



MAGAZIN 1

WAGE ZU DENKEN!

DER LEH - MARKENMONITOR

2023

JAHRESSTART MIT VIELEN NEUPRODUKTEN



Genuport

IMPORT | MARKETING | DISTRIBUTION



Viola Henglein

Frühlingserwachen à la Genuport

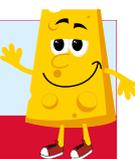
Talk mit Viola Henglein

Blickpunkt: Wenn der Rotwein im Tank landet

Käseflüsterer | Genießerfrühstück

TIEFKÜHLCOLLEG

Zwei Seiten Fachkunde rund um den Tiefkühlbereich



Mit aktuellen Informationen des Lebensmittelverband e. V.



LEBENSMITTELVERBAND Deutschland

FEINE KÜCHE
Jürgen Langbein[®]

UNSER
FRÜHLINGSGENUSS-
IHR UMSATZPLUS

13
SORTEN
IN FEINSTER
MANUFATUR-
QUALITÄT



Und wieder sitzen wir vor der Glaskugel

Tatsächlich, auch zu Beginn des Frühjahrs 2023 sitzen wir vor der Glaskugel. Wie wird es weitergehen, wenn wir mal den irrsinnigen Krieg Russlands in der Ukraine ausblenden, den scharfen Konflikt zwischen den Vereinigten Staaten und Russland sowie China. Werfen wir nur einen Blick auf unser Land, auf die Menschen, auch auf die vielen Dazugekommenen, und was wir zu erwarten haben.

Die Energiekosten sind gestiegen und belasten jeden Haushalt, die Inflation ist hoch und schlägt negativ auf jedes Portemonnaie, und so viele Firmen, besonders im Handwerk, können ihre schön gefüllten Auftragsbücher nicht abarbeiten, weil ihnen die Fachkräfte fehlen.

Das ist die eine Seite der Medaille. Die andere sieht ein bisschen hoffnungsvoller aus. Die Inflation wird im Laufe dieses Jahres wieder sinken auf einen Mittelwert von sechs Prozent, vielleicht noch niedriger. Vergessen wir nicht: Die Rate lag schon bei zehn Prozent. Die Preise für Energie werden wieder zurückgehen dank neuer Zugangsquellen. Und: Das ist das Wichtigste – wir werden nicht in eine Rezession taumeln. Da vertraue ich schon den wissenschaftlichen Analysten, von denen kaum einer ein düsteres Zukunftsbild malt. Gut, die Wirtschaft schrumpft vielleicht um 0,2 Prozent im ersten Quartal, möglicherweise auch im zweiten. Aber wir reden von einer vor gar nicht langer Zeit hervorragenden Ausgangslage. Zudem sind hohe Lohnzuwächse zu erwarten, was die Konsumlaune der Menschen wieder ein bisschen ankurbeln könnte. Richtig eingebrochen war sie ja ohnehin nicht. Die Arbeitslosenzahlen sind im Winter anders als in früheren Zeiten nur marginal gestiegen, und in die Staatskasse fließen weiter gewaltige Steuersummen, weil die Zahl der Beschäftigten, die in die Sozialsysteme einzahlen, nach wie vor wächst. Zudem war der Winter bei uns überraschend mild, was natürlich positive Auswirkungen auf den Energieverbrauch hatte.

Selbstverständlich bleiben viele Risiken, wie könnte man sie auch in Zeiten wie diesen ausschließen. Aber ein Blick auf den Lebensmittelhandel deutet auf eine gewisse Entspannung hin. Butter, Milch, Kaffee – diverse Produkte für den täglichen Bedarf sind durchweg bei allen Akteuren in diesem Wirtschaftszweig plötzlich wieder preiswerter geworden. Gerade für Menschen mit einem kleineren Monatsbudget schafft das Erleichterung. Es gibt sogar Fachleute, die 2023 als Jahr der Rabattschlachten prophezeien. Warum? Die Lagerbestände sind bei Händlern und Herstellern hoch, heißt es, die Konsumenten aufgrund der bisherigen hohen Inflation und deshalb der sinkenden oder stagnierenden Realeinkommen äußerst preissensibel.

Aber es gibt auch andere Gründe für eine sich abzeichnende Entspannung. So ist der Großhandelspreis für Erdgas seit dem Spätsommer von mehr als 300 Euro pro Megawattstunde auf jetzt ungefähr 55 Euro zurückgegangen. Und die Container-Frachtraten,

die alle Preise von Gütern aus Asien immens in die Höhe getrieben hatten, sind nunmehr um ein Drittel günstiger. Dies sind Faktoren, die sich auf das Leben in unseren Grenzen positiv auswirken könnten. Schon das Wort „könnten“ sagt alles. Konjunktiv! Nichts ist mehr gewiss. Nicht mal, dass der *FC Bayern München* wieder deutscher Fußballmeister wird!



Philipp Hirt-Reger

Philipp Hirt-Reger
Conférencier

Das Geheimnis liegt in der Stille.



Black Forest Das stille Mineralwasser aus dem Schwarzwald



www.rila.de
www.langbein.de
info@rila.de

Rila
DIE GENUSSENTDECKER®

Lesen Sie in dieser Ausgabe...

Talk mit Viola Henglein

30

„Eine Vertriebsgemeinschaft, zu der ein nationaler Außendienst gehört, sorgt für eine gute Aufstellung in den Märkten...“ mit Viola Henglein, die seit über 25 Jahre als Prokuristin, und seit kurzem in der Geschäftsführung der Firma Henglein tätig ist, sprach Philipp Hirt-Reger.

Von drei Seiten betrachtet:

32

Würmer, Heuschrecken und Käfer kommen immer öfter auf den Speiseplan, als Ersatz für den Fleischverzehr. Denn sie gelten als sehr nahrhaft. Dass Insekten für den Verzehr bestens geeignet sind, haben wissenschaftliche Untersuchungen und Erfahrungen aus Afrika und Asien belegt. Denn dort gehören sie in vielen Ländern schon lange zur gewöhnlichen Küche...



INHALT

FOOD

- 3 EDITORIAL
- 6 BLICKPUNKT
- 10 TITELMARKE: GENUPORT
- 14 NEU IM REGAL
- 17 TIEFKÜHLCOLLEG
- 22 GENIESSERFRÜHSTÜCK
- 24 PORTRAIT: PARMASCHINKEN
- 27 KÄSEFLÜSTERER
- 30 TALK MIT **Viola Henglein**
- 34 PORTRAIT: KALBFLEISCH
- 60 PROMOTION



NONFOOD

- 32 VON DREI SEITEN BETRACHTET
- 42 # ZUKUNFT SCHMECKT
- 44 NONFOOD
- 46 MEDIEN
- 63 FOODI MEINT
- 64 PERSONALIA | FÜR SIE NOTIERT
- 65 IMPRESSUM
- 66 KONTRAPUNKT

GETRÄNKE

- 36 NEUHEITEN

TOBACCO

- 48 TOBACCO
- 53 TABAKPROFI



ERDBEBEN TÜRKEI UND SYRIEN

Jetzt spenden!

Starke Erdbeben haben in der Türkei und Syrien ein unvorstellbares Ausmaß der Zerstörung hinterlassen. Viele Menschen sind tot und Tausende verletzt. Aktion Deutschland Hilft leistet Nothilfe. Mit Nahrungsmitteln, Trinkwasser und medizinischer Hilfe. **Helfen Sie jetzt – mit Ihrer Spende!**



Spendenkonto: DE62 3702 0500 0000 1020 30

Jetzt spenden: www.Aktion-Deutschland-Hilft.de



**Aktion
Deutschland Hilft**
Bündnis deutscher Hilfsorganisationen

Wenn der Rotwein im Tank landet



Harsche Sorge herrscht in der Bordelais, einem der ganz großen Weinanbaugebiete in Frankreich.

In der Region *Bordelais*, im südwestlichen Teil des Landes stehen auf einem Areal von 110.000 Hektar Weinstöcke unterschiedlichster Sorten. Zum Vergleich: In Deutschland, dessen Winzer unter Kennern edler Rebensäfte weltweit einen hervorragenden Ruf genießen, wird insgesamt auf einer Agrarfläche von gerade mal 103.000 Hektar Wein angebaut. Wer die bedeutenden Anbauregionen wie Rheinhessen, die Pfalz, Baden-Württemberg und auch Franken bereist, sieht an den schmucken Weingütern, dass es den Betreibern wirtschaftlich gut gehen muss.

In der *Bordelais* ist das anders. Die Winzer werden ihren Rotwein nicht mehr los. Und der macht 73 Prozent der gesamten Produktion aus. Gerade mal 27 Prozent entfallen auf die weißen Sorten. Sicher, edle Tropfen wie zum Beispiel ein *Mouton Rothschild* finden natürlich weiter ihre treuen und gutbetuchten Abnehmer, aber die Vielzahl ihrer Rotweine aus den unteren Preiskategorien bringen die Winzer nicht mehr unter die Leute. Das gilt übrigens nicht nur für die *Bordelais*, sondern auch für das *Rhône*-Tal und die Region *Languedoc* im Süden. Es lässt sich gut vorstellen, um welche gigantischen Mengen es sich handelt bei einer Anbaufläche in ganz Frankreich von noch immer 709.000 Hektar.

Für diese Malaise gibt es eine ganze Reihe von Gründen. Seit Jahren geht der Konsum roter Tropfen in Frankreich enorm zurück, in den letzten 50 Jahren um mehr als zwei Drittel. Aber das hat die Winzer nicht sonderlich irritiert, denn sie konnten auf den Export setzen. Ihre roten Weine waren fast rund um den Globus so gefragt wie nie zuvor. Doch dieser Absatzweg ist in den letzten Jahren massiv eingebrochen. Der Minustrend begann mit der Entscheidung des ehemaligen US-

Präsidenten *Donald Trump*, Strafzölle auf Weine aus Frankreich zu erheben. Die eigentlich beliebten Roten aus den französischen Weinregionen wurden plötzlich teurer und blieben in den Regalen stehen. Hinzu kamen die Einbrüche bei den Transportwegen in andere Länder wegen der fürchterlichen *Corona*-Pandemie. Zusätzlich wurden die französischen Weine aus dem Feld des Exports geschlagen, weil China mit der Regierung des fünften Kontinents eine Vereinbarung über die Lieferung australischer Weine geschlossen hatte.

Nun stehen sie vor einem riesigen Problem, die Winzer in der *Bordelais*. Viele Weinbauern wollen verzweifelt aufgeben, andere setzen auf den Staat und fordern eine Soforthilfe über eine Destillationskampagne. Das hat schon mal im *Corona*-Jahr 2020 geklappt.

Damals erteilte das Landwirtschaftsministerium in Paris eine Zusage für die Destillation von rund zwei Millionen Hektolitern Rotwein, immerhin fünf Prozent der französischen Gesamtproduktion. Auch diesmal stießen die gebeutelten Weinerzeuger auf offene Ohren in Paris und auch in der EU in Brüssel. Ihnen sollen insgesamt 160 Millionen Euro bereitgestellt werden. Das Geld erhalten die Weinbauern für die Abgabe von 2,5 Millionen Hektolitern Wein an Destillieren. In diesen Unternehmen wird der Alkohol aus dem roten Wein herausgefiltert und gelangt dann als Beiwerk für Desinfektionsmittel, Parfüms, aber zu einem großen Teil auch zum Treibstoff *Bioethanol*. Das muss man sich mal vorstellen: Alkohol aus Rotwein im Tank! Bei der ersten Aktion im Jahr 2020 zahlte der französische Staat den Winzern zwischen rund 60 und 80 Euro pro Hektoliter Wein, den sie nicht absetzen konnten.

Seltsamerweise haben Spanien und Italien dieses Problem mit dem gewaltigen Überschuss an Rotwein nicht. Spanien ist ja mit einer Rebanbaufläche von über 964.000 Hektar eines der größten Weinländer der Erde, gefolgt von Frankreich mit etwa 798.000 Hektar und Italien 718.000 Hektar. Da spielen die deutschen Winzer mit ihrer Anbaufläche von den schon erwähnten 103.000 Hektar im Vergleich zur Weltproduktion eine eher untergeordnete Rolle. Doch die Quantität hat ja mit der Qualität eher nichts zu tun. So holen die Winzer hierzulande aus einer Rebfläche von einem Hektar 80 Hektoliter Wein heraus. Ein enormer Ertrag, der nirgendwo sonst auf dem Globus erzielt wird. Und deutsche Kreationen räumen auf internationalen Weinfestivals immer wieder tolle Preise ab. So gesehen muss man sich wohl keine Sorgen machen, dass auch deutsche Rotweine plötzlich im Tank landen.

...mein 
henglein



Einfach. Clever. Lecker.



NEU!

Superlecker, ohne Ei und damit perfekt für die trendbewusste Ernährung geeignet: unsere neuen veganen Spätzle und Schupfnudeln.

Mit den Convenience-Sortimenten von HENGLEIN sind Sie bereit für die Wünsche Ihrer Kunden.

HENGLEIN darf in keinem Kühlregal fehlen.

Kloß- und Knödelteige | Kartoffelprodukte | Spätzle/Knöpfle | Backteige | Hefeklöße



... mein  henglein



ideal zum
kross-
braten



AUS FRISCHEN
DEUTSCHEN
KARTOFFELN



Ausgezeichnete Kartoffelspezialitäten



- Rezepturen aus besten Rohstoffen und frischen Speisekartoffeln ausschließlich aus deutschem Anbau
- **Ready to create:** Kloßteige und Kartoffelprodukte direkt aus der Verpackung – ideal zum Verfeinern
- **Ready to eat:** genussfertig & vorgeformt: Reibekuchen und vorgeformte Knödel

Vielfältiger Convenience-Grad – vom Teig bis zum vorgeformten Produkt

Überzeugende Sortiments-tiefe für regionale Vorlieben und kreative Kochideen

Praktische Verpackungs-größen – für Singles, Pärchen oder Großfamilien

Höchste Rohstoff- und Verarbeitungsqualität für besten Geschmack

Vielfalt zum Verlieben – unser Backteigsortiment

Frische Backteige von HENGLEIN sind einfach praktisch.

- für Kreativität ohne Grenzen – mit Gelinggarantie
- fertig aufgerollt auf Backpapier und sofort verarbeitbar
- aus besten Rohstoffen und ohne Konservierungsstoffe
- Blätter-, Flammkuchen- und Pizzateig XXL auch mit 100 % Dinkelmehl erhältlich



Hans Henglein & Sohn GmbH · D-91183 Abenberg · www.henglein.de

...mein 
henglein



NEU!



Einfach. Clever. Lecker.

Einfach: schnell zubereitet ohne Aufwand

Clever: abwechslungsreich und kreativ kochen

Lecker: beste Zutaten und sorgfältige Herstellung

Besuchen Sie uns online: Auf www.henglein.de,
Instagram und YouTube mit
aktuellen Rezepten, Videos und Informationen.

HENGLEIN darf in keinem Kühlregal fehlen.

Genuport startet ins unwiderst

Stets nach vorn blicken, niemals stillstehen – wie im Fußballsport bei erfolgreichen Vereinen, gilt dieser im Grunde simple Leitsatz auch für das Handelsunternehmen Genuport. In diesem Jahr ist die Firma mächtig in die Offensive gegangen und hat mit einer Vielzahl neuer Produkte unverkennbare Fußabdrücke gesetzt. So wird das Sortiment in den Kategorien Süße Gebäcke, Salzige Snacks, Frühstück, Müsliriegel, Feinkost und Tiefkühlkost weiter ausgebaut. Neuheiten gibt es von den Marken Bonne Maman, Cräx, Snatt's, Rigoni di Asiago, Natuture Valley, Häagen-Dazs und Ponti.

Die Genuport Trade GmbH in Norderstedt in der Metropolregion Hamburg hat sich zu den größten und modernsten Importeuren und Distributoren von Lebensmitteln in Deutschland entwickelt. Gegründet wurde die Firma 1949, nur vier Jahre nach Ende des Zweiten Weltkriegs. Seitdem ist das Unternehmen peu à peu gewachsen und ist längst zu einer dynamischen und global ausgerichteten Organisation geworden. Heute steuert die Firma, die nach wie vor in Familienhand agiert, mit 160 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Distribution und die absatzfördernde Vermarktung von mehr als 50 nationalen und internationalen hochwertigen Food-Marken. Zum Programm zählen diverse Kategorien von Süßwaren und Frühstückprodukten, über Tiefkühlkost bis hin zu Functional Food. Das norddeutsche Unternehmen bietet – und dies ist für den Handel äußerst wichtig – die Abdeckung sämtlicher Key Accounts des Lebensmittel-



Einzelhandels in unseren Grenzen. Zusätzlich werden auch neue Vertriebskanäle wie der Sport-Channel und E-Commerce erschlossen.

Süße Herzen für alle Gelegenheiten

Beginnen wir doch mit der Marke *Bonne Maman*. Sie steht für Frankreich, für Genuss, für Qualität und ist international für ihr rot kariertes Muster auf ihren Kreationen bekannt. Genuport hat typisch französische Gebäckspezialitäten wie *Madeleines*, *Sablés* und *Mini-Muffins* von *Bonne Maman* im Sortiment. Da die traditionsreichen Rezepturen auf nur wenigen Zutaten basieren, schmecken die Produkte wie selbst im Ofen zubereitet und sind ideal zum Teilen oder auch zum Verschenken, zum Beispiel am Muttertag, ist ja schon bald. Ganz neu und geradezu perfekt für einen solchen Anlass gibt es zusätzlich *Sweet Hearts*. Das sind kleine Gebäckleckerbissen in zwei unwiderstehlichen Sorten: Die Variante *Chocolate* besteht aus einem vanillehaltigen und luftigen Rührteig, der zur Hälfte in Schokolade getaucht ist. Bei der zweiten Variante *Choco-Vanilla* setzt sich je eine Herzhälfte aus Vanille und Schokoladenrührteig zusammen. So entsteht ein süßer Genuss, der im wahrsten Sinne des Wortes die Herzen schmelzen lässt. Die Packungen mit dem saftigen Herzgebäck sind gewiss auf jeder Kaffeetafel ein Hingucker und enthalten je 175 Gramm.



neue Jahr mit ehlichen Kreationen



Zwei neue und herzhafte Käsegebäcke von Crax

Bei der Marke Crax glänzt Genuport mit zwei Neuheiten. Die herzhaften, im Ofen gebackenen Käse-Snacks von Crax werden nach holländischer Art hergestellt und zeichnen sich durch ihren fein-würzigen Geschmack aus. Diese Innovationen werden in den Varianten *Walnuss*, *Salbei* und *Rote Beete* sowie *Smoked Paprika* angeboten. Das Gebäck *Walnuss*, *Salbei* und *Rote Beete* sticht durch seine außergewöhnliche Rezeptur hervor und spricht eine Zielgruppe an, die gern Neues ausprobiert. Die Sorte *Smoked Paprika* besteht aus einem würzig-pikanten Blätterteig, und in der Kombination mit Käse entsteht ein interessanter Twist. Jede Packung enthält 100 Gramm.

Aromatischer Genuss und mediterranes Lebensgefühl

Der Name ist Programm: *Snatt's* verbindet die Worte *snacks* und *natural*. Sie beschreiben, wofür die Marke steht. Die Produkte von *Snatt's* sind zu 100 Prozent aus natürlichen Zutaten hergestellt, und die aromatischen Geschmacksrichtungen sorgen für einen natürlichen Genuss. Die Snack-Marke repräsentiert das mediterrane Lebensgefühl, in dem der herrliche Kick am Gaumen sowie das Teilen mit Freunden und Familie

im Mittelpunkt stehen. Die Snacks werden bei der Herstellung gepufft und nicht frittiert, so dass sie bis zu 30 Prozent weniger Fett enthalten als herkömmliche Kartoffelchips. Außerdem beinhalten die Chips kein Palmöl, keine Geschmacksverstärker und keine Zusatzstoffe, außerdem sind sie glutenfrei. Die zwei neuen extra knusprigen Sorten *Natuchips Barbecue* und *Natuchips Sour Cream* ergänzen dieses Sortiment von Genuport.

Kein Frühstück ohne die Aufstriche von Rigoni di Asiago

Die von Natur aus süßen Brotaufstriche von *Rigoni di Asiago* sind in hochwertiger Bio-Qualität und stehen für einen achtsamen Umgang mit der Natur. Nicht wenige Konsumenten sagen deshalb: „Kein Frühstück ohne die Aufstriche von *Rigoni!*“ Auch die Neuprodukte *Natu* kombinieren exzellenten Geschmack mit einer hohen Qualität der Rohstoffe. In den fruchtig-aromatischen Varianten *Erdbeere*, *Aprikose*, *Wild-Heidelbeere* und *Waldfrüchte* bestechen die Aufstriche auf ganzer Linie. Das Besondere an den neuen Produkten ist der extrem hohe Fruchtgehalt und auch der Verzicht auf Zuckerzusatz.



Das sind Attribute, die Natu zu einem bewussten und gesunden Genuss machen, außerdem zu einem besseren Wohlbefinden sorgen. In den 240-Gramm-Gläsern steckt 100 Prozent fruchtiger Geschmack, verspricht der Hersteller.



Snack-Highlights, die mit gutem Gewissen gegessen werden können

Gehaltvolle Müsli- und Proteinriegel mit wenigen, aber gesunden Zutaten präsentiert die Marke *Nature Valley*. Das Sortiment umfasst glutenfreie Proteinriegel sowie verschiedene Geschmacksvarianten der Crunchy-Haferkekse. Die Neuheiten im Regal tragen den Namen Crunchy Dipped und sorgen in den Sorten Milkschokolade sowie Yoghurt für Genuss auch mal zwischendurch.

Mit der Erweiterung der Müsliriegel-Kategorie gibt es ein weiteres Produkt, das mit gutem Gewissen genossen werden kann, zum Beispiel auf dem Weg zur Schule oder zur Arbeit. Das sind die *Crunchy Dipped*-Kekse. Sie sind aus Vollkornhafer hergestellt und enthalten weder künstliche Farb- noch Geschmacks- und Konservierungsstoffe. Mit dem einzigartigen Crunch und der lecker umzogenen Schicht, sagen Hersteller und Händler, begeistern die knusprigen Produkte ganze Familienkreise. In einer Hülle stecken acht Packs mit je zwei Keksen, wobei ein Pack gerade mal 94 Kalorien enthält.

Eiskalt, geschmackvoll am Gaumen und brandneu

Die Eismarke *Häagen-Dazs* nutzt ausschließlich hochwertige und sorgfältig ausgewählte Rohstoffe. Denn die Qualitätsphilosophie des Unternehmens

steht ganz im Zeichen von wenig Grundzutaten, mit denen die wunderbaren Spezialitäten hergestellt werden. Viele verlockende Kreationen sorgen in verschiedenen Kompositionen für höchsten Genuss als Dessert etwa oder als kleine Leckerei beim Bummel durchs Einkaufszentrum.



