgabe 10/2026 | ISSN 2815-522X | Sprache DE

www.plant-protection.com/article/2476?lang=de



Vom 6. bis 8. Oktober 2026 war die spanische Hauptstadt Gastgeber der 18. Ausgabe der Fruit Attraction – eine der weltweit größten Fachmessen für frisches Obst und Gemüse. Das von IFEMA MADRID und FEPEX organisierte Forum meldete Rekorddimensionen und brachte über 2.500 Aussteller und über 120.000 Fachbesucher aus mehr als 150 Ländern zusammen.

Spanien – europäischer Spitzenreiter und strategischer Gastgeber



Die Wahl Spaniens als Gastgeber eines Forums dieser Größenordnung ist angesichts der Marktrealitäten völlig logisch. Die Obst- und Gemüseproduktion ist mit einem Wert von über 21,9 Milliarden EUR im Jahr 2025 der führende Sektor der spanischen Landwirtschaft. Dies entspricht 60 % der endgültigen pflanzlichen Produktion und 32 % der gesamten landwirt-

schaftlichen Produktion des Landes, so Daten des spanischen Ministeriums für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung mit Stand März 2026.

Mit einer Jahresproduktion von rund 24,64 Millionen Tonnen, von denen fast 60 % für den Export bestimmt sind, bleibt Spanien ein klarer europäischer Spitzenreiter in der Produktion und Ausfuhr von Obst und Gemüse. In diesem Zusammenhang stärkt die Fruit Attraction diese Führungsposition und fungiert als strategischer Schnittpunkt zwischen Angebot und Nachfrage sowie als Katalysator für die Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Branche.

Fruit Attraction: Eine führende internationale Geschäftsplattform



Die Ausstellung in der spanischen Hauptstadt brachte traditionell Großhändler, Distributoren, Logistikunternehmen, Einzelhandelsvertreter und Unternehmen aus der gesamten Lieferkette zusammen. Dies ist der Ort, an dem Produzenten und Käufer neue Partnerschaften aushandeln, ihre nächsten kommerziellen Kampagnen planen, Lieferanten suchen und die Marktentwicklung verfolgen.

Im Jahr 2026 umfasste die Ausstellungsfläche 162.000 Quadratmeter. Und um den Bedürfnissen der Branche gerecht zu werden, wurde der Raum in vier Hauptsektoren gegliedert: *Fresh Produce* (frische Produkte, die etwa 70 % der Fläche einnehmen), *Auxiliary Industry*, *Innova & Tech* (Technologie und Innovation) und *Fresh Food Logistics* (Logistik und Kühlkette).

Neben dem kommerziellen Teil umfasste das Programm wichtige Veranstaltungen wie den *Biofruit Congress* zum Markt für Bio-Produkte und *Factoria Chef* – einen gastronomischen Raum für kulinarische Innovation. Die Gastländer der 18. Ausgabe des Forums waren China und die Vereinigten Arabischen Emirate, und das Hauptthema der Branchendiskussionen war der Übergang von einer ausschließlichen

Ausrichtung auf Erträge hin zu einer Ausrichtung auf Klimanachhaltigkeit, effizientes Wasserressourcenmanagement und die Entwicklung von Sorten mit längerer Haltbarkeit.

Die Kartoffel – das Starprodukt der Messe in Madrid



Die diesjährige Ausgabe legte besonderen Wert auf Kartoffeln und hob die wirtschaftliche und strategische Bedeutung der Kultur für die globale Ernährungssicherheit hervor. Einen Tag vor der offiziellen Eröffnung der Stände fand das Erste Internationale Kartoffel-Symposium statt, das über 400 Experten zusammenbrachte. Das Symposium behandelte Themen wie die abnehmende Anbaufläche in der EU, Innovationen in der Züchtung und die Notwendigkeit der Anpassung an den Klimawandel.

Bulgarische Beteiligung, Geschäftsziele und Erwartungen

Vor dem Hintergrund dieser globalen Trends war Bulgarien mit einem eigenen nationalen Stand vertreten. Sieben einheimische Produzenten von Gemüse, Kräutern und Blumen präsentierten ihre Erzeugnisse internationalen Käufern. Die an der Ausstellung teilnehmenden Unternehmen waren ZP Petya Nanovska, ET „Karbonika plus“, „Eli 2004“ EOOD, „Ecofruit K and K“ EOOD, ET „VIKS“ – Viktor Asenov, „Stemo 2013“ EOOD und ZP Valentin Stoyanov.



Die nationale Beteiligung wurde vom Bulgarischen Verband der Gewächshausproduzenten (BAPOP) mit institutioneller und finanzieller Unterstützung des Ministeriums für Landwirtschaft und Ernährung (MAF) und des Staatlichen Fonds "Landwirtschaft" (SFA) organisiert.

Für die bulgarischen Teilnehmer ist die Fruit Attraction eine Gelegenheit, die verschiedenen Gesichter der einheimischen Landwirtschaft zu präsentieren und

ihre Erzeugnisse direkt mit denen von Produzenten aus anderen Ländern zu vergleichen und dabei Anforderungen an Qualität, Verpackung und Logistik zu verfolgen.

Der Vorsitzende des Verwaltungsrates von BAPOP, Marin Genurov, betonte die strategische Bedeutung der kollektiven Vertretung:

"Es ist wichtig für uns, nicht nur die Frische und das Aroma bulgarischer Sorten von Gurken, Tomaten, Duftkräutern und Blumen zu zeigen... Wir wollen internationalen Partnern die Qualität und Kapazität der einheimischen Produktion präsentieren, die zuverlässige Lieferungen und neue Angebote für ihre Märkte suchen. Deshalb gewinnen bulgarische Unternehmen durch die kollektive Vertretung am nationalen Stand größere Sichtbarkeit und die Möglichkeit, Käufer nicht mit einzelnen Produkten, sondern mit der Größe und Vielfalt des Sektors anzuziehen."

Mehr zum Thema:

Die Tomate – das Starprodukt der FRUIT ATTRACTION 2025