Nun werden zwei neue extravagante Varianten das ohnehin schon hervorragende Programm erweitern: *Strawberry & Raspberry Macaron* und *Double Chocolate Ganache Macaron*. Dafür haben *Häagen-Dazs* und das französische Unternehmen *Pierre Hermé Paris* eine Kooperation vereinbart. Die Kollektion *Pierre Hermé Paris* interpretiert Macarons neu, um so die ultimative Verschmelzung von Essen und Mode zu schaffen. In der Sorte *Strawberry & Raspberry Macaron* treffen rosa Mini Macaron Baiserhälften auf das unverwechselbare Erdbeereis mit fruchtiger Himbeersauce von *Häagen-Dazs*. Die Kombination *Double Chocolate Ganache Macaron* besteht aus zarter, gezackter Zartbitterschokoladen-Ganache, dem klassischen Schokoladeneis von *Häagen-Dazs* sowie feinen Mini Macaron Baiserhälften. Also, mehr Genuss de luxe geht eigentlich nicht! Die Pints dieser außergewöhnlichen Kreation enthalten 420 Milliliter. Das Macaron ist übrigens ein französisches Baisergebäck aus Mandelmehl, dessen Herkunft bis ins Mittelalter zurückreicht.



Innovativ und einzigartig – die neue Antipasti-Linie

Sorgfältige Rohstoffauswahl und ein traditioneller Herstellungsprozess – das zeichnet die hochwertigen Produkte des Lebensmittelproduzenten *Ponti* aus. Das Sortiment der italienischen Marke reicht von klassischem *Aceto Balsamico* *Modena I.G.P.* über etliche Feinkost-Cremes bis hin zu Rot- und Weißweinessigen.

Von April an bringt *Genuport* unter dem Namen *Ponti* neue und völlig außergewöhnliche Kreationen aus der Kategorie Antipasti in den Handel. Es ist die innovative Produktlinie *Zero Olio*. Sie besteht aus vier Sorten, die ohne Öl, jedoch mit einem unvergleichlichen Geschmack überzeugen und überdies eine fabelhafte Antwort in Sachen wachsendes Gesundheitsbewusstsein bieten. Die Produkte können mit bestem Gewissen als Beilage, Vorspeise oder als Snack mal zwischendurch genossen werden. Die Kreationen werden nach einer exklusiven *Ponti*-Rezeptur hergestellt. Dabei werden die Aromen und die Qualität des eingelegten Gemüses unter Verwendung des *Ponti*-Weißweinessigs ideal betont. Die Antipasti-Linie von *Ponti* umfasst die Variationen *Pilze*, *Getrocknete Tomaten* und *Artischocken* im 300-Gramm-Glas, die Variante *Gegrillte Paprika* steckt im 290-Gramm-Glas.

Genuport, dies muss mal betont werden, ist unermüdlich am Drücker auf der Suche nach potenziell erfolgreichen Food-Produkten für den deutschen Markt.



▷ Kontakt:

Genuport Trade GmbH

Tel.: +49 - 40 528 4101
 Fax: +49 - 40 523 4092
 E-Mail info@genuport.de



**JETZT
NEU**

NATUCHIPS

Natürlich knuspriger Kartoffelsnack



100%
natürliche Zutaten

Nicht frittiert

Ohne
Palmöl

Genuport

IMPORT | MARKETING | DISTRIBUTION

www.genuport.de



Salami-Experte PICK startet große On-Pack- und Overfill-Aktion

PICK Seit Anfang Februar sorgt PICK, der Spezialist für ungarische Salami, für mehr Umsatz am PoS. Im Rahmen einer bundesweiten On-Pack- und Overfill-Aktion setzt das Traditionsunternehmen mit mehr als 150 Jahren Salamiexpertise auf aufmerksamkeitsstarke Zweitplatzierungen: Im siebenwöchigen Aktionszeitraum erhalten PICK-Fans und alle, die es werden wollen, beim Kauf des Original Ungarischen Klassikers in der 400-Gramm-Variante eine Packung der beliebten PICK-STICK *Salami-Snacks Ungarisch* gratis dazu. Beworben wird die Aktion, die bis Ende März überall im Handel läuft, mit attraktiven Displays mit Sonderdruck. Zusätzlich können Kunden auch im SB-Kühlregal ein weiteres Schnäppchen schlagen, denn hier gibt es den PICK *Original Ungarische Salami* Servierschnitt vorrübergehend mit 20 Prozent mehr Inhalt zum selben Preis.

Um jenseits der Bestandskunden auch neue Kundensegmente anzusprechen und für die einzigartige Qualität und traditionelle Rezeptur von PICK zu begeistern, startete der Marktführer für ungarische Salamispezialitäten in Deutschland im Februar eine nationale Aktivierungskampagne. Beim Kauf der beliebten PICK *Original Ungarische Salami 400 Gramm Tourist*, des unangefochtenen Stars im PICK-Sortiment, erhalten

die Kunden eine Packung der handlichen PICKSTICK *Salami-Snacks Ungarisch* gratis dazu. Erhältlich ist das geschmacksstarke Duo als handliches Bundle in der Zellophanfolie. Auffällige Displays mit Sonderdruck machen Salamiliebhaber und PICK-Fans auf die On-Pack-Aktion aufmerksam.

Gratiszugabe auch im SB-Regal

Und auch die Fans von vorgeschnittener Ware aus dem SB-Kühlregal können sich freuen, denn im Aktionszeitraum bis Ende März erhalten sie beim Kauf von PICK-Salami als Servierschnitt aus dem Kühlregal 20 Prozent mehr Inhalt zum selben Preis. Ein gut sichtbarer Sticker auf der Hochpackung mit dem Hinweis „20 Prozent gratis“ weist beim Kauf auf den Preisvorteil hin. Beworben wird die Aktion zudem in den sozialen Medien.

PICK generiert Impulse für Spontankäufe und Probierkontakte

„Die aktuelle On-Pack- und Overfill-Aktion am PoS ist derzeit genau die richtige Maßnahme, um uns bei unseren Stammkunden für ihre Treue zu bedanken und gleichzeitig auch neue Käufersegmente anzusprechen“, so *Andreas Lenz*, Geschäftsführer *PICK Deutschland*. „Gerade in Zeiten, in denen viele Konsumenten sehr genau auf den Preis achten und gezielt nach Angeboten suchen, ist die Gratis-Aktion wichtig, um bestehende Kundenbeziehungen zu festigen und gleichzeitig neue Käufersegmente zu erschließen. Wir sind überzeugt, dass die hohe Qualität unserer Produkte, die Qualität der Rohwaren und nicht zuletzt der unverwechselbare Geschmack unserer Salami aus vielen Probierkontakten echte PICK-Fans machen wird.“

.....

Ja, ich GRILL: Gelderland Bacon-Variationen für attraktive Zusatzzsätze in der Grillsaison!

GELDERLAND Grillen ist ein Dauerbrenner und gehört nicht nur im Sommer zu den liebsten Hobbys der Deutschen. Mit hochwertigen Bacon-Spezialitäten sorgt die *Gelderland Frischwaren-Gesellschaft* dabei für echte Abwechslung auf dem Grill und dazu besten Geschmack in Premium-Qualität. Die handgerollten *BBQ-Bacon-Röllchen* in vier Geschmacksrichtungen sind ein abwechslungsreicher Appetithappen. Der extra dick geschnittene, aromatisch marinierte Grill-Bacon bietet knusprig gebraten einen herhaften Genuss. Perfekt zum Burger: der über Buchenholz geräucherte Round Bacon. Reichlich Snackvergnügen bringen die Bacon Tapas auf den Tisch.

Mit so viel Bacon-Vielfalt kommen geschmackvolle Impulse in jede Grill-Platzierung!

Deutschland grillt – und das mit großer Freude und Regelmäßigkeit! Tatsächlich haben 80 Prozent der Deutschen Spaß am Grillen und feuern im Schnitt 13-mal im Jahr an (Quelle: *markt.de*, 2022). Damit zwischen Würstchen, Steak und Gemüsespieß keine Langeweile aufkommt, sorgen die Bacon-Spezialisten





von Gelderland für knusprig-leckere Abwechslung. Denn das unverkennbare Aroma von gegrilltem Speck verleiht dem Teller reichlich Geschmack und besondere Würze.

Ganz neu im Sortiment: sorgfältig gerollte Bacon-Scheiben in den Geschmacksvariationen *Natur*, *Mediterran*, *Barbecue* und *Curry*. Knusprig gegrillt bieten sich die *BBQ-Bacon-Röllchen* (6 Stück je 120-Gramm-Packung) als Appetizer eines Grillabends an oder passen perfekt zu vielfältigen Fleischgerichten, zum Salat oder werden mit knackigem Gemüse zum bunten Spieß.

Fertig mariniert oder naturbelassen kommt der Grill-Bacon auf den Rost. Die extradicken Scheiben in den Sorten *Natur*, *Barbecue* und *Mediterran* (5 Scheiben je 250-Gramm-Packung) werden besonders knusprig und bleiben dennoch schön saftig.

Ganz klar: Trendige Burger landen auch in Deutschland immer öfter auf dem Grill. Mit runder Form und angenehmer Räuchernote verleiht der Round Bacon (5 Scheiben je 100-Gramm-Packung) jedem Burger einen herzhaften Genuss. Und auch die herzhafteste Snacklust darf nicht zu kurz kommen – mit Tapas – Früchte im Speckmantel (6 Stück je 100-Gramm-Packung). Getrocknete Aprikosen, Datteln und Pflaumen, umwickelt mit mild geräuchertem Speck, werden auf dem Grill zum Genuss, sind der perfekte Start in ein geselliges Grillvergnügen und eignen sich bestens für ein Buffet. Mit Gelderland kann die Grillsaison beginnen: Alle Bacon-Spezialitäten sind ab sofort und ganzjährig bestellbar.



Neue Impulse im Kühlregal

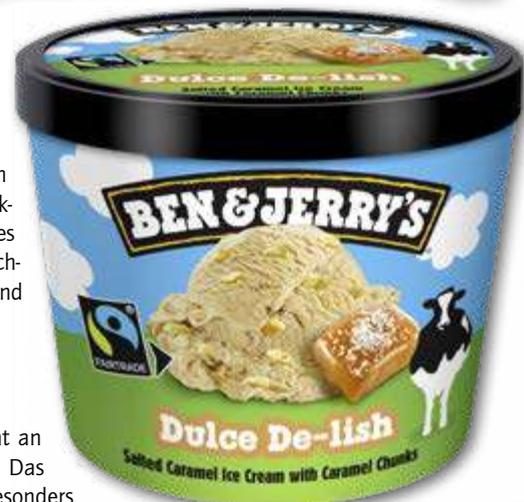
LANGNESE Innovative und frische Eisideen von Langnese sorgen in diesem Frühjahr für mehr Abwechslung im Kühlregal: Von fruchtig bis sahnig oder schokoladig ist für jeden Geschmack etwas dabei. Auch das vegane Sortiment wird erweitert. Im Mittelpunkt stehen außerdem Transparenz bei der Herkunft der verwendeten Zutaten sowie Ressourcenschonung.

Drei neue sommerliche Sorten bietet Magnum für nahezu jede Tageszeit. *Magnum Double Sunlover* ist von tropischen Geschmackseinflüssen inspiriert und kombiniert Kokosnuss- mit Mango-Passionsfruchteis, umhüllt von Mango-Passionsfruchtsoße, weißer Schokolade und Kokosnussflocken und schmeckt besonders an heißen

Sommertagen. *Magnum Double Star Chaser* ist ein cremiges Eis mit Popcorngeschmack, mit Karamelleis verstrudelt, von gesalzener Karamellsauce umhüllt und in Schokolade mit karamellisierten Maisstücken getaucht. *Raspberry Swirl* ist ein neues veganes Eis mit Himbeergeschmack, durchzogen von einer fruchtigen Himbeersoße und mit veganer Schokolade ummantelt.

Süß und salzig

Ben & Jerry's erweitert sein Sortiment an Sundaes, den Eiskreationen im Becher. Das neue *Ben & Jerry's Dulce Delish* ist ein besonders cremiges, gesalzenes Karamelleis mit Weichkaramellstücken, durchzogen von Karamellsoße, mit einem aufgeschlagenen Schokoladenmilcheis-Topping und mit Karamellsauce und kakaohaltigen Fettglasurstücken mit Meersalz dekoriert. Der Kakao wird über das Liefernetzwerk *Open Chain* bezogen, das garantiert, dass die Bohnen von der Ernte bis zur Verpackung rückverfolgbar sind.



Das neue *Twister Monstaahh* ist eine farbenfrohe, verdrehte Wassereisspirale mit Zitronen-, Apfel- und Heidelbeergeschmack. Die überraschende Kombination von süß und sauer ist vor allem an heißen Tagen erfrischend. Wie alle Speiseeisarten speziell für Kinder trägt auch das neue Twister das Label „Verantwortungsbewusst gemacht für Kinder“. Das bedeutet, dass jedes der so gekennzeichneten Produkte eine kindgerechte Größe hat, eine Portion nicht mehr als 110 Kilokalorien, 3 Gramm gesättigte Fettsäuren und 12 Gramm Zucker enthält. Damit wird sicherer gestellt, dass das Kindereis die besonderen Ansprüche einer kindgerechten Ernährung berücksichtigt. Ins Sortiment zurückgekehrt ist außerdem Calippo Lime, ein Zitronenfruchteis mit Limettengeschmack.

Helden der Eistruhe

Alle Fans des Action-Abenteurers *Marvel Avengers* finden in diesem Sommer zwei neue Wassereisarten in den Kühltruhen. *Captain Marvel* ist eine Kombination aus Himbeer-, Heidelbeer- und Zitronengeschmack. *Captain*





America vereint Himbeer-, Heidelbeer- und Ananasgeschmack. Beide Langnese Marvel Avengers zu je 52 ml haben eine rote Glasur mit Erdbeergeschmack und Keksstückchen und orientieren sich an den Farben ihrer namensgebenden Helden.

Neu im Sortiment ist außerdem Cornetto Soft Caramel & Haselnut, ein Karamelleis mit Haselnussgeschmack in einer knusprigen Waffel. Das Karamellofteis zu je 140 ml ist mit feiner Schokoladensoße und dunklen Schokoladenstückchen überzogen.



Für noch umweltbewusstere Produkte hat Langnese die Rezepturen seiner Klassiker überarbeitet, so wird nun für die beiden Sorten *Cuja Mara Split* und *Capri Soft* aus nachhaltig angebauten Orangen verwendet. Außerdem wird auf künstliche Farbstoffe und Aromen weitgehend verzichtet, stattdessen werden nachhaltige Zutaten verarbeitet. Die Sorte *Nogger* wird aus Kakao und Vanille hergestellt, die von der *Rainforest Alliance* zertifiziert sind. Das Label "Herzenssache" informiert über die Zutaten, Herstellung und Verpackung des jeweiligen Produkts. Weitere Informationen gibt es auf der Webseite und über den QR-Code auf den Produktverpackungen. Zum umfangreichen Relaunch gehört auch ein modernes Verpackungsdesign mit noch größerem Herz-Logo. Außerdem wurden beliebte Klassiker verbessert: Dazu gehören beispielsweise die knackigen Haselnussstückchen im *Nogger* sowie die Verwendung von mehr Fruchtsaft und Erdbeerswassereis im *Flutschfinger*. So können sich die Kunden in dieser Saison auf erfrischende Eisinnovationen freuen.



Der Sand, aus dem die Träume sind

FLORIDA Traumsand heißt die neue Sonderedition von *Florida Eis green*. Das cremige Milcheis besteht aus frischer Milch, einer feinen, fruchtigen Erdbeersauce und knusprigen Stückchen. Die Berliner Eismanufaktur verarbeitet frische, hochwertige Zutaten, wie z.B. frisches Vanillemark, einen hohen Fruchtanteil mit



„echten“ Fruchtstücken und verzichtet auf künstliche Aromen sowie auf zusätzlichen Luftaufschlag. Traumsand stammt aus handwerklicher Herstellung, bei der noch traditionelle Eismaschinen verwendet werden. Es kommt in einer nachhaltigen Verpackung aus Bambuspapier in den Handel, die 100 % kompostierbar ist. Bei der neuen Eiskreation stand das *Sandmännchen Pate*, gemeinsam mit dem rbb und dem MDR wurde hierfür eine Eiskomposition entwickelt.

Rama Sooo BUTTRIG! 100 % pflanzlich

UPFIELD Der führende Hersteller pflanzlicher Brotaufstriche, hat zwei neue Butteralternativen entwickelt: *Rama Sooo BUTTRIG!* „ungesalzen“ und *Rama Sooo BUTTRIG!* „mit Olivenöl“. Die beiden Aufstriche sind aus 100 % natürlichen Zutaten hergestellt – und somit ideal für alle, die sich pflanzlich ernähren wollen, aber auf den guten Geschmack von Butter nicht verzichten möchten. Gleichzeitig sind die Neuprodukte besser für die Umwelt: Dank 81 Prozent weniger Klimaauswirkungen gegenüber Butter.



Ob aufs Brötchen, zum Anbraten oder in Kuchen und Torten: *Rama Sooo BUTTRIG!* überzeugt mit einem intensiven Buttergeschmack und kann das Milchprodukt in allen Rezepten 1:1 ersetzen. „Mit unseren neuen Kreationen heben wir den Standard für pflanzliche Alternativen zu Butter. Wir unterstützen Verbraucher:innen bei einem pflanzlichen und nachhaltigeren Lebensstil. Und das ganz ohne Verzicht“, freut sich *Sabine Huttmann*, Marketing Manager *Rama*. Auch die streichzarten Produkte im Becher – *Rama 100% natürliche Zutaten Butternote*, *Rama 100% natürliche Zutaten Butternote mit Meersalz* und *Rama 100% natürliche Zutaten Vegabutter* – laufen ab sofort unter dem Dach *Rama Sooo BUTTRIG!* und sind mit neuem Verpackungsdesign im Handel erhältlich.

Gut für Dich – gut für die Umwelt

Neben ihrem besonders buttrigen Geschmack punkten die 250-Gramm-Blöcke von *Rama Sooo BUTTRIG!* mit einer hervorragenden Umweltbilanz: Palmölfrei und nur aus hochwertigen Pflanzenölen hergestellt, haben sie 81 Prozent weniger Klimaauswirkungen gegenüber Butter. Mit einer Verpackung aus Pergamentpapier unterstreicht der Hersteller *Upfield* sein nachhaltiges Handeln. Eine absolute Neuheit im *Rama* Sortiment ist die Sorte mit hochwertigem Olivenöl. Verfeinert mit nativem Olivenöl ist sie eine Bereicherung für jede Küche und setzt sich dabei durch die besondere Geschmacksnote von anderen Produkten ab.



Seit Jahren Innovationsführer auf dem Sektor Fingerfood & Snacks

lesen, weiterbilden, gewinnen

Eine unglaubliche Siegesgeschichte hat das Unternehmen *Frostkrone* mit seinem Hauptsitz im nordrhein-westfälischen Rietberg geschrieben. Im letzten Jahr feierte die Firma, die 1997 zunächst ausschließlich mit Fisch- und Fleischprodukten aus der Taufe gehoben wurde, ihr 25. Jubiläum. Schon wenige Jahre nach seiner Gründung stellte der Betrieb seine Produktpalette vollständig um. Mit gigantischem Erfolg. Heute ist *Frostkrone* der innovative Schrittmacher im Bereich Convenience-Tiefkühlkost und einer der bedeutendsten Hersteller von Fingerfood sowie Snacks weltweit. Das Unternehmen bringt seine Kreationen nicht nur unter seinem Namen in die Supermärkte, sondern hauptsächlich als Eigenmarken vieler Handelspartner.

Wie kam der Strukturwandel bei Frostkrone zustande?

Das war wenige Jahre nach der Jahrtausendwende. 2004 liefen bei *Frostkrone* die ersten Fingerfood- und Snackkreationen für die Tiefkühltruhen vom Band. Die Idee dafür schwappte aus den USA über den Atlantik zu uns rüber. *Frostkrone* hat die Kategorie TK-Fingerfood und Snacks in Deutschland dann etabliert. Die Produktion in Rietberg begann mit *Mozzarella Sticks*, *Chili Cheese Nuggets* und *Frischkäse Jalapeño Snacks*.

Was macht den Erfolg von Frostkrone aus?

Der entscheidende Kick kam eigentlich im Jahre 2013. Damals übernahm *Frédéric Dervieux* das Zepter im Unternehmen. Er setzte den Fokus sofort vollständig auf die Produktion der verführerischen kleinen Kompositionen für den Tiefkühlbereich.

Seitdem wurde dieser Sektor mit immer neuen Überraschungen ausgebaut, sowohl für den Handel als auch für den Food Service. „Produktionsraten, Umsatzwachstum und die Mitarbeiterzahlen sind stetig gestiegen, und dies in einem Maße, wie es kaum vergleichbar ist,“ beschreibt *Frédéric Dervieux*, Geschäftsführer von *Frostkrone*, diese außergewöhnliche Entwicklung. Und er betont: „*Frostkrone* ist bekannt und geschätzt für seine Vielfalt, für seine Qualität und das hohe Maß an Zuverlässigkeit.“

Was sind denn gegenwärtig die beliebtesten Kreationen?

Zu den Top Fingerfood-Produkten gehören *Crunchy Mozzarella Sticks* und *Crunchy Chili Cheese Nuggets*. Doch nun hat *Frostkrone* einen neuen Topseller auf den Markt gebracht. Eine ganz pffig durchdachte



und perfekt entwickelte Kreation: Es ist die *F(L)avourites* Food-Linie. Die kleinen, handlichen Köstlichkeiten schmecken lecker wie ja alles aus dem Hause *Frostkrone*. Zum Beispiel die *Frischkäse-Jalapeños Pops*. Zuerst kommt das krosse Coating, also die Ummantelung, das dank einer noch besseren Rezeptur im heimischen Backofen so gut gelingt wie in einer Profiküche. Dann folgt die herrlich feurige Schärfe der Jalapeño, kombiniert mit dem cremig-milden Frischkäsearoma. Ebenfalls in der *F(L)avourites* Reihe werden die *Crispy Jalapeños Nacho Cheese Bites* und *Crispy Papirinos Frischkäse Pops* angeboten.

F(L)avourites werden mit einer ganz speziellen Technologie gefertigt. So ist es möglich, Fingerfood und Snacks flexibel nach Kundenwunsch in Größe und Gewicht anzupassen. Auch bei der Wahl der Zutaten besteht – je nach Wunsch des Kunden aus dem Handel – eine sehr hohe Flexibilität.

Wie findet Frostkrone die vielen Ideen für immer neue Kreationen?

Innovationsführer in der Kategorie Fingerfood & Snacks zu sein, bedeutet tatsächlich mehr, als coole Produkte zu entwickeln und herzustellen. „Wir erkennen globale Trends, wissen, wie der Lebensmittelmarkt tickt und was bei den Zielgruppen gewünscht wird“, erklärt *Frédéric Dervieux*, „daraus komponieren wir dann für unsere Partner innovative, maßgeschneiderte Konzepte, die mehr Wachstum versprechen und auch wirklich erzielen.“

Gelangen die Kompositionen aus dem Hause Frostkrone zügig in den Handel?

Genau dies ist eine Stärke des Unternehmens. *Frostkrone* kann auf die Innovati-

onskraft und die Produktionsstärke an etlichen Standorten zurückgreifen. Heute verfügt die Unternehmensgruppe über acht Herstellungsstätten in Frankreich, Großbritannien, den USA und natürlich in Deutschland. Dadurch sind die Wege zu den Handelskunden relativ kurz. Weltweit beschäftigt das Unternehmen um die 1.200 Mitarbeitende und beliefert Kunden in 45 Ländern. Allein in Deutschland betrug die Produktionsmenge im vergangenen Jahr stolze 20.000 Tonnen.

Es gibt für die Verbraucher heutzutage ein unglaublich großes Angebot an Tiefkühlprodukten. Ist es da nicht schwierig, neue Kompositionen zu kreieren?

Bei *Frostkrone* scheint dies, wenn man auf die Produktpalette blickt, wohl kein Problem zu sein. Im Gegenteil: Das Unternehmen hat ja 2021 in Paderborn sein technisch modernstes Werk in Betrieb genommen. So wurden die Produktions- und Lagerkapazitäten enorm gesteigert. Und: Nun produziert *Frostkrone* auch Fingerfood und Snacks für den Frischebereich. Ein Novum!

Für die Partner des Handels bedeutet das noch mehr Angebote und Service aus einer Hand in bewährter und verlässlicher Qualität. Das sind zum Beispiel *Mozzarella Sticks*, *Gouda Ringe* oder *Chili Cheese Nuggets*. Nach wenigen Minuten kommen diese beliebten und nun auch frischen Fingerfood-Variationen nach wenigen Minuten goldbraun aus dem Backofen und können direkt verzehrt werden. Dank der ausgeklügelten Technik weisen die Produkte sogar eine lange Haltbarkeit von mehr als 25 Tagen auf.

Wer sind die Kunden dieser neuen Produktreihe?

Die kleinen Leckereien, ob herzhaft, crunchy oder süß mit köstlichen Mischungen aus Käse und Gemüse haben sich besonders unter der jüngeren Konsumentengruppe einen festen Absatzplatz erobert. Schließlich gibt es immer mehr Singlehaushalte, immer mehr Zweier-Beziehungen, in denen beide Partner immens in den Arbeitsprozess eingespannt sind, hinzu kam die Corona-Pandemie mit dem ausgeprägten Home-Working – diese Entwicklungen spielen *Frostkrone* mit seinen tiefgekühlten und den neuen gekühlten

Kreationen mächtig in die Hände. Denn die Produkte sind ideale Begleiter für Büro, das Home-Working, nach dem Sport, in der Mittagspause, aber auch abends im gemütlichen Wohnzimmer in den eigenen vier Wänden. Die Food-Linie *Ready to eat* von *Frostkrone* ist übrigens schon mehrfach ausgezeichnet worden.

Was macht das Erfolgsszenario von Frostkrone über all die schon erwähnten Aspekte noch mehr aus?

Es ist der direkte Draht zum Handel, auch zu den Lieferanten mit ihren qualitativ hochwertigen Rohstoffen, die enorme Flexibilität, mit der Änderungen und Wünsche kurzfristig umgesetzt werden können und natürlich die einwandfreie Qualität und Logistik. All diese Attribute machen *Frostkrone* zu einem verlässlichen Partner im Wirtschaftskreislauf. „Im Zentrum unseres



Schaffens stehen die Wünsche unserer Kunden im Handel und im Food Service, selbstverständlich auch der Verbraucher, denn ohne sie könnten wir ja gar nicht existieren“, fasst *Emiel Lommen* zusammen, seit Februar Global Commercial Director von *Frostkrone*. „Wir sind stolz darauf, dass wir mit ihnen allen gemeinsam seit Jahren so gut und erfolgreich zusammenarbeiten.“

Bleibt eigentlich nur noch zu sagen: Egal, ob tiefgefroren oder gekühlt – bei *Frostkrone* ist das Snacking-Vergnügen ziemlich garantiert!

Zarte Genussmomente und neue Nascher-Ei

MILKA Seit über 120 Jahren bietet *Milka* mit seiner berühmten lila Tafel zartschmelzende Alpenmilch-Schokolade. Im vergangen Sommer hat *Milka* einen Relaunch erfahren und die Rezeptur weiterentwickelt. Mit einem höheren Kakaoanteil ist die *Milka Alpenmilch-Schokolade* nun noch schokoladiger. Die neue Rezeptur mit einer intensiveren Kakao-Note steckt auch in den meisten Produkten des Ostersortiments - für die süßen Genussmomente an den Ostertagen.

Osterüberraschungen mit neuer Rezeptur

Mit der weiterentwickelten Rezeptur setzt *Milka* auch weiterhin auf hochwertige, sorgfältig ausgewählte Zutaten. So wird für jede *Milka*-Schokolade ausschließlich reine Alpenmilch verwendet. Kakao ist der Hauptbestandteil, er stammt aus verschiedenen Anbaugebieten, wie der Republik Côte d'Ivoire, Ghana, Indien, Indonesien, Brasilien sowie der Dominikanischen Republik. Er wird nach dem globalen "Cocoa Life" Nachhaltigkeitsprogramm von *Monedelēz International* angebaut, mit dem die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kakaobauern und ihrer Familien langfristig verbessert werden. Gleichzeitig wird damit die Produktion von hochwertigem Kakao sichergestellt. Denn Kakao ist eine sehr sensible Frucht und sein Anbau erfordert viel Geduld und Aufmerksamkeit. Erst nach fünf Jahren können Kakaofrüchte zum ersten Mal geerntet werden.

Mit seinem umfangreichen Sortiment bietet *Milka* das passende Produkt für jeden Anlass: für „Rituale und Traditionen“, „Zum Naschen und Teilen“, „Geschenke für Kinder & Jugendliche“ sowie „Geschenke für Erwachsene“. Neu im Osterkorb ist das *Milka Nascher-Ei* mit einer weiß-gelben Milchcremefüllung unter der Schokoschicht und intensiver Vanillenote. Es ist einem echten Ei nachempfunden und von zarter Vollmilchschokolade ummantelt. Wieder im Programm sind die Vanille-Naps, die kleinen Schoko-Täfelchen aus zartschmelzender *Milka Alpenmilch Schokolade* in einer dekorativen *Schmunzelhasen*-Box. Im ansprechenden Oster-Design verpackt, eignen sie sich zum Naschen und Teilen, zur Dekoration und ebenso zum Befüllen von Osternestern.

Neu in diesem Frühjahr ist außerdem die *Milka & Oreo Ostermischung*, bestehend aus den beliebten *Milka & Oreo*-Sorten inklusive *Schmunzelhase Oreo White*. Der *Milka Plüschtier Magic Mix*, eine bunte Mischung verschiedener Osterprodukte mit Plüschtier, hat Zuwachs bekommen: So ist in diesem Jahr das Lamm erhältlich und in überarbeitetem Design der *Milka Osterhase* und das Küken. Ein neues Produkt zum Osterfest ist der *Milka Schmunzelhase Weiß* nun auch aus weißer Alpenmilchschokolade und in einer stimmungsvollen weißen Verpackung. Die beliebten Klassiker *Milka Schmunzelhasen Nuss*, *Milka Schmunzelhasen Knusper* und *Milka Schmunzelhasen Daim* haben ein modernes Redesign mit bunten Farben erfahren. Und der *Milka Schmunzelhase Alpenmilch* bekommt ein neues Outfit als Forscher, Pilot oder Astronaut. Im neuen Design gibt es außerdem die *Milka Schmunzelhasen Special*



Collection mit den Sorten *Milka Dark Milk*, *Milka Dark Milk Nuss*, *Milka Kuhflecken* und *Milka Oreo White* - ein ideales Ostergeschenk für Groß und Klein.

Ostervielfalt im neues Design

Milka hat nicht nur die Rezeptur weiterentwickelt, auch die Form der Schokoladentafeln hat sich verändert. Die abgerundete Tafelform passt sich nun noch besser dem Gaumen an und bietet so noch zarteren Schokoladengenuss. Zudem wurde die berühmte lila Kuh auf einem Eck-Stückchen verewigt, denn sie ist nun 50 Jahre alt geworden. Um die Ostervielfalt ansprechend zu präsentieren, hat *Milka* neue Outfits für den *Milka Schmunzelhasen* entwickelt: eine *Milka Schmunzelhasen Special Collection* macht die Erkennung der einzelnen Sorten noch einfacher. Für zusätzliche Aufmerksamkeit am Verkaufsregal sorgt außerdem ein Hüttenkonzept, das, je nach Marktgröße, in drei verschiedenen Modellen erhältlich ist. Begleitet wird das neue Ostersortiment von einer umfangreichen Medienkampagne auf allen relevanten Kanälen sowie auf Social Media.

Feines für das Osternest

LINDT Außen Gold mit einer roten Schleife und kleinem, goldenem Glöckchen um den Hals, innen zartschmelzende Alpenvollmilch-Schokolade: Seit nunmehr 70 Jahren versüßt der GOLDHASE von *Lindt* die Ostertage und ist fester Bestandteil beliebter Traditionen. Mit neuen Osterideen bietet der Schweizer Chocolatier festlichen Schokoladengenuss für die ganze Familie.

Von der Bohne bis zur Tafel

Hochwertige Kakaobohnen sind das Herzstück feiner Schokoladen. Als einer der wenigen Schokoladenhersteller produziert *Lindt* nach dem Prinzip „Bean to Bar“ - von





frühlingshaften Glücksbringer-Edition mit Kleeblättern und kleinen Herzen auf der goldenen Folie in den Handel. Jeder GOLDHASE wird einzeln von Hand mit einem Bändchen versehen. Und als besondere Überraschung gibt es zu Ostern ein Gewinnspiel: In fünf GOLDHASSEN der Glückbringer-Edition wird ein kleiner Gewinner-Hase versteckt. Wer einen dieser Hasen findet, gewinnt 10.000 Euro. In der Geschenke-Edition „Du & ich“ sind zwei GOLDHASSEN in einer Geschenkbox vereint als kleine Aufmerksamkeit an Ostern oder einfach als herzlichen Gruß an einen besonderen Menschen. Als Highlight gibt dazu es ein kleines Buch mit der Entstehungsgeschichte des GOLDHASSEN. In diesem Jahr bekommen die süßen Lindt Schokoladentiere Marienkäfer und Biene einen neuen Freund an ihre Seite: den Maulwurf. Die zartschmelzende Leckerei eignet sich als Dekoration ebenso wie für das Osternest.

Vegane Genussmomente

Die vegane Osterüberraschung von Lindt, der HELLO Bunny Vegan, verzichtet ganz auf tierische Inhaltsstoffe und bietet eine Alternative zu klassischen Hasenfiguren aus Milkschokolade: Statt Kuhmilch wird ein glutenfreier Hafer-Drink verwendet. Er ist in zartes Grün verpackt und hat eine Haferrispe im Mundwinkel. Begleitet wird der vegane Osterhase von HELLO Vegan Creamy Hazelnut Eggs. Die veganen Schoko-Eier sind mit einer Haselnuss-Hafer-Creme gefüllt, das verleiht ihnen eine nussige Note. Für den feinen Schmelz und den besonderen Geschmack der veganen Schokoladen verwenden die Maitres Chocolatiers von Lindt eine ausgewogene Komposition aus feinem Kakao, mildem Haferdrink und cremigem Mandelmark. Ob klassisch oder mit Haselnusstückchen verfeinert – die Schokoladenalternativen Lindt Classic Vegan, Lindt Haselnuss Vegan sowie Lindt HELLO Vegan bieten auch veganen Genießern ein zarte Genussmomente und eignen sich als Osterdeko ebenso wie zum Verschenken. Lindt HELLO Vegan ist sowohl süß als auch salzig in den ausgefallenen Geschmacks-Kombinationen Pretzel & Nuts, Cookies, Salted Caramel, Sweet'n Salty Popcorn und Roasted Salty Almonds erhältlich und wurde



der Auswahl der Kakaosorten über die Beschaffung der Kakaobohnen und die Herstellung der Kakaomasse bis hin zum fertigen Produkt wird jeder Schritt überwacht. Zur Fertigung der Schokoladen werden ausschließlich Kakaobohnen aus dem Lindt & Sprüngli Farming Programm verwendet, einem eigenen Nachhaltigkeitsprogramm mit mehr als 91.000 Kakaobauern in den Herkunftsländern Ghana, Ecuador, der Dominikanischen Republik, Madagaskar, Papua-Neuguinea, Peru sowie der Elfenbeinküste. Ziel des Programms ist es, die Kakaobauern und ihre Familien in den Anbauländern zu unterstützen und die Landwirtschaft nachhaltig zu intensivieren. Mit diesem Programm sind 100 % der Kakaobohnen bis zu ihrem Ursprung rückverfolgbar und extern verifiziert. Bis 2025 sollen sämtliche Kakaoprodukte, wie Bohnen, Butter oder Pulver, über Nachhaltigkeitsprogramme bezogen werden.

Der Goldhase und eine Extraportion Glück

Zu Ostern erscheint der beliebte Klassiker in neuem Gewand: Der Lindt GOLDHASE kommt in einer

von der Tierrechtsorganisation PETA als „Beste vegane Schokolade“ mit dem Vegan Food Award ausgezeichnet. Die vegane Produktmarke Lindt HELLO bietet österlichen Schokogenuss mit gutem Gewissen. Wer auf tierische Inhaltsstoffe lieber verzichten möchte, muss deshalb an authentischen Schokoladengeschmack nichts einbüßen.





Neue Mövenpick Premiumkuchen

Mövenpick erweitert das Premium-Kuchensortiment um zwei neue Produktlinien.

MÖVENPICK Im Herbst letzten Jahres haben *Kuchenmeister* und *Mövenpick Fine Food* ihre neue Lizenzpartnerschaft im Kuchensegment bekannt gegeben. Neben den Klassikern – Marmor- und Zitronenkuchen – stehen nun schon neue Premium-Produkte in den Startlöchern. Ab dem Frühjahr wird es auch einen saftigen „Mövenpick Brownie“ und einen klassischen „Mövenpick Cheesecake“ geben.

Mövenpick Fine Food und *Kuchenmeister* haben bei den beiden Kuchenkreationen erneut das Credo „bester Geschmack“ von *Mövenpick* mit besonderer Qualität vereint. Das Ergebnis sind zwei klassische Platenkuchen, in modernem Design und nach traditionellem Rezept gebacken. Brownie und Cheesecake eignen sich als Platenkuchen und aufgrund ihrer Größe (300 Gramm und 350 Gramm) perfekt zum Teilen mit Freunden und Familie.

Der *Mövenpick Brownie* zeichnet sich vor allem durch seinen frischen und saftigen Geschmack aus. Abgerundet wird dieser durch knackige Schokoraspeln aus hochwertiger Kuvertüre. Es wurde zudem auf den Einsatz von Palmfett, Sorbit und Vanillin verzichtet, zur Aromatisierung wurden ausschließlich natürliche Aromen verwendet. Der Brownie besticht so vor allem mit einer starken Schokoladennote und der typischen Saftigkeit.

Der *Mövenpick Cheesecake* ist nach traditionellem Rezept und mit besten Zutaten gebacken. Hochwertiger 30prozentiger Quark und Rapsöl in der Käsemasse machen ihn besonders cremig. Der Cheesecake ist frei von Palmfett und phosphathaltigen Backpulvern. Neben natürlichen Aromen verleiht ein Extrakt aus Zitronen und Limettenschalen dem Cheesecake eine fruchtig-frische Note.

Ab KW 14 sind *Mövenpick Brownie* und *Mövenpick Cheesecake* für alle Händler lieferbar.



Menzi Suppeneinlagen

Ein Muss in jeder guten Suppe sind *Eierstich* und *Klößchen*. Neben dem *Eierstich*, der aus gestocktem Ei mit feiner Muskatnote hergestellt wird, bietet die Marke *Menzi* verschiedene Klößchen als Suppeneinlage an. In kleinen 125-Gramm-Dosen gibt es vegetarische Suppenklößchen, mit Majoran verfeinerte Markklößchen sowie Fleischklößchen mit Rindfleisch. Alle Sorten sind in Brühe eingelegt und müssen lediglich 5 Minuten in der heißen Suppe bzw. dem Eintopf ziehen. Produziert werden die Suppeneinlagen im Tochterunternehmen von *Rila. Die Genussentdecker*.



NEU im Kühlregal: Vollgemüse-Aufstriche von BEETGOLD

BEETGOLD Nach VOLLGEMÜSE-Tortillas und -Pizzaboden kommt nun eine cremig-frische Gemüseauflage von **BEETGOLD** in den Handel: Vegane Vollgemüse-Aufstriche in den Sorten *perfekte Pastinake*, *kraftvoller Kürbis* und *bodenständige Rote Beete*.

Die geschmacksintensiven Gemüsecremes stechen durch ihren sehr hohen Gemüseanteil von über 80% hervor. Die Variante Kürbis kommt sogar auf 97% Gemüseanteil. Damit bleibt sich das junge Unternehmen treu, denn viel mehr als Gemüse steckt nicht in den veganen Aufstrichen und ist auch damit wieder eine Innovation im Kühlregal.

Die glutenfreien Bio-Aufstriche eignen sich durch die einzigartige cremige Konsistenz vor allem auch als Dip und zum Verfeinern von Bowls und Ofengemüse. Ideal sind **BEETGOLD** Vollgemüse-Aufstriche für die ernährungsbewussten Konsumenten, die eine ballaststoffreiche, pflanzliche und glutenfreie Ernährung bevorzugen und eine aromatische Alternative zu Hummus genießen möchten.



Genuport insight +++ SNATT'S NATUCHIPS +++

Der Name ist Programm: Snatt's verbindet die Worte snacks und natural.

Die Produkte von *Snatt's* sind zu 100 Prozent aus natürlichen Zutaten hergestellt und werden in der Herstellung gepufft und nicht frittiert, sodass sie bis zu 30 Prozent weniger Fett enthalten als herkömmliche Kartoffelchips. Außerdem sind die Chips ohne Palmöl, glutenfrei und enthalten weder Geschmacksverstärker noch Zusatzstoffe. Die zwei neuen extra knusprigen Sorten *Natuchips Barbecue* und *Natuchips Sour Cream* ergänzen das Sortiment. Ab April 2023 sind die neuen *Natuchips* von *Snatt's* in 75-Gramm-Packungen erhältlich.



Genießertipp Frühstück

Zum Frühstück ins Café? Ein zugeben verlockender Gedanke und durchaus ein Erlebnis. Am Wochenende, wenn Zeit keine Rolle spielt und aus dem Brunch schnell mal ein Lunch werden kann. Ein Luxus, nicht für alle Tage, was aber nicht bedeutet, dass frühstücken zu Hause nicht zu etwas Besonderem werden kann. Auch im Alltag sollte man es sich wert sein, sich jeden Tag mit dem, was man besonders gerne mag, zu verwöhnen. Sich Vorlieben gönnen und Neues entdecken, und das schon am frühen Morgen. Was den Start in den Tag rundum gut macht? Unsere Genießertipps für Frühstücks-Gourmets.

FALLER GENUSSMANUFAKTUR

Das Land, wo die Zitronen blühen ist auch die Heimat der saftigen Orangen, die in der *Orangen-Marmelade* der FALLER GENUSSMANUFAKTUR den Süden aufs Frühstückbrötchen und die Zunge zaubern. Und, kaum wach, schon wieder zu Träumen von Urlaub, Strand und Meer verführt. Sonnenverwöhnte Orangen aus Spanien verleihen der Orangen Marmelade mit der Aura des *dolce vita* ihre unverwechselbare leuchtend orangene Farbe und ihren einzigartigen Geschmack. Das leicht-herbe Aroma wird durch feingeschnittene Orangenschalen vollendet. Wie alle Konfitüren aus der Genussmanufaktur im Schwarzwald werden auch die Orangen im offenen Kupferkessel von Hand gerührt. Der Zusatz von Zucker ermöglicht ein fein austariertes süß-sauer-Verhältnis mit einer fein-bitteren Zitrusnote. Nicht jedermann Sache, aber wer den Exoten unter den süßen Brotaufstrichen erst einmal entdeckt und Geschmack an ihm gefunden hat, hat mehr als „nur“ Marmelade am Morgen, denn Urlaubs-Feeling gibt's hier inklusive! Im 330-Gramm-Glas oder für alle, die nicht genug vom Süden bekommen können, auch im 930-Gramm-Glas.

www.fallerkonfitueren.de



Genießertipps für



MESTEMACHER

Apropos Exoten, alles andere als alltäglich aber absolut Alltagstauglich sind die neuen Brotsorten aus dem Haus MESTEMACHER: *Unser Pures Karotte* und *Unser Pures Kürbis*. Das *Unser Pures Karotte* Haferbrot aus Hafer, Sonnenblumenkernen und Leinsamen, ohne Mehl und ohne Hefe, bringt mit fünf Prozent Karotten Farbe auf den Frühstücksteller und eignet sich auch für eine zuckerarme Ernährung (in der 300-Gramm-Packung).

Reich an Omega-3 Fettsäuren ist *Unser Pures Kürbis* aus der Lifestyle-Bakery MESTEMACHER. Das Haferbrot mit 26 Prozent Haferkernen, saftigen Kürbiswürfeln und knackigen Kürbiskernen ist wie *Unser Pures Karotte* ohne Mehl und Hefe gebacken. Die Nährwertbilanz beider Brote charakterisiert die Nährwert-Ampel *Nutri-Score* mit dem Buchstaben A für besten Nährwert. Übrigens, *Unser Pures Kürbis* ist ideal für die Vorratsplanung, denn ungeöffnet ist das körnige Brot bis zu 20 Wochen haltbar (in der 300-Gramm-Packung).

www.mestemacher.de

DALLMAYR Lieben Sie Barista-Flair wie in der Espresso-Bar oder im Café? Die DALLMAYR *Barista*-Linie bringt sie zu Ihnen nach Hause und das schon früh am Morgen! Für das perfekte Genuss-Erlebnis von mild bis intensiv hat DALLMAYR zwei *Caffè Crema* und einen Espresso zur Auswahl im Angebot. Die dichte, samtige und goldbraune Crema machen dem DALLMAYR *Home Barista Caffè Crema*

Dolce alle Ehre, auch zu Hause. Die Bohnen sind nicht zu dunkel, aber trotzdem lange und schonend geröstet. Dadurch bekommt der Kaffee einen milden, harmonischen Geschmack mit nussigen Nuancen und wenig Säure. Ideal für Kaffees wie *Caffè Crema*, *Caffè Macchiato*, *Caffè Latte* oder den allseits beliebten *Cappuccino*.

Kraftvoll gibt sich der DALLMAYR *Home Barista Barista Caffè Crema Forte* und hält, was sein Name verspricht. Lange und dunkel geröstete Kaffeebohnen garantieren ein intensives, vollmundiges Geschmackserlebnis mit wenig Säure. Für *Caffè Crema*, *Caffè Macchiato*, *Cappuccino* oder auch für die Zubereitung von *Espresso* geeignet. Und auch die italienische Kaffeespezialität *Ristretto* gelingt mit ihm perfekt.

Der lange und intensiv geröstete DALLMAYR *Home Barista Espresso Intenso* weckt die Lebensgeister nicht nur am Morgen. Sein Geschmack ist typisch italienisch, kräftig und voll mit viel Röstaroma, aber mit wenig Säure. Alle Bohnen für die DALLMAYR *Home Barista*-Linie kommen aus nachhaltigem Anbau. Die DALLMAYR *Home Barista-Caffès* sind für die Zubereitung im Kaffeevollautomaten, in der Siebträgermaschine oder auch im Espressokocher geeignet (jeweils in der 1 Kilogramm Gramm-Packung).

www.dallmayr.com



Frühstücks-Gourmets

SCHWARZWALDMILCH Das Beste aus zwei Welten vereint die hybride SCHWARZWALDMILCH Produktlinie *Milch + Hafer*. Der *Milch + Haferdrink*, sowohl als frische als auch in der haltbaren Variante, und die Joghurtalternative *Milch + Haferdrink* schaffen ein völlig neues Geschmackserlebnis, da sich hier der echte frische Milchgeschmack mit einer dezent-getreidigen Note in einem ausgewogenen Verhältnis von 50:50 verbindet. Aber nicht nur die wertvollen Inhaltsstoffe überzeugen, die *Milch + Hafer* Produkte



punkt en auch mit einer kurzen Zutatenliste und damit, dass garantiert keine Zusatzstoffe enthalten sind. Keine Frage: die lactosefreien *Milch + Hafer* Produkte von SCHWARZWALDMILCH sind ein innovatives Genussserlebnis, egal ob im Kaffee, zum Müsli oder pur. Die Milch für die Produktlinie stammt ausschließlich von heimischen Schwarzwaldmilchzeugern, der Hafer wird im Schwarzwald und den angrenzenden Regionen Baden-Württembergs geerntet. Eben höchste Qualität mit regionaler Herkunftsgarantie (*Milch + Haferdrink*, frisch und haltbar, jeweils in der 1 Liter-Packung, die *Milch + Hafer Joghurtalternative* im 400 Gramm-Becher).

www.schwarzwaldmilch.de

HERTA Für alle, die es gerne ein wenig herzhaft am Morgen lieben: Die hauchdünnen Scheiben von HERTA *Finesse* sind eine elegant-würzige Alternative zum süßen Auftakt auf dem Frühstücksbrot, aber auch fürs zweite Frühstück unterwegs sind sie prima geeignet. Ob pur wie HERTA *Finesse Schinken* gegart, im Ofen gegrillt wie HERTA *Finesse Putenbrust* oder gepökelt beziehungsweise gegart wie HERTA *Finesse Hähnchenbrust*, oder mit Geschmacksrichtungen wie mit Honig oder Curry verfeinert: Zwölf verschiedene Schinken-, Hähnchen- und Putenbrustsorten stehen zur Auswahl und machen, ganz nach Tagesform, sicher so manchem schon am Morgen die Wahl zur kleinen Qual.

Abgerundet wird das aktuelle Sortiment durch die HERTA *Finesse Sorte des Jahres Schinken Bruschetta Style*. Fruchtige Tomate und aromatisches Basilikum gehen hier eine hauchzarte Schinken-Genusslaison ein. Ein fruchtig-würziger Aufschnitt der mediterrane Flair in jede Brotzeit zaubert. Die Sonderedition ist noch bis Jahresende erhältlich und wird im Januar 2024 durch eine neue Sorte des Jahres abgelöst (jeweils in der 100-Gramm-Packung).

www.herta.de

KATHI Mit einer knusprig-warmen Waffel in den Tag starten? Warum nicht. Mit dem KATHI *Waffelteig* geht die Zubereitung schnell und lässt so den Waffel-Wunsch jeden Tag Wirklichkeit werden. Zusätzlich zur Backmischung werden lediglich zwei Eier, 200 Gramm Butter oder Margarine sowie 200 ml Milch benötigt. Alles in einer Schüssel verrührt, ergibt dies einen fluffigen Teig. Mit bis zu acht Waffeln ist der KATHI *Waffelteig* besonders für Familien eine leckere Alternative zum Marmeladenbrötchen.

Köstliche Knusper-Momente zu jeder Tageszeit versprechen die neuen *Tassen-desserts* von KATHI, für deren Zubereitung lediglich Milch und Wasser benötigt wird. Angeboten werden die beiden *Milch-Desserts* in den Sorten *Cookies & Cream* und *Popcorn*. Die fruchtige Variante gibt es in den Geschmacksrichtungen *Erdbeere* und *Mango*. Für den absoluten Knusperereffekt sorgen kleine *Vollkorn-Butter- und Kakao-Kekse*.

www.kathi.de



Kulinarische

Es gibt viele Arten, den raffinierten Geschmack von Parmaschinken zu genießen: Am besten schneidet man ihn in hauchdünne Scheiben, damit sich das feine Aroma voll entfalten kann, und serviert ihn mit einem Stück Weißbrot oder mit süßen Früchten, wie Feige oder Honigmelone und natürlich mit einem guten Wein, der möglichst aus der selben Gegend stammt, wie einen *Sauvignon*.

Traditionelle Herstellung

Echter Parmaschinken wird aus Keulen definierter Schweinerassen nach einem traditionellen, streng festgelegten Verfahren ausschließlich in der Provinz Parma hergestellt. Parmaschinken ist ein reines Naturprodukt. Der luftgetrocknete Rohschinken besteht aus Schweinefleisch und Salz, und damit aus den gleichen Zutaten wie schon vor zweitausend Jahren. Er enthält keine Nitrite, keine Nitrate, keine Konservierungs- oder Farbstoffe. Er hat einen mild-würzigen Geschmack, eine rosarote Farbe und eine zarte Konsistenz, die feine Fettmarmorierung sorgt für eine leicht buttrige Note.

Das Geheimnis des Parmaschinkens beginnt mit der sorgfältigen Zucht der Schweine. In Frage kommen nur Schweine einer bestimmten Rasse, die in Nord- und Mittelitalien geboren und aufgezogen wurden und zwar mit streng kontrollierter Nahrung. Die Tiere fressen ausschließlich Mais, Gerste und Molke, die aus der Herstellung von Parmesankäse stammt. Die Schweine haben viel Auslauf und Bewegung, müssen bei der Schlachtung älter als neun Monate sein und mindestens 140 Kilogramm wiegen. Das sorgt für kräftiges Muskelfleisch. Der rohe Schinken wird in einem genau abgegrenzten Gebiet um Parma hergestellt.

» Die Schweine haben viel Auslauf und Bewegung, müssen bei der Schlachtung älter als neun Monate sein und mindestens 140 Kilogramm wiegen «

Die klimatischen Bedingungen dieser Gegend nordwestlich von Bologna sind ideal für die Reifung des Schinkens. Bereits die Römer begannen, in der Region um die Stadt Parma Schweine zu halten und Schinken herzustellen. Die Schweinekeulen wurden zum Trocknen gelagert und mit etwas Öl eingerieben. So konnten sie reifen, ohne zu verderben. Dabei entstand ein schmackhaftes, aromatisches Fleisch, das lange Zeit genießbar war. Schon 100 v. Chr. lobte der römische Politiker *Cato* das besondere Aroma des luftgetrockneten Schinkens aus Parma und bald entstand ein reger Handel, der sich über das ganze Land bis hin nach Griechenland erstreckte.



Kontrollierte Reifung

Die Zutaten sind auch heute noch immer die selben. Nach der Schlachtung werden die etwa 15 Kilogramm schweren Schweinekeulen zunächst mit Meersalz eingerieben. Die sparsame Verwendung von Salz verleiht dem Parmaschinken seinen typisch milden Geschmack. Anschließend werden die Keulen längere Zeit in verschiedenen Räumen bei kontrollierter Temperatur, Feuchtigkeit und Lüftung gelagert. Während der Reifezeit nimmt der Schinken Salz und die Luft der Umgebung auf und verliert dabei Wasser und Gewicht. Am Ende wird der Schinken mehr als ein Viertel seines ursprünglichen Gewichts verloren und dabei an Geschmack gewonnen haben. Große Keulen und ein langer Reifeprozess machen den Parmaschinken zu einer wahren Delikatesse. Nach einer Reifezeit von mindestens einem Jahr wird der Parmaschinken auf Geruch und Konsistenz geprüft. Schinken, die nach diesem langen Herstellungsprozess die Qualitätsprüfung bestanden haben, bekommen das Markenzeichen auf die Schwarte aufgebrannt: die fünfzackige Krone des *Herzogtums Parma*. Dieses Brandzeichen garantiert, dass alle Verarbeitungsschritte korrekt ausgeführt wurden. Wie alle Schritte der Herstellung darf auch das Aufschneiden und Verpacken von Parmaschinken nur in der Region um Parma und unter Aufsicht

Parmaschinken zählt zu den bekanntesten kulinarischen Spezialitäten Italiens und ist als mediterrane Vorspeise oder Snack auch bei uns sehr beliebt. Charakteristisch ist sein leicht nussiges Aroma und seine seidige Textur.

Vielfalt für Genießer



Fettsäuren ist wesentlich höher (65 %) als der der gesättigten Fettsäuren (35 %). Der hohe Anteil an Ölsäure (45 %) garantiert außerdem, dass Cholesterin und gesättigte Fettsäuren nur in sehr geringen Mengen im Fett des Parmaschinkens enthalten sind. Der hohe Vitamingehalt, insbesondere B1, B6 und B12, deckt einen großen Teil des empfohlenen Tagesbedarfs. Auch die Mineralien Phosphor, Zink, Eisen und Selen sind in großen Mengen enthalten. Somit bietet Parmaschinken nicht nur einen besonderen Genuss, sondern unterstützt auch eine gesunde und ausgewogene Ernährung.

Passend zu jeder Gelegenheit

Ob zum Frühstück oder Brunch, zum Mittag- oder Abendessen, zum Aperitif oder als Snack zwischendurch, ob als Vorspeise, zu Nudelgerichten, Salaten oder Sandwiches – Parmaschinken passt zu jeder Tageszeit. Für ein klassisches Antipasto werden einige Scheiben Parmaschinken auf einem Teller angerichtet und dazu italienischer Käse und Brot gereicht. Ebenso gut kann man frisches Obst mit Parmaschinken umwickeln und ihn z.B. reifen Birnen, Papaya, Ananas oder Kiwis kombinieren.

Ein gemischter Blattsalat lässt sich mit Parmaschinken und gehobeltem Parmesankäse verfeinern. Für typisch italienische Panini werden knusprige Brotscheiben mit Parmaschinken, frischem oder geräuchertem Mozza-

rella und Tomatenscheiben belegt, darüber kommt ein Schuss Olivenöl. Grissini, leicht gegarte Spargelstangen oder gegrillte Garnelen können in Parmaschinken eingewickelt werden. Die Würfel von dick aufgeschnittenem Parmaschinken verleihen Nudel- oder Reisgerichten, Risotto und Gemüse, wie Spargel oder Erbsen, einen besonderen Geschmack. Aus fein gewürfeltem Parmaschinken, Zwiebeln, Karotten, Sellerie und Gewürzen kann auch eine schmackhafte Basis für Soßen und viele andere Gerichte zubereitet werden.

Fisch oder Hühnchen lassen sich in einer Scheibe Parmaschinken im Ofen braten, begleitet von einem Glas Weißwein. Auch als Belag auf einer Pizza, zum Beispiel in Kombination mit Rucola, schmeckt er hervorragend, allerdings sollte man ihn erst nach dem Backen auf der heißen Pizza verteilen, damit der feine Geschmack erhalten bleibt. So verleiht Parmaschinken vielen Gerichten eine italienische Note.

» Somit bietet Parmaschinken nicht nur einen besonderen Genuss, sondern unterstützt auch eine gesunde und ausgewogene Ernährung.«

erfolgen. Parmaschinken in Scheiben vorgeschnitten und abgepackt trägt ebenfalls die fünfzackige Krone auf der Verpackung. Daran können Verbraucher beim Einkauf erkennen, ob es sich bei einem Produkt um echten *Parmaschinken* handelt. Die Nutzung der Bezeichnung „Parmaschinken“ ist durch das *Consorzio del Prosciutto di Parma*, dem Verband der Parmaschinken-Hersteller, geschützt. Das Konsortium ist das offizielle Organ für die Bewahrung, den Schutz und die Förderung der Ursprungsbezeichnung „Prosciutto di Parma“. Ihm gehören etwa 140 Parmaschinken-Hersteller an. Echter Parmaschinken wird außerdem über das Warenzeichen DOP (*Denominazione di Origine Protetta*) identifiziert. Diese geschützte Herkunftsbezeichnung wird direkt auf die Keule eingebrannt oder auf die Verpackung des Schinkens gedruckt.

Wertvolle Inhaltsstoffe

Parmaschinken ist natürliches Nahrungsmittel und aufgrund seiner günstigen Nährwertzusammensetzung auch für Kinder, Sportler und Senioren geeignet. Sein hoher Eiweißgehalt und wertvolle Aminosäuren machen ihn leicht verdaulich. Der Anteil an ungesättigten



exklusiv

Kooperations-Partner

auch empfohlen von

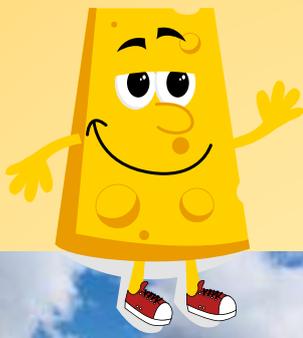
diabetesDE
DEUTSCHE
DIABETES
HILFE



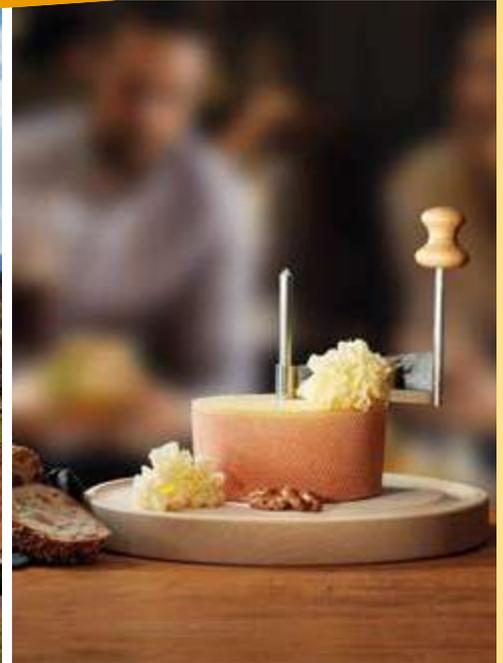
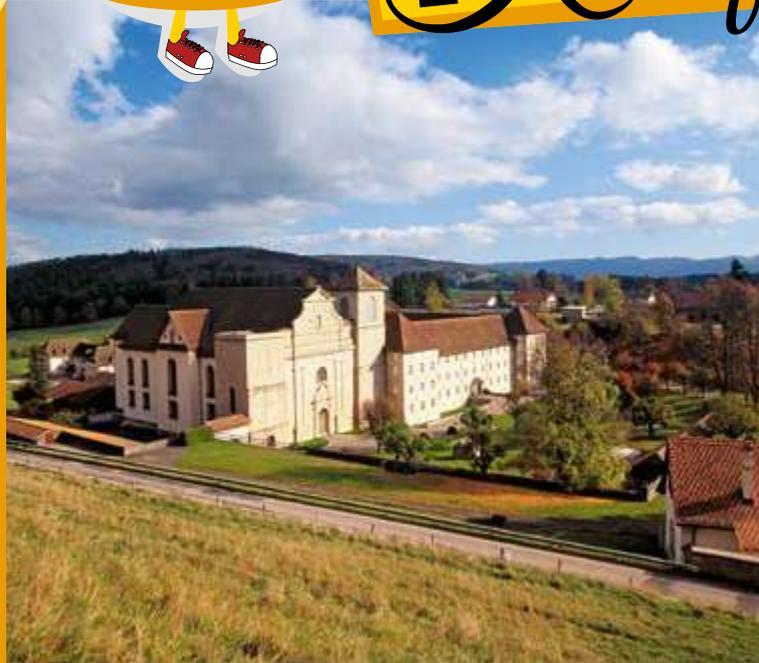
Informationen zu der
Kooperation finden
Sie unter:

[www.diabetesde.org/
mestemacher](http://www.diabetesde.org/mestemacher)





DER Käseflüsterer



Zarte Käseblumen aus der Schweiz

lesen, weiterbilden, gewinnen

Seine filigranen Käseblumen sind die Krönung jeder Käseplatte. Zu hauchdünnen Rosetten gedreht, ist *Tête de Moine* mit seinem reinen und aromatischen Geschmack auch optisch ein Genuss. Die Schweizer Käsespezialität passt zum Aperitif oder zum Nachtsch, ist eine dekorative Zutat für Salate und veredelt verschiedene Speisen, wie etwa gegrillte Feigen. Natürlich eignet er sich auch für ein Käsefondue, z.B. gemeinsam mit einem *Le Gruyère*. Aber auch pur schmeckt er außergewöhnlich gut. Nun kommt der Käsegenuss aus dem Schweizer Jura mit einer innovativen Geschenkidee in den Handel.

Woher kommt *Tête de Moine*?

Bereits im 12. Jahrhundert wurde im *Kloster Bellelay* im heutigen Berner Jura Käse hergestellt, der den Mönchen als Zahlungsmittel diente. Erzählungen aus der Westschweiz zufolge soll die Menge an Käse im Kloster „pro Mönchskopf“

gelagert worden sein, daher der Name „*Tête de Moine*“. *Tête de Moine* ist ein typisches Produkt seines „Terroirs“. Der hocharomatische, geschmierte Halbhartkäse aus naturbelassener Rohmilch hat einen kleinen zylindrischen Laib, ein Gewicht von 700 bis 900 Gramm und eine gelbe bis elfenbeinerne Farbe. Dank seiner 800-jährigen Rezeptur hat er einen sehr feinen Teig, der zart auf der Zunge zergeht. Bis heute wird *Tête de Moine* in seinem Ursprungsgebiet in wenigen Dorfkäsereien aus heimischer Bergmilch in echter Schweizer Handwerkskunst gefertigt. Die Milchbauern, Käser und Affineure arbeiten mit modernen Mitteln, aber nach traditionellen, bewährten Methoden. Um die Herstellung nach der überlieferten Tradition zu bewahren, ist *Tête de Moine* als geschützte Ursprungsbezeichnung (AOP) registriert. Die Milch muss aus der streng begrenzten Ursprungsregion stammen und der Käse muss dort nach dem traditionellen Verfahren nach den Vorgaben des AOP-

Pflichtenheftes hergestellt werden und reifen. Das AOP-Gütesiegel garantiert, dass jeder Laib ein Original ist. Bereits die Eigenschaften der Milch entscheiden über die endgültige Qualität des Käses. Sein intensives Aroma verdankt der *Tête de Moine AOP* der naturbelassenen Bergmilch und dem reichhaltigen Futtergras. Von Frühjahr bis Herbst sind die Kühe überwiegend auf den Weiden des Schweizer Jura und genießen die besondere Zusammensetzung der würzigen Gräser und Kräuter, die dem *Tête de Moine AOP* seinen spezifischen, von seiner natürlichen Umgebung geprägten Charakter und seinen unverwechselbaren Geschmack verleihen.

Wie wird er hergestellt?

Viele Schritte sind bei der Herstellung des *Tête de Moine AOP* noch immer echte Handarbeit, die neben Fachwissen auch besonderes Fingerspitzengefühl und Präzision erfordern. Die einzelnen Stationen,

DER Käseflüsterer

vom Erwärmen der Milch bis hin zur finalen Qualitätskontrolle der gereiften Käse-laibe, sind im Prinzip noch genauso wie schon vor vielen hundert Jahren. Die jungen Käse reifen mindestens zweieinhalb Monate lang auf Fichtenholzbrettern im Käsekeller bei einer Luftfeuchtigkeit von etwa 90 Prozent und einer Temperatur von circa 13 bis 14° C. Während dieser Zeit werden sie regelmäßig gepflegt und gewendet. Damit sich die Schmiere auf der Rinde bilden kann, wird der Käse mit einer Mischung aus Salzwasser und einer Oberflächenkultur gebürstet. Das fördert die Bildung der Rinde und die Reifung von außen nach innen. Die Verwendung von Zusatzstoffen, wie Farbstoffe oder chemische Oberflächenbehandlungsmittel, ist bei der Käseherstellung verboten. *Tête de Moine AOP* ist garantiert frei von Konservierungsstoffen und Geschmacksverstärkern. Monatlich wird im Keller der Käsereien eine Qualitätsprüfung, die sogenannte „Taxation“, durchgeführt. Dabei wird der Käse nach Aussehen, Lochung, Teig (Farbe, Schabfähigkeit) und natürlich nach Geruch und Geschmack bewertet. Nur Käse, der diese strengen Qualitätskriterien erfüllt, darf unter dem

Namen *Tête de Moine AOP*, *Frommage de Bellelay* vermarktet werden. Etwa 80 Prozent dieser Käsespezialität werden in Deutschland und Frankreich verkauft, entweder in ganzen oder in halben Laiben sowie als Rosetten verpackt.

Wie schmeckt *Tête de Moine* am besten?

Tête de Moine wird nicht geschnitten, sondern geschabt, am besten direkt aus dem Kühlschrank. Dabei wird der ganze Laib halbiert und mit der *Girolle*[®], einem eigens für den „Mönchskopf“ entwickelten Drehmesser, oder einer *Pirouette*[®] zu feinen Rosetten gedreht. Damit lässt er sich im Handumdrehen zu dekorativen Käseblumen formen und schmeichelt dem Auge und dem Gaumen. Schon die Mönche im *Kloster Bellelay* im Schweizer Jura schabten ihren *Tête de Moine AOP* mit einem hochgestellten Messer, was wesentlich mühsamer war und etwas Übung erforderte. Durch das Abdröhen zu hauchdünnen Rosetten wird die Oberfläche des Käseteigs vergrößert, so kommt mehr Fläche mit Luft in Berührung. Dadurch verändert sich die Struktur des Käseteigs und der feine, aromatische Geschmack kann sich voll entfalten. Unter einer Abdeckhaube im Kühlschrank aufbewahrt, speichern die Rosetten des *Tête de Moine AOP* die Feuchtigkeit und behalten ihr volles Aroma.

In welchen Sorten gibt es *Tête de Moine*?

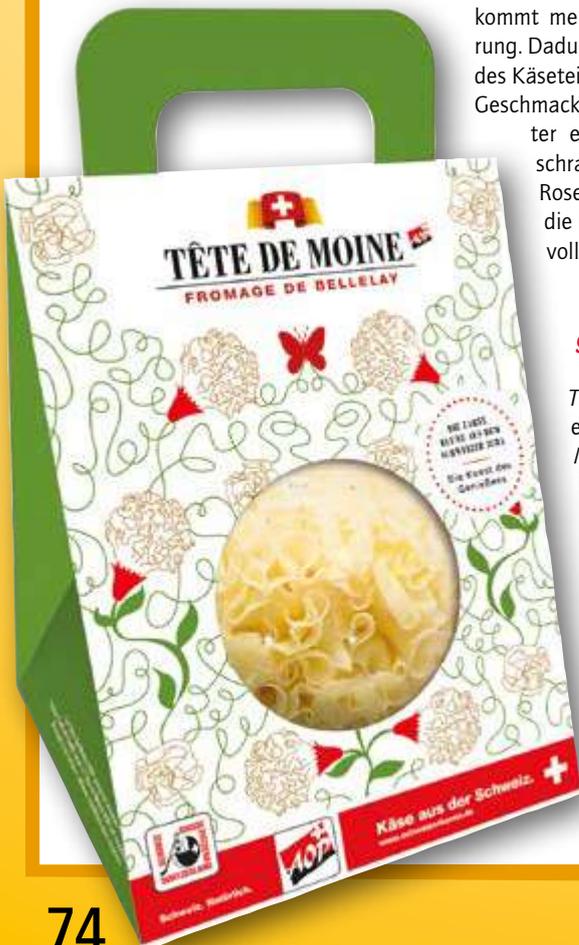
Tête de Moine AOP Classic ist etwa 75 Tage gereift. *Tête de Moine AOP Réserve* reift etwas länger, was ihm würzigere Aromen und einen feineren Teig verleiht. Nach über 4 Monaten Reifezeit darf er die Bezeichnung „Reserve“ tragen. Er ist in goldene Alufolie eingewickelt. Durch die längere Reifung hat er eine feste Konsistenz, so dass er sich optimal auf der *Girolle*[®] abschaben lässt. Ebenfalls vier Monate gereift ist *Tête de Moine AOP*



FERMIÈRE mit seiner feinen Textur und seinem blumig-würzigen Geschmack. Er ist ausschließlich im lokalen Verkauf auf dem Bauernhof erhältlich. *Tête de Moine AOP EXTRA* zeichnet sich durch seine geschmeidige Textur aus. Seinen reinen, würzig-aromatischen Geschmack verdankt er einer Reifezeit von mindestens sechs Monaten. *Tête de Moine AOP Bio* ist ein Schnittkäse aus tagesfrischer Schweizer Bio-Rohmilch, welche die strengen *Bio Suisse*-Richtlinien erfüllt, er reift ebenfalls 75 Tage. Außerdem ist die Schweizer Käsespezialität bereits in Schalen verpackt als Rosetten erhältlich.

Wie kommt *Tête de Moine* in den Handel?

Um den Abverkauf frisch gedrehter *Tête de Moine AOP*-Rosetten anzuregen, gibt es eine praktische Geschenktasche als exklusive Sonderaktion im Lebensmitteleinzelhandel. Mit einer 15er-Einheit werden etwa 3 Laibe *Tête de Moine AOP* zu je 800 bis 900 Gramm verkauft. Sie besteht aus 15 transparenten Kugeln zum Befüllen mit Käserosetten zu je 160 bis 200 Gramm und 15 Geschenktaschen mit Platz für eine Kugel. Die Kugeln können mehrfach verwendet werden und sind recyclingfähig. Darin enthalten ist außerdem eine Anleitung für die *Tête de Moine*-Geschenktasche. Hierfür werden mit der *Girolle*[®] zunächst die Käserosetten gedreht (ca. 9 Stück für jede Halbkugel, also insgesamt 18 Stück). Dann werden die Kugeln damit befüllt (jeweils 6 Käserosetten an der Basis und 3 oben). Anschließend werden die Geschenktaschen mit den Kugeln bestückt. In der attraktiven Geschenktasche ist *Tête de Moine AOP* immer ein willkommenes Mitbringsel.



lesen, weiterbilden, gewinnen

Kaufe Schweiz. Gewinne Schweiz!

Die neue Sonderaktion fördert den Abverkauf Ihres Schweizer Käsesortiments!

Verbraucher, die einen Schweizer Käse im SB-Regal, im Prepacking oder an der Käsetheke kaufen, haben die Chance, insgesamt 150 hochwertige Schweizer Preise zu gewinnen.

So einfach geht's:
Ihre Kunden laden den Kassenbon zu dem gekauften Schweizer Käse bis spätestens 15.05.2023 auf www.schweizerkaese.de hoch.

Mehr erfahren:



Aktionszeitraum: März/April 2023



Ordern Sie gleich Ihr Gratis-Aktionspaket!

Solange der Vorrat reicht.

Im Aktionspaket enthalten:

- 1 x Ellipsenaufsteller (280 x 260 mm)
- 1 x Tischaufsteller (220 x 200 mm)
- 10 x Schweizer Handfähnchen (à 100 x 100 mm)

Platzieren Sie die Werbemittel gut sichtbar an der Käsetheke oder in der Prepack-Truhe.

Bestellung des Aktionspakets und weitere Auskünfte:
Switzerland Cheese Marketing GmbH,
Bretonischer Ring 15, D-85630 Grasbrunn
Tel.: 0 81 06 / 89 87 0 | Fax: 0 81 06/89 87 10
info@schweizerkaese.de



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz.
www.schweizerkaese.de



Viola Henglein: „Eine zu der ein nationaler A für eine gute Aufstel



Philipp Hirt-Reger sprach mit Viola Henglein, über 25 Jahre als Prokuristin, und seit kurzem in der Geschäftsführung der Firma Henglein tätig.

fng: *Corona-Pandemie, hohe Inflation, explodierende Energiepreise – viele mittelständische Unternehmen haben unter diesen wirtschaftlichen Problemen stark gelitten, nicht wenige sind zusammengebrochen. Wie hat Henglein dieses gefährvolle Terrain bis heute gemeistert?*

Trend der schnellen, aber frischen Küche. Und so konnten wir auch von der Pandemie profitieren.

Die Ukraine-Krise führte bei uns zu massiven Kostenexplosionen, Rohstoffknappheit, Lieferausfällen und vieles mehr. Aktuell ist die Lage noch nicht überstanden.

»Das Feedback unserer Verbraucher stärkt uns in unserem Handeln und festigt unsere Marke«

fng: *Ihre Firma pflegt im Internet eine intensive Kommunikation mit den Konsumenten. Schöpfen Sie daraus wirtschaftliche Erfolge?*

Zur Person:

Viola Henglein hat die Lebensmitteltechniker Schule mit Abitur in Polen abgeschlossen. Mit 21 Jahren kam sie nach Deutschland und wollte ursprünglich nur ein Jahr bleiben, um die deutsche Sprache zu lernen. Nun, 30 Jahre später, ist die Mutter zweier erwachsener Söhne in die Geschäftsführung der Firma Henglein eingetreten.

Viola Henglein: Die Corona-Pandemie stellte eine große Herausforderung dar. Aufgrund der gesetzlichen Beschlüsse fehlten den Menschen die Verzehrmöglichkeiten. Der Gang ins Restaurant, Kantinen, Mensas wurden für eine gewisse Zeit unmöglich. Kochen in den eigenen vier Wänden wurde unvermeidbar und immer beliebter. Mit unseren Produkten, die wie selbstgemacht schmecken, profitieren wir von dem

Viola Henglein: Online forcieren wir unsere Markenauftritte über verschiedene Kanäle. Neben einem erfolgreichen Instagram-Auftritt kooperieren wir seit Jahren mit der Plattform *Chefkoch.de*. Mit zwei Millionen Seitenaufrufen im Jahr bekommen wir wichtige Einblicke in aktuelle Trends. Das Feedback unserer Verbraucher stärkt uns in unserem Handeln und festigt unsere Marke.

Vertriebsgemeinschaft, Außendienst gehört, sorgt für den Erfolg in den Märkten.“



fng: Henglein setzt auf Kreationen aus heimischen Kartoffeln. Manchmal – wie 2022 – fällt die Ernte nicht so gut aus. Wie lässt sich eine derartige Komplikation dann kompensieren?

Viola Henglein: Die regionale Kartoffel-Ernte fiel im letzten Jahr sehr schlecht aus. Trotz der Anbau-Verträge für Kartoffeln, die wir seit über 30 Jahren mit Landwirten in Bayern abschließen, war die Lage für uns kritisch. Durch das Kartoffeldefizit mussten wir zusätzliche Ware auf dem nationalen Markt einkaufen.

fng: Ihr Unternehmen hat eine Fülle von Produkten im Programm, Klöße und Knödelteige, Kartoffel-Nudeln und Kartoffel-Gnocchi, um nur einige aus dem umfangreichen Repertoire zu erwähnen – wie kommen all diese wunderbaren Kreationen in den Handel?

Viola Henglein: Mit unserem auffällig gestalteten Fuhrpark können wir einen Teil unseres Sortiments selbst bei unseren Kunden anliefern. Obendrein arbeiten wir eng mit einigen Kühllogistik-Firmen zusammen. Eine Vertriebsmannschaft, zu der ein national tätiger Außendienst gehört, sorgt für eine gute Aufstellung in den Märkten.

fng: Auf dem Lebensmittelsektor sind bei dem vielfältigen Angebot sowie den starken Ansprüchen und

den wechselnden Bedürfnissen der Konsumenten immer wieder Innovationen gefragt. Wie filtern Sie derlei Verbraucherwünsche heraus und wer realisiert in Ihrem Unternehmen Neuheiten?

» Den Fachkräftemangel versuchen wir durch ein engagiertes Personal-Recruiting zu beheben «

Viola Henglein: Bei Henglein werden verschiedene Wege der Produktentwicklung eingeschlagen. Wir sind in der Branche beheimatet, kennen uns gut aus und mein Mann hat ein sehr gutes Gespür für neue Trends. Dazu ist er auch technikaffin und so entscheiden wir uns immer wieder für neue Produkte.

fng: Sie bekleiden eine führende Position in Ihrem fränkischen Familienunternehmen. Was waren die entscheidenden Gründe für Sie, in die Chefetage von Henglein einzusteigen?

Viola Henglein: Seit über 25 Jahren bin ich in unserem Familienunternehmen als Prokuristin tätig. Schon immer hatte ich viele Aufgaben im Vertrieb. Für uns lag

es auf der Hand, dass ich als Nachfolgerin von Eckhard Voth antrete.

fng: Nun haben wir in Deutschland – aber auch anderswo – einen großen Mangel an Fachkräften, die auch in Ihrem Unternehmen sicherlich existenzsichernd sind. Wie meistern Sie diese schwierige Personallage?

Viola Henglein: In der Tat merken wir den Fachkräftemangel in allen Bereichen. Wir versuchen diesen Mangel durch ein engagiertes Personal-Recruiting zu beheben. So nehmen wir an Beruforientierungs- und Jobmessen teil, schalten Stellenanzeigen in Tageszeitungen und Online-Jobbörsen. Außerdem versuchen wir für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein attraktiver Arbeitgeber zu sein und bieten viele ansprechende Benefits, wie eine Firmen-Kantine, E-Bike-Leasing, Obst für alle Mitarbeiter in den Wintermonaten, Bus-Transfers, also eine umfangreiche Palette. Soeben entsteht ein neuer Fitnessraum für unsere Mitarbeiter, in dem wir zum Beispiel Rückenschule und auch Bodyfit-Kurse anbieten werden.



▷ Kontakt:

Hans Henglein & Sohn GmbH

Beerbachstr. 19
91183 Abenberg /
OT Wassermungenau

Info@henglein.de
www.henglein.de

Krabbeltierchen als

.....
 Würmer, Heuschrecken und Käfer kommen immer öfter auf den Speiseplan, als Ersatz für den Fleischverzehr. Denn sie gelten als sehr nahrhaft.

Dass Insekten für den Verzehr bestens geeignet sind, haben wissenschaftliche Untersuchungen und Erfahrungen aus Afrika und Asien belegt. Denn dort gehören sie in zahlreichen Ländern schon lange zur gewöhnlichen Küche.

.....



Es gab Zeiten, da schlummerten unsere Grundnahrungsmittel wie zum Beispiel Mehl in den Geschäften noch lose in Schubläden und wurden beim Einkauf mit Kellen in Tüten gepackt. So konnte es schon mal vorkommen, dass durch das weiße Pulver kleine Krabbeltierchen wühlten, Mehlwürmer. Nicht selten musste der Kammerjäger gerufen werden, um wieder einwandfreie hygienische Zustände zu schaffen. Mehlwürmer und andere Insekten galten als ziemlich ekelig. Doch heute ist das anders. Weltweit soll es schon zwei Milliarden Menschen geben, die sich regelmäßig mit Insekten sättigen.

Da ist es nicht verwunderlich, dass auch die *Europäische Union* diese Ernährungsalternative ernst nimmt. Erst kürzlich hat Brüssel die „*Archeta domesticus*“, die Hausgrille, die auch Heimchen genannt wird, offiziell als Nahrungsmittel benannt. Sie steht auf der Liste der neuartigen Produkte, die in unserer modernen Sprache als *Novel Food* bezeichnet werden. Auch die Larven des Getreideschimmelkäfers „*Alphitobius diaperinus*“ wurden in Brüssel als *Novel Food* eingestuft und können nun in Lebensmitteln verarbeitet werden.

Erstmals landete Mitte 2021 mit dem Gelben Mehlwurm ein Insekt in den Regalen europäischer Supermärkte. Die getrocknete Mehlkäferlarve „*Tenebrio molitor*“ wurde als sicheres Lebensmittel bewertet und darf seither gemahlen im Handel verkauft werden. Gleiches gilt für die Wanderheuschrecke „*Locusta migratoria*“. Sie zählt zu den größten Heuschrecken Europas und darf gefroren, getrocknet oder gemahlen in den Handel gebracht werden.

Viele Pluspunkte für Insekten als Nahrungsquelle

Weltweit gelten um die 2.100 Insektenarten als essbar. Weil sie nahrhaft, gut verträglich und offenbar auch schmackhaft sind, werden sie nun auch in der Europäischen Union zunehmend auf die Liste von *Novel Food* gesetzt. Sie tragen – so eine der Begründungen – zu einer nachhaltigen Ernährung bei, weil sie im Gegensatz zu einer aufwendigen Viehhaltung ziemlich ressourcenschonend gezüchtet werden können. Insekten sind reich an *Omega-3* und *Omega-6 Fettsäuren*, auch reich an Spurenelementen und Mineralstoffen

Nahrungsmittel



wie Magnesium und Phosphor. Einige Heuschrecken enthalten mehr als doppelt so viel Eiweiß wie Rinder- oder Hühnerfleisch. Als Proteinlieferanten übertreffen Insekten sogar Nüsse, Hülsenfrüchte und Getreide. Und ein weiterer wichtiger Pluspunkt, der für Insekten als Nahrungsquelle spricht: Sie verbrauchen deutlich weniger Treibhausgas-Emissionen als Nutztiere.

Kommen wir nochmal zum Heimchen, das nun durch EU-Erlass in Lebensmitteln verarbeitet werden darf. Die Grillen können fortan in Brot, und Brötchen, Keksen, Crackern, Fleisch- und Milchersatz, in Kartoffel-Erzeugnissen oder Schokolade enthalten sein. Derlei Produkte dürfen dann allerdings nicht mehr als vegan oder vegetarisch ausgezeichnet werden. Ferner muss die Grillenbeimischung auf der Zutatenliste angegeben werden, zum Beispiel als „Acheta domesticus“. Dies jedoch findet die Verbraucherzentrale Hamburg als unzureichend. Auf der Verpackung müsste gut verständlich für alle Kunden stehen „Kekse mit Insekten“ oder „Nudeln mit Insekten“. Das schaffe dann Klarheit. Zugleich weist die Verbraucherzentrale darauf hin, dass Lebensmittel mit Insektenanteil gegenwärtig noch absolute Nischenprodukte sind. Mitunter sind sie auch heikel. Denn wer allergisch auf Krebstiere, Hausstaubmilben oder Weichtiere reagiert, sollte die neuen Mixturen mit Insekten eher mit Vorsicht genießen.

Als großer Befürworter von Insekten für menschliche Nahrung erweist sich der Ministerpräsident von Baden-Württemberg, *Winfried Kretschmann* von den

Grünen. Würmer, Heuschrecken, Käfer und Grillen sollten nach seiner Meinung in Zukunft eine wesentliche Rolle bei der Lebensmittelversorgung unserer Gesellschaften einnehmen. Das sei ein vernünftiger und ökologisch sinnvoller Weg, für genügend Proteine zu sorgen. Er selbst, sagte er vor einigen Wochen auf einer politischen Veranstaltung, habe schon Insekten probiert. Aber welche es waren, daran könne er sich nicht mehr erinnern. Aber so viel weiß er noch: Sie hätten nicht schlecht geschmeckt.

Kurze Aufzucht und hochwertiges Protein

Sinnvoll sei es, sagte der Regierungschef, aus Insekten zunächst Tierfutter herzustellen. Doch was er offenbar nicht wusste: Das geschieht schon längst. Ein Unternehmen, das schon seit 2006 Insekten für die Ernährung von Tieren produziert, ist die Firma *Hermetia* in Brandenburg. Sie erzeugt Futtermittel vornehmlich aus der Schwarzen Soldatenfliege, der „*Hermetia illucens*“. Ihre Zucht verläuft unglaublich schnell. Schon nach zwei Wochen können die Larven geerntet werden. Das erspart aufwendige Ressourcen und ermöglicht es, innerhalb kürzester Zeit hochwertiges Protein zu erzeugen. Übrigens: Wir essen ja ohnehin ständig indirekt Insekten. Freilaufende Hühner zum Beispiel picken die kleinen Tierchen mit ihrem großen Proteinanteil auf, und wir Verbraucher lassen uns dann später – sofern wir keine Veganer oder Vegetarier sind – das Hähnchen schmecken. Insekten sind – nebenbei bemerkt – aus den gleichen Molekülen zusammengesetzt wie Gemüse, Milch oder Tierfleisch.

Es ist nicht überraschend, dass manche Medien vornehmlich im Boulevardbereich die jüngste Entscheidung der EU, weitere Insektenarten in Lebensmitteln zu erlauben, zu barschen Überschriften verleitete. Ein großes Blatt schrieb: „Eklig aber wahr: Das neue

made in Germany krabbelt.“ Und der Brüsseler Beschluss war ein gefundenes Fressen für EU-Gegner in den Social Media. Kommentare wie „Insektenverschwörung der EU“ oder „Die EU mischt heimlich Insektenpulver in den Kuchenteig“ sind nur einige Kommentare. Und der bayerische Wirtschaftsminister *Hubert Aiwanger* von den *Freien Wählern*, der mit fragwürdigen Äußerungen immer wieder mal ins Gerede kommt, postulierte: „Wir haben es satt, dass Fleischverzehr kritisiert wird, aber Insekten ins Essen sollen.“

Solche Einwände sind natürlich Populismus. Denn kein Insekt findet sich in unseren Lebensmitteln als ganzes Tier, sondern allenfalls in Form einer zusätzlichen Energiequelle wie im Mehl etwa, was auf den Produkten laut Verordnung ja ausgewiesen werden muss. Und die EU-Kommission hat deutlich betont: Niemand wird gezwungen, Insekten zu essen“. Wer nicht möchte, muss derlei Produkte nicht kaufen. Aber ausgeschlossen ist es nicht, dass sich Insekten als nahrhafte Ernährungsquelle in den kommenden Jahren angesichts des Klimawandels mit all seinen dramatischen Auswirkungen, der wachsenden Kritik an der Fleischproduktion und dem steigenden Gesundheitsbewusstsein in unserer Gesellschaft mehr und mehr durchsetzen.



Das Beste

Kalbfleisch ist gesund und lecker. Es gehört zu den feinsten Fleischarten und ist ein Premiumprodukt in der gehobenen Küche. Hochwertiges Kalbfleisch erkennt man an seiner hellen bis rosa Farbe, es ist besonders mager, zart und saftig, feinfaserig und leicht verdaulich. Es ist reich an hochwertigem Eiweiß und versorgt den Körper mit vielen wertvollen Inhaltsstoffen und zahlreichen B-Vitaminen.



Ob Filet, Rücken, Keule oder Hüfte – ein Kalb liefert verschiedene Fleischsorten mit vielseitigen Zubereitungsmöglichkeiten in der Pfanne, im Backofen oder auf dem Grill. Für eine hohe Fleischqualität spielt schließlich auch die Art der Tierhaltung eine entscheidende Rolle. Die Produkte der Kontrollgemeinschaft Deutsches Kalbfleisch KDK stehen für Qualität und unbeschwertem Genuss.

Qualität und Transparenz

Aktuell wird in Deutschland viel Kalbfleisch aus dem Ausland importiert, dabei ist für den Verbraucher nicht immer ersichtlich, woher die Kälber stammen oder wie sie gehalten wurden. Die Kontrollgemeinschaft Deutsches Kalbfleisch KDK steht für sichere Lebensmittel sowie für Fleischqualität nach hohen Tierwohl- und Erzeugungsstandards, die über die gesetzlichen Regelungen hinausgehen. Die Kälber werden in artgerechter Tierhaltung aufgezogen.

Alle Produktionsschritte erfolgen unter strengen Kontrollen. Derzeit gehören der KDK etwa 360 Betriebe an. Mit der Teilnahme an diesem Kontrollprogramm verpflichten sich die Erzeuger zur Umsetzung der hohen Tierwohlstandards, damit heben sie sich deutlich gegen importierte Produkte aus Kalbfleisch ab. Das Prüfsiegel des KDK garantiert die hohe Qualität des Kalbfleisches.

Für eine hohe Fleischqualität spielt schließlich auch die Art der Tierhaltung eine entscheidende Rolle.

Einer dieser Mitgliedsbetriebe ist der Mehrgenerationenhof von Stephan Wessler in Vreden. Der Landwirt aus Nordrhein-Westfalen hat auf Kälbermast umgestellt, um mit Kalbfleisch aus Deutschland nach hohen Tierwohl- und Qualitätsstandards eine Nische zu besetzen. Durch die Mitgliedschaft in der KDK verpflichtet sich der Landwirt dazu, engmaschige und zum Teil unangekündigte Kontrollen in seinem

Betrieb durchführen zu lassen. Daneben bewirtschaftet er 70 Hektar Ackerland mit Getreide, Mais und Zuckerrüben und betreibt eine Hühneraufzucht sowie eine Photovoltaik-Anlage.

vom Kalb



Hell, sauber und viel Platz

Die Umsetzung dieser hohen Tierwohlstandards bedeutet auch für die Kälberzucht von Stephan Wesseler einen gewissen Mehraufwand, den er jedoch gerne eingeht. „Für mich als Erzeuger ist es sehr wichtig, dass es den Tieren gut geht“, sagt der Münsterländer. „Bei Mitgliedsbetrieben der Kontrollgemeinschaft Deutsches Kalbfleisch kann der Verbraucher sicher sein, dass das Kalbfleisch aus Betrieben stammt, die hinter ihren Tieren stehen und ein super Produkt erzeugen,“ ergänzt Stephan Wesseler. Seine Kälber befinden sich in einem hellen, geräumigen und saubereren Stall, sie stehen auf einer weichen Unterlage, auf der sie sich wohl fühlen. Die Tiere wirken ruhig und zufrieden. Wichtig für das Wohlbefinden sowie für eine optimale Stallhygiene sind auch die Scheuerbürsten, mit denen sich die Kälber bei Bedarf das Fell bürsten und sich massieren lassen können. Mehrmals am Tag bekommen die Tiere Milch und eine Portion Raufutter, ein trockenes Gemisch aus gehäckseltem Weizenstroh und Maisflocken.



Es steht für Nachhaltigkeit, Regionalität, Tierwohl und Transparenz. Dabei kann jedes Produkt stufenübergreifend zurückverfolgt werden



Mehrdimensionale Kälbermast

Für mehr Qualität in der Produktion von Kalbfleisch sorgt außerdem das 5D-Prinzip. Es steht für Nachhaltigkeit, Regionalität, Tierwohl und Transparenz. Dabei kann jedes Produkt stufenübergreifend zurückverfolgt werden. Das 5D-Prinzip bedeutet, dass sämtliche Produktionsschritte unter strenger Kontrolle in Deutschland erfolgen: von der Geburt, Aufzucht über die Schlachtung und Zerlegung bis hin zur Verarbeitung. Die kurzen Wege zwischen den Mitgliedsbetrieben vermeiden Stress für die Tiere. Die Schlachtung und Weiterverarbeitung finden in spezialisierten Unternehmen im näheren Umkreis statt, die ausschließlich KDK-Fleisch zu hochwertigen Produkten verarbeiten. So stellen Landwirte, die nach dem 5D-Prinzip arbeiten, gemeinsam mit der KDK sicher, dass der Zustand der Kälber von ihrer Geburt bis zur Schlachtung lückenlos dokumentiert wird. Über diese Daten können einzelne Chargen auch nach der Weiterverarbeitung und bis hin zum Verkauf des Fleisches zurückverfolgt werden. So lässt sich ein besonderes Stück Fleisch mit gutem Gewissen genießen.

Top Qualität – Auszeichnung für Peterstaler Mineralquellen



PETERSTALER
MINERALQUELLEN
Mit einer Auszeichnung startete der Schwarzwälder Mineralbrunnen PETERSTALER MINERALQUELLEN ins neue Jahr 2023. Mit 97,06 von 100 möglichen Punkten und der Erreichung des „höheren Niveau“ erzielte PETERSTALER bei einer Zertifizierung des Mineralbrunnens nach IFS Food zum wiederholten Mal in Folge die höchste Qualitätsstufe.

Die IFS-Zertifizierung, für den Mineralbrunnen ein wichtiges Instrument zur Qualitätskontrolle und laufenden Weiterentwicklung der Prozesse, erfolgt nach den strengsten Vorgaben der Lebensmittelindustrie. „Für uns ein wichtiges Instrument zur Qualitätskontrolle und laufenden Weiterentwicklung der Prozesse“, so PETERSTALER Geschäftsführer Klaus Bähr. Und ein Ansporn zugleich, „schließlich will PETERSTALER auch bei der Zertifizierung im nächsten Jahr wieder die höchste Stufe erreichen“, so Bähr.

Dass sie ganz vorne in der Liga der Mineralwässer mitmischen beweist „Black Forest“, das stille Mineralwasser aus dem Schwarzwald, das inzwischen zu den beliebtesten stillen Mineralwässern in Deutschland gehört, wie das Unternehmen wissen ließ. So konnte die Marke *Black Forest* aus dem Haus PETERSTALER seine Marktposition unter den führenden stillen Mineralwässern in Deutschland im vergangenen Jahr erfolgreich weiter ausbauen und liegt, gemessen am Umsatz, im nationalen Ranking auf Platz fünf unter den 200 stillen Mineralwässern.

Black Forest unter den TOP 5 in Deutschland

Auch in der Herkunftsregion Baden-Württemberg liegt *Black Forest Still* bereits auf Platz zwei der stillen Mineralwässer und kommt auf einen Marktanteil von jetzt 12,6 Prozent. Die positive Entwicklung wird, so PETERSTALER Geschäftsführer Klaus Bähr, besonders durch die hohe Nachfrage der Marke in Glasflaschen sowie vom Neukundengeschäft in ganz Deutschland getragen. Die hohe Qualität des Wassers aus dem Schwarzwald belegen auch immer wieder Test-Ergebnisse, wie zuletzt die Note 1,7 von Stiftung Warentest im Jahr 2021 für die 1,0 Liter PET-Flasche oder im Vorjahr gleich zweimal die Note „sehr gut“ von Öko-Test für *Black Forest Still* und feinperlend in den 0,7 Liter-Glasflaschen.

Was ist es, was dieses einzigartige Naturprodukt Mineralwasser so wertvoll macht? Ein Produkt, das – wie kaum ein anderes – so wertvoll für Mensch und Natur ist. 1911 wurde mit den sogenannten Bad Nauheimer Beschlüssen, dem Ursprung der heutigen Mineral- und Tafelwasserverordnung (MTVO) festgelegt, was das Wasser aus der Tiefe so einzigartig macht. Nur unverfälschte Wässer von ursprünglicher Reinheit und mit konstanter Zusammensetzung an Mineralstoffen dürfen seitdem das Prädikat „natürliches Mineralwasser“ tragen – und sind damit ein Garant für höchstmögliche Qualität. So wie das PETERSTALER *Black Forest Still*, ganz ohne Kohlensäure, besonders sanft im Geschmack und mit wertvollen Mineralien und Spurenelementen versehen. Ursprung für das Wasser sind die unterirdischen, vor Verunreinigungen geschützten Wasservorkommen der *Hansjakobquelle* in Bad Rip-

poldsau im Schwarzwald. Ein Wasser, das nicht nur gesundheitsbewusste Menschen zu schätzen wissen, sondern auch solche, die ein sanftes Mineralwasser bevorzugen. Darüber hinaus wird *Black Forest Still* von PETERSTALER für eine salzarme Ernährung empfohlen, ebenso wie für die Zubereitung von Babyernährung.

Neu: Jahrestag für ein einzigartiges Naturprodukt

Als im Oktober 2022 die Deutsche Mineralwasser-Branchen erstmals den Tag des Mineralwassers feierte, hat *Black Forest* das einzigartige Naturprodukt in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit gerückt. Unter dem Motto: 111 Jahre ursprüngliche Reinheit und geschützte Qualität von natürlichem Mineralwasser. Schirmherrin des Aktionstages war übrigens *Malaika Mihambo*, Weltmeisterin und Olympiasiegerin im Weitsprung, erste Mineralwasserbotschafterin in Deutschland. Für die Ausnahmeathletin ist eine ausgewogene Ernährung und richtiges Trinken genauso wichtig wie ein ausgeklügelter Trainingsplan. Mineralwasser ist dabei für sie unverzichtbar, im Training und bei den Wettkämpfen ebenso wie im Alltag.



Die ganze Kaffeewelt in einer Kapsel

NESCAFÉ Drei neue Sorten von NESCAFÉ bieten vollen Kaffeegeschmack auch ohne Koffein oder Zucker. Ab sofort gibt es NESCAFÉ *Dolce Gusto* in zwei koffeinfreien Varianten für Kaffeegenuss zu jeder Tageszeit. Der neue *Café au Lait Décaféiné* ist ein vollwertiger, feiner und entkoffeinierter Milchkaffee, er ist ausgewogen im Geschmack und vereint Kaffee aus mild gerösteten Robusta-Bohnen und Milch in einer Kapsel. Der neue *Dallmayr prodomo entkoffeinert* ergänzt das Sortiment. Die Mischung aus feinen Arabica-Hochlandbohnen, die schonend entkoffeinert, veredelt und per Vollaromastückung vollendet werden, bietet einen harmonischen Geschmack. Damit präsentiert NESCAFÉ verschiedene klassische Filterkaffee-Spezialitäten des bekannten Anbieters als entkoffeinerte Kaffeekapsel in fünf verschiedenen Sorten. Mit NESCAFÉ *Dolce Gusto Cappuccino fettarm & ungesüßt* bietet NESCAFÉ nun eine der beliebtesten Sorten mit einer alternativen Rezeptur und sorgt für vollen Kaffeegenuss ohne Zuckerzusatz. Der intensive Espresso, eine Mischung aus kolumbianischen, äthiopischen und brasilianischen Arabica-Kaffeebohnen, wird kombiniert mit einer cremigen Schicht fettarmer Milch. Alle drei neue Varianten enthalten 16 Kapseln und sind für 5,49 Euro (UVP) im Handel sowie im NESCAFÉ Webshop erhältlich.



Sonnengeriffte Birne trifft Bergamotte

LAUX Inspiriert von authentischen Rezepturen, verschiedenen Kulturen und von aktuellen Trends, kreiert LAUX, der Spezialist für Feinkost und Spirituosen, immer wieder überraschende Geschmackserlebnisse für den verwöhnten Gaumen. Neu im Sortiment sind drei aromatische Likörspezialitäten. Ob als Abschluss eines feinen Menüs, zum Verfeinern von Desserts, im Kaffee oder einfach so – die neuen feinen Liköre von LAUX bieten mit ihren außergewöhnlichen Aromen besondere Genussmomente für jede Gelegenheit.

Manufaktur für guten Geschmack

Als kleines Familienunternehmen hat LAUX im Jahr 1990 mit einer eigenen Manufaktur angefangen und seine Produkte und Rezepturen über Jahrzehnte kontinuierlich weiterentwickelt. Heute gehört LAUX zu den bedeutenden Premium-Produzenten und Anbietern von heimischen und internationalen Feinkostprodukten in Deutschland und bietet exklusive Gourmetartikel und Delikatessen für die gehobene Küche. Mit einer ausgeprägten Leidenschaft für gutes Essen und feine Getränke hat sich die innovative Lebensmittelmanufaktur auf die Produktion und den Vertrieb von Feinkost und Spirituosen in authentischer Qualität spezialisiert, die traditionell aus einer bestimmten Region stammen und/oder besonderes handwerkliches Geschick erfordern. Die meisten Produkte werden selbst aus ausgewählten, zum Teil regionalen Rohstoffen von kleinen Familienbetrieben in Handarbeit nach eigens entwickelten Rezepturen schonend verarbeitet. Das macht jedes Produkt einzigartig. Mit mehr als 30 Jahren Erfahrung kreiert LAUX immer wieder neue Geschmackserlebnisse und bietet durch die Verwendung natürlicher Aromen puren Genuss. In der hauseigenen Manufaktur entstehen handgemachte Feinkost und einzigartige Gourmet-Spezialitäten mit fruchtigen Noten und feinen Aromen. Im Sortiment befinden sich mehr als 1000 authentische Feinkost- und Spirituosen-Produkte, die größtenteils aus der eigenen Produktion in Föhren bei Trier stammen. Zum Angebot der Marke LAUX gehören neben Feinkost auch feine Essigspezialitäten, hochwertiges Öl, Gewürze und Gewürzmischungen, Saucen, Senf und Dips sowie edle Premium-Spirituosen und abwechslungsreiche Liköre.

Prickelnde Perlen im neuen Design

HENKELL Nur für kurze Zeit kehrt die limitierte *Henkell Trocken Gold-Edition* im neuen Design in den Handel zurück. Die außergewöhnliche Marmor-Optik der Flasche entstand in Anlehnung an den Henkell Marmorsaal im Rokoko-Stil im Stammhaus in Wiesbaden. Das goldene Design steht für kultivierten Sektgenuss und spiegelt die zeitlose Eleganz von *Henkell-Sekt* wider. Mit ihren fein abgestimmten Noten von grünem Apfel, Banane und Zitrusfrucht bietet die Gold-Edition ein rundes, harmonisches Geschmackserlebnis für prickelnde Momente. Der trockene, voll ausgereifte Sekt verdankt seinen besonderen Geschmack einem *Premiumcuvée* vier hochwertiger Weine aus ausgesuchten Rebsorten. *Henkell Trocken* moussiert feinperlig und lange im Glas. Er überzeugt außerdem aufgrund seines aufgewogenen Süße- und Säurespiels sowie seines mittelkräftigen Körpers und des anhaltenden Abgangs. Unabhängig von der Gold-Edition gibt es beim Kauf von zwei *Henkell-Sekt* in der 0,75-Liter-Flasche einen goldenen Sektverschluss als limitierte Zugabe gratis dazu. Praktisch verschlossen mit diesem edlen Accessoire, prickelt *Henkell Trocken* mit seinem frischen und fruchtigen Bukett noch länger.





Handgemacht und liebevoll abgefüllt

Die Likörspezialitäten von LAUX werden aus hochwertigen, aromatischen Zutaten von erfahrenen Destillateurmeistern unter strengen Qualitätsvorgaben sorgfältig hergestellt. In den Kesseln der LAUX-Manufaktur an der Mosel entstehen aus traditionellen Rezepturen feine Liköre mit charakteristischem Duft in vielen verschiedenen Geschmacksrichtungen: mit Früchten, Kräutern, Nüssen, Kakao oder Kaffee, mit und ohne Sahne. Allen gemeinsam ist der typische Zuckergehalt von mindestens 100 Gramm pro Liter. Zusammen mit einem Alkoholgehalt von durchschnittlich 15 bis 35 % Vol. schmecken die LAUX-Liköre angenehm süß und weich. Das breite Spirituosen-sortiment bietet eine Auswahl von mehr als 50 aromatischen Likören, darunter auch Klassiker wie frische Fruchtliköre oder Nussliköre sowie kräftige Kräuterliköre und Kräuterhalbbit-ter, aber auch spannende Neuheiten, wie beispielsweise ein Popcorn-Likör. Im Sommer erfrischen die Aromen süßer Beeren, z.B. Erdbeere, Kirsch oder Himbeere, sowie feinfruchtiger Limoncello und Orangenlikör als leicht gekühlter Aperitif. Ein weiteres Highlight ist außerdem der Pfefferminzlikör - neuerdings auch mit Schoko-Minz-Geschmack. Ausgefallene Sorten wie Hanf, Ingwer- oder Rosenlikör ergänzen das Sortiment. Die optimale Trinktemperatur eines Likörs liegt bei 18 °C. Die süßen Spirituosen lassen sich aber auch leicht gekühlt zu Espresso genießen, sie passen ebenso zu Desserts und Eis und bereichern sahnige Cocktails. Die beliebtesten LAUX-Liköre wurden im Jahr 2022 mit 17 DLG-Gold-Medaillen ausgezeichnet.



Sämtliche Likörspezialitäten von LAUX werden ohne Geschmacksverstärker hergestellt. Natürliche Aromen aus echten, sonnengereiften Früchten oder Kräutern bieten authentischen Geschmack. Die beliebtesten Premium-Liköre sind auch im Geschenkset mit fünf verschiedene Sorten in Probiergrößen zu je 40 ml erhältlich - ideal für alle Likör-Liebhaber und Anlässe wie Weihnachten, Geburtstag, Jahrestage sowie als Mitbringsel. Oder man macht sich selbst ein Geschenk. LAUX vertreibt seine exklusiven Feinkostartikel über den Fachhandel sowie über den LAUX DELI Onlineshop.



Premium-Liköre mit neuer Strategie

JÄGERMEISTER Seit der Erfindung des Jägermeisters vor über 80 Jahren hat sich das Rezept nicht verändert und seine Beliebtheit ist ungebrochen. War das dunkle Elixier anfangs vor allem ein Getränk, mit dem Jäger auf ihre Jagderfolge anstießen, so ist es inzwischen seit Generationen ein Kultgetränk und darf auf keiner Party fehlen. Seine markante Flasche mit ihren breiten Schultern und dem kurzen Hals ist in Bars und Clubs auf der ganzen Welt nicht zu übersehen. Schon von Weitem ist die dunkelgrüne, eckige Flasche mit dem legendären Hubertushirsch erkennbar.

Der Meister hinter dem Jägermeister

Erfinder des Jägermeisters ist *Curt Mast*, schon als Kind hilft er im Geschäft seines Vaters, dem Essigfabrikanten *Wilhelm Mast*, in Wolfenbüttel aus. Fasziniert von der Herstellung von Spirituosen und Likören, übernimmt *Curt Mast* einige Jahre später die Essigfabrikation und den Weinhandel seines Vaters. Lange tüftelte er an verschiedenen Mixturen und verkaufte in seinem kleinen Laden nebenbei Liköre mit Namen wie „Brennende Liebe“. Um ein zweites Standbein für den elterlichen Betrieb zu schaffen, experimentierte, testete und verfeinerte er bei der Produktion von Spirituosen. Nach und nach wurden diese zu einem immer wichtigeren Geschäftszweig des kleinen Unternehmens, bis er 1934 schließlich die perfekte Rezeptur für eine Spirituose fand, die sich zum weltgrößten Kräuterlikör entwickeln sollte: dem *Jägermeister*. Diesen Kräuterlikör mit einem Alkoholgehalt von 35 % Vol. entwickelte *Curt Mast* zunächst für seine Jagd-Kompagnons. Hierfür suchte er eine besondere Flasche, die



hochwertig, aber auch stabil sein sollte. Seine Wahl fiel auf die berühmte tiefgrüne Jägermeister-Flasche. Das jägergrüne Glas ist für die meisten UV-Strahlen undurchlässig und schützt so den wertvollen Inhalt. Die seitliche Prägung im Glas verhindert gleichzeitig, dass die Flasche aus der Hand rutschen kann. Für die geheime Rezeptur werden noch heute 56 verschiedene Kräuter, Blüten, Wurzeln und Früchte aus aller Welt verwendet, darunter auch Sternanis, Zimt und Ingwer. Die getrockneten Pflanzen werden in ihrer ursprünglichen und unverarbeiteten Form verwendet. Diese werden zu vier verschiedenen Mazeraten (Ansätzen) verarbeitet und anschließend zum Kräuterlikör vereint. Insgesamt werden 383 Qualitätsüberprüfungen durchgeführt, bevor er in Flaschen abgefüllt wird.

Mutige Neuinterpretation

Das Original blieb bis heute unverändert und noch immer wird der *Jägermeister* in Wolfenbüttel hergestellt. Weitere Varianten des berühmten Kräuterlikörs, die auf dem ursprünglichen Rezept von vor 80 Jahren basieren, kamen hinzu, wie beispielsweise *Jägermeister Scharf* mit intensivem Ingwergeschmack sowie *Jägermeister Cold Brew Coffee*, eine Verbindung aus originalem *Jägermeister* und „cold brewed coffee“. Hier vereinen sich die natürlichen Aromen des Kräuterlikörs mit einer reichhaltigen Kaffeernote und einem Hauch Schokolade. Er hat einen Alkoholgehalt von 33 % Vol. und richtet sich sowohl an alle Shot- und Markenfans, als auch an Kaffee- und Schokoladenliebhaber. Damit die *Fair Trade*-Kaffeebohnen zu einem hochwertigen „cold brewed coffee“ werden, hat Jägermeister ein eigenes Produktionsverfahren entwickelt, bei dem der Kaffee in einer speziell dafür gefertigten Extraktionsanlage mit klarem, kaltem Wasser gelöst wird. Das gewonnene Extrakt wird mit Alkohol stabilisiert und mit dem gelösten Kakao vermischt.

Jägermeister MANIFEST heißt eine weitere Premiumversion des traditionsreichen Kräuterlikörs, der vor allem Genussrinker ansprechen soll, die bewusst auf Markenprodukte setzen. Grundlage ist das überlieferte Jägermeister-Rezept, das weiter veredelt wurde. Auch die Gewichtung der Zutaten wurde verändert. Mit einem Alkoholgehalt von 38 % Vol. hat MANIFEST mehr Umdrehungen als der normale *Jägermeister*. Auf Basis des Original-Elixiers mit 56+ ausgesuchten Kräutern und der Lagerung von etwa 12 Monaten wurde eine neue Methode entwickelt, um Aromen zu extrahieren und auszubalancieren. Diese Grundlage wird für *Jägermeister* MANIFEST um ein Weizenfeindestillat erweitert. Dadurch entsteht eine charakterbildende Basisspirituose, die für weitere 15 Monate in kleinen, getoasteten Eichenfässern zur Aromatisierung lagert. Diese Lagerung verleiht dem *Jägermeister* MANIFEST seinen unverwechselbaren Geschmack mit einer vanillegeprägten Holzlagernote und Rauchnuancen. Das Ergebnis ist der erste Superpremium-Kräuterlikör mit



einem komplexeren, anders gereiften, vollmundigen Aroma. Das Besondere an *Jägermeister* MANIFEST ist sein fünftes Mazerat, wodurch etwa zweieinhalb mal so viele Kräuter und weitere pflanzliche Inhaltsstoffe zum Einsatz kommen. Mit der verfeinerten, aufwendigeren Aromaextraktion in fünf statt in vier Durchläufen und der doppelten Reifung im kleinen und großen Eichenfass haben die *Jägermeister*-Destillateure erneut ein echtes Original geschaffen mit einem Geschmack, der außergewöhnlich und zugleich vertraut ist. Am besten wird er eiskalt bei -18°C getrunken. Der Premium-Kräuterlikör wird in Flaschen mit einem neuen, edleren Design abgefüllt. Die ursprüngliche Flaschenform erscheint nun in einem hochwertigen Körper aus hellem Glas mit kräftigerem Boden.

.....

Mit Tradition in die Zukunft

BRAUEREI GOLD OCHSEN Die *Brauerei Gold Ochsen* steht als Inbegriff für Ulmer Tradition und kann als eines der ältesten Unternehmen der Donaustadt auf eine ebenso dynamische wie erfolgreiche Entwicklung zurückblicken. Noch heute wird die jahrhundertealte Tradition von "Ulms flüssigem Gold" gelebt und zum Teil neu interpretiert. Das Sortiment reicht von feinherben Pils über naturtrübe Kellerbiere bis zu prickelnden Weizenbieren. Im vergangenen Jahr feierte die Brauerei ihr 425-jähriges Jubiläum.

Die Geschichte beginnt im Jahr 1597, als die „Brauerei zum Goldenen Ochsen“ erstmals in einer Ulmer Chronik erwähnt wird. Gegründet wurde sie vom Wirt *Gabriel Mayer* in der Herdbruckerstraße in Ulm. Seit über über 150 Jahren befindet sich





das Unternehmen in Familienbesitz. 1867 erwirbt *Johann Michael Leibinger* das gesamte Anwesen und sämtliches Inventar der Brauerei für 130.000 Gulden für seine beiden Söhne, den Kaufmann *Paul* und den Bierbrauer *August*. Deren Vision von einer Großbrauerei nimmt bereits 10 Jahre später konkrete Züge an. Um der hohen Nachfrage gerecht zu werden, zieht die Brauerei 1897 in den Veitsbrunnenweg, noch heute der Standort der Brauerei. Am neuen Stammsitz wird ein Sudhaus mit einer Braukapazität von 66.000 Hektolitern errichtet, das für die damalige Zeit neue Maßstäbe setzt. Viele der Technologien, wie die brauereieigene Kühlmaschine sind so modern, dass sie bis ins neue Jahrtausend hinein eingesetzt werden konnten. Um 1900 gibt es in Ulm noch 20 Brauereien, die größte davon ist *Gold Ochsen*. 1907 wird das erste Lagerbier der Brauerei abgefüllt. 1930 steigt *August Leibinger III* in das Unternehmen ein und übernimmt 10 Jahre danach die Geschäftsführung. Er setzt die Modernisierung fort und sorgt für den Aufschwung nach den Kriegsjahren, in denen die Brauerei durch Bombenangriffe in Schutt und Asche gefallen war. 1960 wird die *Ulmer Getränke Vertrieb GmbH* als "alkoholfreie" Tochtergesellschaft gegründet. Und 1987 startet die Produktion des *Gold Ochsen Original alkoholfrei*. Damit gehört die Ulmer Brauerei zu den Pionieren bei der Herstellung und dem Vertrieb alkoholfreier Biere.

Seit 1991 leitet *Ulrike Freund*, geborene *Leibinger*, die Brauerei sowie die *Ulmer Getränke Vertrieb GmbH*. In den vergangenen 30 Jahren wurde der Standort erweitert und in neueste Technik investiert. So wurde unter anderem das Sudhaus komplett modernisiert, ein neuer Reifekeller und eine neue, ressourcenschonende Bier-Filtrationslinie eingerichtet sowie eine neue Abfüllanlage für Bier und alkoholfreie Getränke in Betrieb genommen. Nicht nur die Produktion, auch das



Sortiment wurde kontinuierlich um neue Produkte und Biersorten ergänzt. Heute werden ca. 600.000 Hektoliter Bier und alkoholfreie Getränke pro Jahr produziert.

Beste Rohstoffe aus der Region

Ausgewählte Zutaten, die Kunst des Brauens und eine lange Reifephase verleihen den Bieren der *Brauerei Gold Ochsen* ihren unverwechselbaren Geschmack, weshalb diese schon bald als „Ulms flüssiges Gold“ bezeichnet wurden. Nach wie vor wird das Bier nur mit hochwertigen Rohstoffen aus der Region gebraut, und zwar noch immer nach dem Reinheitsgebot von 1516, wonach nur Wasser, Braumalz, Hopfen und Hefe verwendet werden dürfen. Das Malz kommt aus kontrolliertem Anbau, die Hefe aus der eigenen Reinzucht und der Aromahopfen aus dem Tettninger Anbaubiet. Das Wasser stammt aus dem firmeneigener Brunnen in 234 Metern Tiefe, dem sogenannten Veitsbrunnen, der sich unter dem Brauereigelände befindet. So kommt bestes Quellwasser von der schwäbischen Alb direkt in die Brauerei. Durch die Verwendung hochwertigen Brauwassers aus dem eigenen Brunnen kann eine konstante Qualität der Biere erreicht werden. Die Biere haben viel Zeit bei der Reifung, der natürliche Reifungsprozess wird nicht durch Druck oder Wärme beschleunigt. So kann sich der feine Geschmack vollständig entfalten und viele wertvolle Mineralstoffe und Vitamine bleiben dadurch erhalten.

Für die gleichbleibende Qualität ihrer Biere setzt die *Brauerei Gold Ochsen* auf die Kombination aus konventioneller Braukunst, langjähriger Erfahrung, bewährten Rezepturen, ausgesuchten regionalen Zutaten und moderner Brautechnik. Die Biere der Ulmer Brauerei sind über die regionalen Grenzen hinaus bekannt und werden auch international ausgezeichnet: Das *Gold Ochsen Kristallweizen* wurde bereits mehrfach beim „World Beer Cup“ prämiert, zuletzt konnte sich die Ulmer Traditionsbrauerei 2018 in der Kategorie „German-Style Pale Wheat Ale“ gegenüber 43 weiteren eingereichten Bieren durchsetzen und den „Silver Award“ für sich gewinnen. 2014 erhielt das *Kristallweizen* sogar „Gold“ als höchste Auszeichnung.

Trendige Bierspezialitäten

Insgesamt 20 Biersorten für jeden Anlass umfasst das umfangreiche Sortiment der *Brauerei Gold Ochsen*. Zu den Klassikern gehören zum Beispiel das *Gold Ochsen Original* mit einem weichen Malzkörper und einer angenehmen Hopfenbittere, das feinerbe *Gold Ochsen Pils*, das unfiltrierte *Kellerbier naturtrüb* und *Kellerbier dunkel*, das würzige *Gold Ochsen Special* sowie das untergärige, feingehopfte *Ulmer Hell*, das bereits bis in die 60er Jahre angeboten wurde und 2019 schließlich eine Neuauflage erlebte. Mit diesem Bier wurde ein altes Rezept zu neuem Leben erweckt und das Flaschenetikett im Retro-Look modern interpretiert. Es wird nach einer hauseigenen Rezeptur und traditioneller Handwerkskunst gebraut, hat einen ausgewogenen Geschmack, eine hellgoldene Farbe und einen feinporigen, stabilen Schaum.



Die klare Nr.1 im Heilwasser-Markt.



- **56,6 %** Marktanteil Wert
- **50,6 %** Marktanteil Menge

Quelle: NielsenIQ, LEH+GAM+DM, Januar-Juli 2022

**STAATL.
FACHINGEN**

Das Wasser. Seit 1742.

 **Klimaneutral**
Unternehmen
ClimatePartner.com/14828-2012-1001



54 %
Wachstumsplus
seit 2013.*

Anwendungsgebiete: Staatl. Fachingen STILL regt die Funktion von Magen und Darm an, fördert die Verdauung und hilft bei Sodbrennen. Es fördert die Harnausscheidung bei Harnwegserkrankungen, beugt Harnsäure- und Calciumoxalatsteinen vor und unterstützt die Behandlung chronischer Harnwegsinfektionen. Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie das Etikett und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. Stand der Information: 01/2013. **Fachingen Heil- und Mineralbrunnen GmbH · Brunnenstraße 11 · 65626 Fachingen · www.fachingen.de**

*Quelle: Ex-Factory-Absatz 2013-2021



+++ Aktuelle Mitteilungen des Lebensmittelverband e.V. +++



Am 24. Januar 2023 wurden die Hausgrille und der Getreideschimmelkäfer als neuartige Lebensmittel für den menschlichen Verzehr in Europa zugelassen.

Owohl die ersten Zulassungen von Insekten in der EU bereits im Jahr 2021 erfolgten und keine großen Reaktionen in der Öffentlichkeit hervorriefen, führten die Neuzulassungen von Ende Januar 2023 zu hartnäckigen Gerüchten über die „Beimischung“ von Insekten in Lebensmitteln, ohne dass dies für die Verbraucherinnen und Verbraucher erkennbar sei. Was ist dran an diesen Meldungen? Wir klären auf!

Insekten in Lebensmitteln

1. Welche Insekten dürfen in Europa verzehrt werden?

Den Larven des gelben Mehlkäfers (*Tenebrio molitor*), auch Mehlwürmer genannt, ist die Ehre zuteilgeworden, als erstes Insekt am 22. Juni 2021 eine Zulassung als neuartiges Lebensmittel in Europa zu erhalten. Sie dürfen seitdem als Ganzes oder gemahlen verkauft und verarbeitet werden. Einige Monate danach, am 5. Dezember 2021, wurde die gefrorene und getrocknete Wanderheuschrecke (*Locusta migratoria*) zugelassen. Am 3. März 2022 folgte die Zulassung der gefroren, getrocknet und pulverförmig vermarkteten Hausgrille (*Acheta domestica*). Am 24. Januar 2023 erhielten schließlich teilweise entfettetes Pulver aus der Hausgrille (*Acheta domestica*) und die Larven des Getreideschimmelkäfers (*Alphitobius diaperinus*) in gefrorener, pastenartiger, getrockneter und pulverisierter Form die Zulassung.

2. Warum müssen Speiseinsekten zugelassen werden?

Seit dem 1. Januar 2018 gilt die „neue“ *Novel-Food-Verordnung* (Verordnung (EU) 2015/2283) für sogenannte neuartige Lebensmittel. Das sind solche, die vor dem 15. Mai 1997 in der *Europäischen Union* noch nicht in nennenswertem Umfang verzehrt worden sind und zu einer der zehn Kategorien neuartiger Lebensmittel gehören, die die Verordnung definiert. In dieser wurden erstmals Speiseinsekten als neuartige Lebensmittel gelistet. Für alle neuartigen Lebensmittel muss ein Antrag auf Zulassung gestellt werden, der bei der *Europäischen Kommission* einzureichen ist und alle die Sicherheit des neuartigen Lebensmittels belegenden Unterlagen enthalten muss. Die *Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit* (EFSA) prüft dann die Sicherheit und am Ende entscheidet der europäische Gesetzgeber auf Vorschlag der Kommission. Wenn sich die Zulassung auf geschützte wissenschaftliche Daten stützt (dies ist bei den Zulassungen der Insekten der Fall), gilt die Zulassung für die Dauer von fünf Jahren zunächst nur für das antragstellende Unternehmen. Nach Ablauf dieser Zeit

dürfen Wettbewerber, die sich auf die Zulassung berufen wollen, die jeweiligen Insekten auch ohne Erlaubnis des Antragstellers vermarkten.

3. In welchen Lebensmitteln dürfen Insekten verarbeitet werden?

Welchen Lebensmitteln die zugelassenen neuartigen Lebensmittelzutaten aus Insekten in welchen Mengen zugesetzt werden dürfen, ist jeweils im Detail in der EU-Verordnung geregelt, mit der die Zulassung erteilt wird. So kann beispielsweise der Mehlwurm als Zutat bis zu einem Anteil von zehn Prozent in verschiedenen Lebensmitteln wie Nudeln oder Keksen eingesetzt werden. Die Wanderheuschrecke kann in drei Varianten, gefroren (ohne Beine und Flügel), getrocknet (ohne Beine und Flügel) und gemahlen (ganz) als Snack bzw. als Lebensmittelzutat verwendet werden. Das Pulver der Hausgrille kann in folgenden Lebensmitteln verarbeitet werden: Mehrkornbrot und -brötchen, Cracker und Brotstangen, Getreideriegel, Vormischungen für Backwaren, Kekse, Erzeugnisse aus Teigwaren (trocken), gefüllte Erzeugnisse aus Teigwaren (trocken), Soßen, Kartoffelerzeugnisse, Gerichte auf Basis von Hülsenfrüchten und Gemüse, Pizzen, Gerichte auf Basis von Teigwaren, Molkenpulver, Fleischanalogen, Suppen und Suppenkonzentrat oder -pulver, Snacks auf Maismehlbasis, bierähnliche Getränke, Schokoladenerzeugnisse, Nüsse und Ölsaaten, Snacks außer Chips und Fleischzubereitungen mit den entsprechend vorgegebenen Höchstmengen. Die Larve des Getreideschimmelkäfers kann in Getreideriegeln, Brot und Brötchen, verarbeitetem Getreide und Frühstückscerealien, Porridge, Vormischungen (trocken) für Backwaren, getrockneten Erzeugnissen aus Teigwaren, gefüllten Erzeugnissen aus Teigwaren, Molkenpulver, Suppen, Gerichten auf Getreide- und Teigwarenbasis, Gerichten auf Pizzabasis, Nudeln, Snacks außer Chips verwendet werden.

4. Woran erkenne ich, dass Insekten in Lebensmitteln enthalten sind?



geändert. Allerdings sollte die neue Verordnung nicht zu einem zwischenzeitlichen Verbot der Erzeugnisse führen. Deshalb wurde vorgesehen, dass alle Produkte, die nach dem alten Recht als nicht neuartige angesehen wurden, weiter vermarktet werden dürfen, wenn bis Anfang 2019 der erforderliche Zulassungsantrag oder die Anmeldung erfolgt war – und dann konnten die Erzeugnisse bis zur Entscheidung weiter vermarktet werden. Hinzu kommt, dass man für Insekten laut *Novel-Food*-Verordnung auch die Anmeldung als „traditionelles Lebensmittel aus einem Drittland“ wählen kann. Dazu muss dann nur nachgewiesen werden, dass das Lebensmittel dort mindestens 25 Jahre ohne Probleme verzehrt wurde.

10. Müssen der Verbraucherinnen und Verbraucher befürchten, dass ihnen Insekten „untergejubelt“ werden?

Nein, diese Befürchtung ist absolut unbegründet! Wenn Insekten in einem Lebensmittel enthalten sind, steht das in jedem Fall in der Zutatenliste. Da die Insektenzucht auch (noch) relativ kostenintensiv ist, ist zudem davon auszugehen, dass auch Produkte mit verarbeiteten Insekten etwas höhere Preise haben und die Unternehmen deshalb auf die Verwendung der „neuen“ und „besonderen“ Zutaten zusätzlich auch über Produktwerbungen darauf hinweisen.

– das müssen Sie jetzt wissen

Wenn Insekten verarbeitet werden, muss das genau wie bei allen anderen Zutaten im Zutatenverzeichnis angegeben werden. Das Zutatenverzeichnis enthält alle Zutaten in absteigender Reihenfolge ihres Gewichtsanteils. Die Bezeichnung im Zutatenverzeichnis bei der Hausgrille lautet z. B. „teilweise entfettetes Pulver aus *Acheta domestica* (Hausgrille)“. Die Bezeichnung im Zutatenverzeichnis beim Getreideschimmelkäfer lautet entweder „gefrorene Larven/Paste aus Larven von *Alphitobius diaperinus* (Getreideschimmelkäfer)“ oder „getrocknete Larven/Pulver aus Larven von *Alphitobius diaperinus* (Getreideschimmelkäfer)“. Neben dem lateinischen Namen wird also auch die jeweilige deutsche Bezeichnung angegeben.

5. Wie sicher ist der Verzehr von Insekten?

Alle Lebensmittel müssen sicher und gesundheitlich unbedenklich sein, das gilt auch für neuartige Lebensmittel wie Insekten oder Insektenpulver und die Lebensmittel, in denen diese verarbeitet werden. Bei neuartigen Lebensmitteln findet vor der Zulassung zudem immer eine Sicherheitsbewertung der *Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit* (EFSA) statt. Die Gesundheit von Allergikerinnen und Allergikern wird besonders geprüft, deshalb gibt es auch entsprechende Hinweise auf den Produkten für Allergiker. Die Kennzeichnung der Lebensmittel, die Insekten enthalten, muss mit dem Hinweis versehen sein, dass diese Zutat bei Verbraucherinnen und Verbrauchern, die bekanntermaßen gegen Krebs- und Weichtiere und Erzeugnisse daraus sowie gegen Hausstaubmilben allergisch sind, allergische Reaktionen auslösen kann. Dieser Hinweis muss in unmittelbarer Nähe der Zutatenliste angebracht werden.

6. Wo kommen die Insekten her?

Alle Speiseinsekten werden auf speziellen Insektenfarmen unter kontrollierten Bedingungen mit speziellem Futter gezüchtet. Solche Insektenfarmen gibt es mittlerweile auch in Deutschland, z. B. in Ulm.

7. Welche ökonomische Bedeutung hat die Vermarktung von Insekten?

Insekten als Lebensmittel sind in der EU derzeit eine sehr kleine Marktnische; im überwiegenden Teil der in Deutschland und in der EU vermarkteten Lebensmittel sind keine Insekten oder Zutaten aus Insekten enthalten.

8. Welchen Vorteil hat der Verzehr von Speiseinsekten?

Insekten sind in der Regel proteinreich, gelten als gute Quelle für die essenziellen mehrfach ungesättigten Omega-3-Fettsäuren und sind reich an B-Vitaminen und Mineralstoffen. Sie stellen damit eine alternative Proteinquelle dar. Außerdem können Insekten in Sachen Nachhaltigkeit punkten, da ihr essbarer Anteil mit ca. 80 Prozent höher liegt als der von Nutztieren wie Rindern oder Schweinen. Zudem brauchen sie weniger Platz, Futter und Wasser. Als kritisch wird jedoch die Betriebstemperatur angesehen, die die meisten Zuchtanlagen benötigen, denn gerade hierzulande müssen die Zuchtanlagen in den kalten Monaten ständig beheizt werden.

9. Stimmt es, dass wir schon länger Insekten essen, ohne es zu wissen?

Nein! Wenn Insekten in Lebensmitteln als Zutat enthalten sind, ist dies in der Zutatenliste angegeben. Produkte auf Basis von Grillen, Heuschrecken oder Würmern in Form von beispielsweise Müsliriegeln, Burger Patties oder auch Mehl gab es aber bereits vor ihren offiziellen Zulassungen in deutschen Supermärkten zu kaufen. Denn Insekten waren vor dem 1. Januar 2018 keine neuartigen Lebensmittel im Sinne der „alten“ Verordnung über neuartige Lebensmittel und konnten deshalb auch ohne Zulassung vermarktet werden. Der *Europäische Gerichtshof* bestätigte im Oktober 2020, dass ganze Insekten nicht in den Anwendungsbereich der alten *Novel-Food*-Verordnung fallen und daher ohne eine Genehmigung auf den Markt gebracht werden können. Erst mit der Konkretisierung des Anwendungsbereichs in der neuen *Novel-Food*-Verordnung hat sich das

11. Stimmt es, dass viele Zusatzstoffe aus Insekten hergestellt werden?

Nein, nur drei von insgesamt ca. 320 Zusatzstoffen, die in der *Europäischen Union* zugelassen sind, werden aus Insekten oder aus deren Ausscheidungen hergestellt. Alle Zusatzstoffe müssen mit ihrem Klassennamen, der die Anwendung beschreibt, z. B. Konservierungsmittel, Farbstoffe oder Stabilisator und der E-Nummer oder der chemischen Bezeichnung im Zutatenverzeichnis stehen.

- *Der Farbstoff „Echtes Karmin“ (E 120) wird aus wässrigen oder alkoholischen Extrakten von getrockneten weiblichen Cochenille-Schildläusen hergestellt. Im Zutatenverzeichnis steht: „Farbstoff: Echtes Karmin“ oder „Farbstoff: E 120.“*
- *Das Trenn- und Überzugsmittel „Schellack“ (E 904) wird aus den harzigen Ausscheidungen der Lackschildlaus gewonnen. Diese werden gereinigt und gebleicht. Im Zutatenverzeichnis steht: „Trennmittel/Überzugsmittel: Schellack“ oder „Trennmittel/Überzugsmittel: E 904.“*
- *Bienenwachs (E 901) wird von lebenden Insekten, den Honigbienen, erzeugt. Im Zutatenverzeichnis steht: „Trennmittel/Überzugsmittel: E 901“ oder „Trennmittel/Überzugsmittel: Bienenwachs.“*



Liebliche des Grillmeisters

Wichtig für eine gelungene Grillparty ist das passende Zubehör. Pünktlich zu Beginn der Grillsaison haben GEFU und Peugeot ihr attraktives Angebot erweitert und innovative Produkte für das Barbecue in den Handel gebracht. Die neuen, praktischen Küchenhelfer von GEFU erleichtern das Wenden von Grillgut, das Schmelzen von Käse sowie das Reinigen des Grills. Speziell für den Outdoor-Einsatz präsentiert Peugeot eine manuelle Pfeffermühle mit eingebautem Licht. Und mit einer neuen Pfefferbar lässt sich die Vielfalt der Aromen entdecken.

Robuste Outdoor-Mühle mit automatischer Beleuchtung

PEUGEOT Schon lange werden die Gewürzmühlen von Peugeot mit ihrem hochwertigen Mahlwerk von Küchenprofis wegen ihrer Präzision und ihrer Langlebigkeit geschätzt. Neu aus der Peugeot-Manufaktur ist die Pfeffermühle BBQ. Die erste manuelle Mühle von Peugeot mit automatischer Beleuchtung wurde eigens für den Gebrauch im Freien entwickelt. Fettspritzer, Grillhitze oder direkter Sonnenschein können ihr nichts anhaben. Die robuste Outdoor-Pfeffermühle verfügt über sechs verschiedene Mahlgrade zum Mahlen von schwarzem, weißem, grünem oder rotem Pfeffer und Koriandersamen. Ein grober Mahlgrad sorgt für volle Pfefferaromen, während ein feiner Mahlgrad die Schärfe entlockt. Die graphitfarbene Pfeffermühle BBQ ist mit einem Gummischutz verkleidet und mit einem Edelstahlsockel versehen und dadurch besonders stoßfest. Mit der integrierten, intuitiven Beleuchtung kann das Grillgut auch bei einbrechender Dunkelheit gewürzt werden. Die LED-Beleuchtung wird automatisch bei einer Neigung von 25° ausgelöst und hat eine Lebensdauer von mindestens 20.000 Anwendungen. Nach dem Gebrauch erlischt das Licht sanft, sobald die Mühle wieder in die vertikale Position zurückge-



bracht wird. Mit einem Ring kann die Pfeffermühle BBQ einfach transportiert und am Grill aufgehängt werden, so ist sie immer griffbereit. Für den Körper der Mühle wird PEFC-zertifiziertes Buchenholz aus französischen Wäldern verwendet. Der umweltfreundliche Lack schützt die Pfeffermühle für eine lange Nutzungsdauer.

Die ganze Vielfalt der Aromen mit nur einer Mühle

Guter Pfeffer bietet vielfältige Aromen: von Holz über blumig bis zu fruchtig oder minzig. Mit der *Maestro Pfefferbar* lädt Peugeot dazu ein, verschiedene Pfeffersorten und neue Geschmacksrichtungen zu entdecken. Mit einem Schraubsystem können die unterschiedlichen Pfefferarten und Mischungen schnell und einfach ausgetauscht werden. Hierfür wird das Pfefferglas unter der Mühle abgeschraubt und durch ein anderes Glas mit dem Pfeffer der Wahl ersetzt. So können beim Würzen von Gerichten immer wieder neue Kombinationen von Speisen und Pfeffersorten ausprobiert und unterschiedliche Akzente gesetzt werden. Wie alle Peugeot-Mühlen ist auch die *Maestro Pfefferbar* mit einem zweistufigen Mahlwerk aus Edelstahl ausgestattet, welches die Pfefferkörner zuerst schneidet und dann mahlt. Der Mahlgrad der lässt sich einfach per Drehmechanismus einstellen. Zum Launch der neuen Pfefferbar hat Peugeot sechs Pfeffer aus aller Welt zusammengestellt. Die *Maestro Pfefferbar* ist im Set mit Rezept-Booklet, Pfefferglas und drei Pfeffersorten erhältlich: mit schwarzem *Kampot*-Pfeffer aus Kambodscha, weißem *Sikara*-Pfeffer aus Malaysia sowie *Voatsiperifery*-Pfeffer aus Madagaskar.



Innovationen von Generation zu Generation

GEFU Seit vielen Jahren vereinfachen die hochwertigen, formschönen und ergonomischen Produkte von GEFU viele Arbeiten in der Küche. In diesem Jahr feiert der Küchenwerkzeugprofi aus dem Sauerland sein 80-jähriges Jubiläum. Gegründet wurde das Unternehmen zu Beginn der 40er Jahre von den *Gebrüder Funke* in Eslohe. Zunächst wurden Kartoffelschäler, Reiben, Pressen und Passiergeräte aus Edelstahl hergestellt. Seitdem wurde das Sortiment mit neuen Produktideen kontinuierlich erweitert und immer wieder Trendprodukte für eine kreative und moderne Küche kreiert. Die Produktneuheiten von GEFU modernisieren bewährte Küchenhelfer nicht nur optisch, sondern verbessern auch die Funktion. Die innovativen Küchenwerkzeuge sind aus hochwertigen Materialien sorgfältig verarbeitet, einfach in der Handhabung und ansprechend im Design. Für das Jubiläumsjahr hat GEFU ein attraktives Schaufensterkonzept entwickelt, das bei Fachhändlern in Deutschland und Österreich

für Aufmerksamkeit sorgt. Dabei werden auch beliebte Klassiker, wie die *Flotte Lotte*®, der Spiralschneider *Spirilli*® und die *X-Plosion*®-Serie, gezielt in Szene gesetzt. „GEFU steht schon immer für die Freude am Kochen, die von Generation zu Generation weitergegeben wird. Und genau das spiegeln auch unsere Schaufensterauftritte wider“, erklärt *Rudolf Schillheim*, Inhaber und Geschäftsführer von GEFU.

Praktische Küchenhelfer für die Grillparty

Zur Grundausstattung eines professionellen Barbeques gehört natürlich ein Grillwender. Der neue Wender BBQ XXL von GEFU vereinfacht durch seine gekröpfte Form und seinen ergonomischen Griff das Wenden von Steaks, Rippchen oder Burgern. Durch seine extrabreite und flache Fläche gelingt das Wenden von Burgerpatties jeder Größe sowie von Fleisch und Grillgemüse schnell und sicher. Die abgeschrägten Kanten gleiten mühelos unter das Grillgut, lösen es sauber vom Grill oder von der Feuerplatte und erleichtern das Zerteilen. Der Profispachtel aus hochwertigem Edelstahl und Kunststoff liegt gut in der Hand und kann in der Spülmaschine gereinigt werden.



Die Burger- und Schmelzglocke BBQ eignet sich zum Schmelzen, schonenden Garen, Räuchern und Aromatisieren sowie zum Warmhalten von Speisen. Einfach das Grillgut abdecken und schon kann sich darunter das ideale Klima entfalten. So gelingen nicht nur zartes Grillfleisch, Burgerpatties oder gegartes Grillgemüse. Auch der Käse schmilzt genau richtig für einen saftigen Cheeseburger. Ebenso lässt sich darunter Fisch räuchern oder Fleisch aromatisieren. Mit Hilfe der Schmelzglocke wird das Raucharoma eingefangen und auch Gemüse wird auf diese Weise schonend gegart. Unter der ca. 10 cm hohen Schmelzglocke können auch Speisen warm gehalten werden. Sie hat einen hitzebeständigen Griff, besteht aus Kunststoff und Edelstahl und ist spülmaschinenfest.

Nach dem Grillvergnügen muss schließlich auch der verschmutzte Grillrost gereinigt werden. Mit der borstenfreien Grillbürste BBQ von GEFU werden Grillroste nach ihrem Einsatz wieder richtig sauber. Mit ihrem dreifachen Draht-Bürstenkopf und den dicht geflochtenen

Stahlschaber erreicht die Hochleistungsbürste jeden Winkel sowie jede Rundung des Grillrosts und entfernt auch hartnäckige Reste besser als die Borsten herkömmlicher Grillbürsten. Ein spezieller Neigungswinkel zwischen Griff und Bürstenkopf kann die Kraft beim Reinigen optimal übertragen. Mit dem integrierten, robusten Stahlschaber lassen sich Fett- und Rußrückstände wirksam beseitigen. Mit der integrierten Aufhängeöse findet die Grillbürste ihren festen Platz am Grill. Der extralange Griff ermöglicht die Reinigung des Grills schon während des Abkühlens. Die Grillbürste BBQ lässt sich auch selbst ganz einfach in der Spülmaschine reinigen.





Judith Rakers
HOMEFARMING
 Das Kochbuch. Mit der eigenen
 ernte durchs ganze Jahr

276 Seiten
 Hardcover
 ISBN: 978-3-8338-8750-5
 Euro [D] 28,-
 Verlag: GU Verlag
 erschienen: 01.02.2023

Mit ihrem Bestseller „Homefarming“ hat *Judith Rakers* gezeigt, wie sich Gartenneulinge den Traum vom Ernteglück aus dem eigenen Garten auch ohne grünen Daumen erfüllen können. In ihrem neuen Buch geht es um den schönsten Teil beim Homefarming: das Genießen! Die beliebte TV-Moderatorin zeigt, welches Obst und Gemüse in welchem Monat erntereif ist, und verrät ihre 100 Lieblingsrezepte dazu: von Smoothies, Aufstrichen, Suppen und Salaten bis hin zu Pasta, Aufläufen, Desserts und leckeren Ideen für den Vorrat. Hier wird vom Anfänger bis zum Kocherfahrenen garantiert jeder fündig. Denn auch Profiköche verraten ihre liebsten Homefarming-Gerichte. Und saisonale Tipps zum Anbau der Lebensmittel gibt's auch. Mach's dir lecker zu Hause!



Dr. med. Matthias Riedl, Dr. med. Jörn Klasen, Dr. med. Silja Schäfer, Viola Andresen
Die Ernährungs-Docs - Gesund abnehmen mit der Darm-fit-Formel
 Wie Sie Ihr Mikrobiom auf schlank programmieren

160 Seiten
 Hardcover
 ISBN: 9783965842861
 Euro [D] 24,99
 Verlag: ZS - ein Verlag der
 Edel Verlagsgruppe
 erschienen: Januar 2023

Unser Darm hat großen Einfluss darauf, ob wir dick oder dünn, krank oder gesund sind. Wer nachhaltig überschüssige Pfunde loswerden und sich wohlfühlen möchte, braucht ein Mikrobiom, das überwiegend von nützlichen Bakterien besiedelt ist. Damit die im Darm die Oberhand gewinnen, haben die bekannten NDR-Ernährungs-Docs jetzt eine Formel entwickelt, die das Wunderorgan stärkt und gesundes Abnehmen garantiert.

Dabei setzen die erfahrenen Ärzte auf aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse – denn der Darm ist in den letzten Jahren als wichtiges Ökosystem immer besser erforscht worden. Welche Nahrungsmittel liebt er? Was bringen Esspausen? Worin besteht das Geheimnis der Darmbakterien? Auf gewohnt anschauliche Weise werden alle wichtigen Fragen beantwortet und Fachwissen verständlich erklärt.

Dass eine Ernährungsumstellung nicht nur beim Abnehmen hilft, sondern auch Genuss bedeutet, beweisen mehr als 60 leckere Rezepte. Nie war es einfacher, langfristig in Bestform zu kommen!

EMPFEHLENSWERT

Dr. med. Carsten Lekatut
Die 1-Minuten-Strategie
 Wie Sie mit Micro-Preps gesünder werden und Ihr Leben verlängern

192 Seiten
 ISBN: 9783426659113
 Euro [D] 20,-
 Verlag: Knaur MensSana HC
 erschienen: Dezember 2022



Der bekannte TV-Arzt zeigt: 1 Gesundheits-Minute am Tag macht das Leben dauerhaft gesünder.

"Es ist besser, eine Minute etwas für unsere Gesundheit zu tun, als es zwei Minuten nicht zu tun", sagt Bestseller-Autor *Dr. med. Carsten Lekatut*. Sein neuer Gesundheits-Ratgeber zeigt, wie wir mit nur 1 Minute am Tag unsere Gesundheit nachhaltig verbessern. Dafür hat er Micro-Preps entwickelt, kleine, freudvolle, alltagstaugliche Einheiten, die dauerhaft einen gesünderen Lebensstil bewirken.

Über vier Wochen wird jeden Tag eine bewusste Minute aus den Bereichen Bewegung, Ernährung oder Stressreduktion in den Tagesablauf eingebaut.

Es ist ganz einfach:

- 1 Minute Pause während des Essens ist die perfekte Gewichtskontrolle;

- 1 Minute Blitzenzspannung kann Panikattacken beenden;
- 1 Minute auf einem Bein trainiert Balance und Hirngefäße;
- 1 Minute kalt duschen schützt das Immunsystem ...

Die 1-Minuten-Strategie führt dauerhaft zu Stress-Reduktion und Entspannung, trainiert das Herz-Kreislauf-System, lässt ganz natürlich die Pfunde purzeln und bringt mehr Gelassenheit in unseren Alltag. Sie basiert auf wissenschaftlichen Studien und hilft, mit minimalen Veränderungen unseres Lebensstils maximal mehr Gesundheit zu erreichen.

Die 4-Wochen-Strategie des Spiegel-Bestseller-Autors mit Übungen, Tipps und Rezepten ist einfach und leicht umzusetzen - für mehr Wohlbefinden und ein längeres Leben.

food hotel



DAS SUPERMARKT-THEMENHOTEL



Tagungen · Übernachtungen · Incentives · Firmenevents



Firmenevents & Tagungen:

- › sechs vollklimatisierte Tagungsräume (6 – 120 Personen)
- › modernste Tagungstechnik
- › Tagungspauschalen Deluxe, Business, Fit
- › zahlreiche Teambuilding Angebote
- › Frischluftzufuhr inkl. UVC Raumluftentkeimung
- › einzigartige Erlebnisse auf Anfrage (z.B. Indoor Camping oder Supermarkt-Dinners)

Ihre Vorteile:

- › persönliche Tagungsbetreuung
- › regional und nachhaltig erzeugte Lebensmittel in den Pausen und im Restaurant
- › Highspeed-WLAN
- › ruhige Lounge- und Pausenecken sowie überdachte Außenbereiche
- › Entspannungsmöglichkeit in der relaxing zone.



Übernachtungen:

- › 113 Hotelzimmer inkl. 46 vielfältigen & einzigartigen Supermarkt-Themenzimmer
- › Frühstück von 7:00 bis 9:30 Uhr.
- › Parkplätze direkt am Haus.
- › Bistorant täglich geöffnet ab 18:00 Uhr

Ihre Ansprechpartner:Innen:

Sven Berger
bankett@food-hotel.de
02631 8252-452

Marina Ziegler
bankett@food-hotel.de
02631 8252-451

Kundenorientierte und individuelle Eventplanung für Ihre Veranstaltung, für Ihre Meetings und für Ihre Fortbildungen.

food hotel Neuwied GmbH · Langendorferstr. 157 · 56564 Neuwied
Tel.: 02631 - 8252 - 0 · info@food-hotel.de · www.food-hotel.de



Folgen Sie uns
in den sozialen
Medien



Ihre Tagungsanfrage



Von neuen Preiskämpfern, Marktführern und der

Sehr aufschlussreich sind die neuesten Zahlen des Statistischen Bundesamtes, denn 2022 wurden erneut weniger Zigaretten versteuert als im Vorjahr. Der Rückgang fiel mit 8,3 Prozent deutlich höher aus als in den vergangenen Jahren. Ein Grund für den starken Rückgang dürfte die Erhöhung der Tabaksteuer zum 1. Januar 2022 sein.

Seit 1991 sank der Zigarettenabsatz von 146,5 Milliarden Stück um mehr als die Hälfte auf 65,8 Milliarden Stück im Jahr 2022. Im Gegensatz dazu stiegen die versteuerten Verkaufswerte für Zigaretten aufgrund von Tabaksteuer- und Preiserhöhungen im gleichen Zeitraum um 37,7 Prozent auf 21,9 Milliarden Euro. Auch der Absatz von Cigarren und Cigarillos sank um 8,9 Prozent. Dagegen erhöhte sich die Menge des versteuerten Feinschnitts trotz Steuererhöhung mit +0,9 Prozent leicht. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass selbst gedrehte Zigaretten aus Feinschnitt-Tabak günstiger sind als fertige Zigaretten und daher häufig als Ausweichprodukt genutzt werden.

nuar 2023 für Wasserpfeifentabak und erhitzten Tabak und ab 1. Januar 2024 für Substitute für Tabakwaren (zum Beispiel die in E-Zigaretten genutzten Liquids). Die Branche gerät also immer stärker unter Druck, was sich nicht zuletzt in Großpackungsformaten und sehr preisgünstigen Zigaretten- und Feinschnittprodukten wieder spiegelt, die verstärkt auf den Markt drängen.

ZIGARETTEN

50 Jahre weltweite Marktführerschaft

PHILIP MORRIS Anlässlich der 50jährigen Marktführerschaft der Marke *Marlboro* zeigen die Packungen der *Marlboro Limited Edition* klassische Motive, wie etwa einen Cowboy zu Pferd und nehmen damit Bezug auf die große Erfolgsgeschichte der *Marlboro*, die seit 1972 die meistverkaufte Zigarettenmarke der Welt ist. Die *Limited Edition* fließt ab sofort regulär in den Markt ein. Bei Bestellungen von *Marlboro Red* und *Gold* als Originalpackung oder XL-Variante erhalten Händler automatisch die entsprechenden limitierten Auflagen, aber nur solange der Vorrat reicht.

Einige Highlights aus der 50jährigen Marlboro Geschichte in Deutschland

- 1970 Gründung der *Philip Morris GmbH*, der Marktanteil liegt bei 1,2 Prozent
- 1972 Die ersten *Marlboro* Zigaretten aus deutscher Produktion (Werk Berlin)
- 1978 Platz 3 mit 8,5 Prozent für die Markenfamilie; Einführung der *Marlboro Menthol*
- 1983 Einführung des *Marlboro Feinschnitts* mit einer 40-Gramm-Pouch
- 1985 *Marlboro* Markenfamilie ist die Nummer 1 im deutschen Zigarettenmarkt.; Einführung der *Marlboro Lights* (heute: *Marlboro Gold*)
- 1992 *Marlboro Gold* ist die Nummer 1 im deutschen Fine-Flavor-Segment
- 1993 Einführung der *Marlboro Medium* (heute: *Marlboro Flavor Mix*)
- 1995 *Marlboro Red* erstmals im Big Pack; der Marktanteil von PMG ist bei 40,2 Prozent *Marlboro Gold* auf Platz 2 - nach der *Marlboro Red*
- 1998 *Marlboro* ist mit 2,6 Mrd. Mark Umsatz die führende Marke im Konsumgüterbereich - vor *Coca Cola* (1,8 Mrd.) und *Jacobs Café* (1,5 Mrd.)
- 2014 Komplette Neugestaltung der gesamten Designs der *Marlboro* Markenfamilie



langjährigen Kunst des Designs

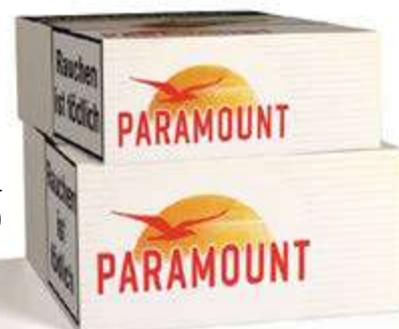
Tabaksteuermodernisierungsgesetz bringt viele Veränderungen

Zum 1. Januar 2022 wurde ein zusätzlicher Steuertarif für Wasserpfeifentabak und erhitzten Tabak eingeführt. Bislang wurden diese wie Pfeifentabak und somit niedriger versteuert. Für E-Zigaretten und Liquids fiel ab 1. Juli 2022 erstmals Tabaksteuer an.

Zusätzlich trat zum 1. Januar 2022 erstmals seit sieben Jahren wieder eine stufenweise Tabaksteuererhöhung in Kraft: ab 1. Januar 2022 für Zigaretten, Cigarren/Cigarillos, Feinschnitt und Pfeifentabak, ab 1. Ja-

Paramount - Markenqualität zum Niedrigpreis

REEMTSMA Vor kurzem wuchs das Zigarettenportfolio von *Reemtsma* um eine besonders spannende neue Marke: *Paramount*. Die jüngste Neueinführung im Zigarettensegment bietet echte Markenqualität zu einem sehr attraktiven Angebot für alle preissensiblen Raucherinnen und Rauchern. Seit Januar sind zunächst die beiden Varianten *Paramount Red* für 9,90 Euro (35 Stück) beziehungsweise 14,90 Euro (53 Stück) erhältlich. Mit *Paramount Red* möchte



Reemtsma die im Sommer 2022 begonnene Erfolgsgeschichte der Marke als eine der stärksten Neueinführungen im deutschen Feinschnittmarkt nun auch im Zigarettensegment weiter fortschreiben.

„Preiskämpfer“ aus dem Hause Reemtsma

Der rückläufige Zigarettenmarkt in Deutschland wird zusätzlich durch steuerbedingte Preissteigerungen im Tabaksegment, insgesamt stark steigende Lebenshaltungskosten und eine historisch hohe Inflation aktuell weiter verschärft. „Vor allem das mittlere Preissegment ist davon betroffen, während Premium weitgehend stabil bleibt und die Niedrigpreissegmente deutlich wachsen. Downtrading, das bewusste Vereinfachen von Produkten, um günstigere Angebote machen zu können, ist einer der wichtigsten Konsumententrends im Markt. Mit unserer neuen Zigarettenmarke *Paramount* wollen wir diesen besonders preisbewussten Konsumenten ein echtes Qualitätsangebot machen, bevor sie eventuell auf Handelsmarken umsteigen“, betont *Konstantin Stremme*, Head of Consumer Marketing Cluster DACH bei *Reemtsma*.

American Blend: *Handverlesene süße Virginia- und nussige Burley-Tabake aus Übersee werden durch aromatische Basma-Tabake aus dem Orient veredelt.*

Halfzware Shag: *Ein klassischer Halfzware, der seinen gehaltvollen und ausgewogenen Geschmack einer besonderen Auswahl an Tabaksorten verdankt.*

Zware Shag: *Ein klassischer Zware, der seinen vollmundigen und runden Geschmack einer besonderen Auswahl an Tabaksorten verdankt.*

Neue Impulse für echte Genussmomente

LANDEWYCK Die *Landewyck* Feinschnittmarke *Fargo* ist nicht nur günstig, sondern bietet auch hochwertige Qualität: "Ohne viel Schnick-Schnack sprechen die *Fargo*-Produkte in ihrem einzigartigen Look die preisensible Kundschaft direkt an", schreibt Hersteller *Landewyck*. So kombiniert *Fargo* in sämtlichen Produkten handverlesenen *American Blend*, sehr gute Stopf Eigenschaften und ein günstiges PreisLeistungsverhältnis.

FEINSCHNITT

Pöschl Tabak: News bei den Pontiac-Tabaken

PÖSCHL Das Selbstfertigen von Zigaretten hat heute einen festen Platz im Tabakmarkt. Nicht zuletzt aus Kostengründen bevorzugen viele Raucher den Tabak zum Drehen oder Stopfen. Abstriche im Geschmack gibt es keine, denn mit der großen Auswahl bleiben keine Wünsche offen. Die von *Pöschl Tabak* in Deutschland seit über 25 Jahren in unterschiedlichen Grammaturen vertriebene Marke *Pontiac* wurde aktuell mit einem modernen Design versehen. Die bewährte Qualität und der Geschmack bleiben unverändert. Die angebotenen Sorten *Gold Blend* sowie *American Blend* - zu je 120 Gramm in der bekannten Rechteckdose - werden ab März zusätzlich im neuen Design zum Preis von je 20,20 Euro ausgeliefert - wie die Sorten *Halfzware* und *Zware Shag* im 30 Gramm Wickelbeutel zu je 5,30 Euro. Da diese Umstellung im Rahmen einer generellen Preisanpassung von *Pöschl Tabak* stattfindet, kommen auch neue Bestellnummern für Einzelverpackungen und Umkartons zum Einsatz.

Geschmackliche Vielfalt bei den Pontiac-Tabaken

Im *Pontiac*-Portfolio gibt es mit insgesamt vier Geschmacksrichtungen für jeden Tabakgenießer eine genussvollen Variante zu entdecken.

Gold Blend: *Die Komposition aus handverlesenen, goldgelben Virginia- und tiefbraunen Burley-Tabaken wird durch feine Orient-Tabake abgerundet.*



Seit 2006 gehört der *Fargo* Stopf-Beutel Rot mit seiner kräftigen Full-Flavor-Mischung zu den Top-Sellern im deutschen Einzelhandel und an Tankstellen, ebenso die mildere Fine-Flavor-Variante im blauen Beutel. Die beiden Tabakbeutel zu je 30 Gramm sind eine handliche Alternative zu den größeren *Fargo* Stopf-Dosen und eignen sich, prominent an der Kassenzone platziert, auch als schnelle Mitnahme-Artikel. Die Tabakprodukte von *Landewyck* werden in Europa ausschließlich selbst produziert. Dabei legt der familiengeführte Tabakhersteller besonderen Wert auf höchste Produkt- und Qualitätsstandards.



Wahrer Tabakgenuss

**NOTHING
TO ADD**



Feinschnitt 100g 17¹⁰ € / 30g 5³⁰ €

Rauchen ist tödlich

VUSE

CHARGE BEYOND

NEU



3 NEUE FLAVOURS FÜR NOCH MEHR UMSATZ

DIE EINWEG E-ZIGARETTE VUSE GO
JETZT AUCH IN: STRAWBERRY ICE,
BLUEBERRY ICE, PEPPERMINT ICE



* Basierend auf dem von Vype/Vuse geschätzten Marktanteil am gemessenen Einzelhandelsumsatz für E-Zigaretten (d.h. der Gesamtwert des Vapour-Segments im Einzelhandel) in den USA, Kanada, Frankreich, Großbritannien und Deutschland - berechnet nach UVP. Auf diese 5 Märkte entfallen schätzungsweise 81 % der weltweiten Umsätze für geschlossene Dampf-Systeme, Kalkulationszeitraum: Mai 2022.

Dieses Produkt enthält Nikotin und macht abhängig.



EU plant Griff in die Kasse des Tabakhandels: Neue Verbote für Tabak und E-Zigaretten drohen



Die Verbände Bundesverband des Tabakwaren-Einzelhandels e.V. (BTWE), der Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller e.V. (BDTA), der Zentralverband des Tankstellengewerbes e.V. (ZTG) sowie der Bundesverband der Tabakwirtschaft und neuartiger Erzeugnisse (BVTE) setzen sich gemeinsam dafür ein, dass möglichst viele Händler aller Handelskanäle, die Tabakwaren und Nikotinprodukte verkaufen, sich an der öffentlichen Befragung der EU-Kommission beteiligen.

Mit dem Start einer öffentlichen Befragung am 21. Februar 2023 treibt die EU-Kommission eine erneute Verschärfung der Regeln für Tabak, E-Zigaretten und andere Nikotinprodukte voran. Die geplante Gleichmacherei im Tabakmarkt ist ein Großangriff auf Umsatz und Ertrag des Handels. Um den Griff der EU in die Ladenkasse zu verhindern, rufen die ge-

nannten Verbände alle Händler in Deutschland zur Beteiligung an der Konsultation auf und kündigten hierfür Unterstützung an.

Hässliche schlammgrüne Einheitsverpackungen für ausnahmslos alle Tabakprodukte, Verbot weiterer Premium-Segmente wie Slim-Zigaretten, strenge Einheitsregeln und Aromaverbote auch für die Nischenprodukte Zigarren, Zigarillos und Pfeifentabak. In den Geschäften selbst drohen Werbeverbote und Ein-

schränkungen für die Warenpräsentation. Mit den umfangreichen Plänen zielt die EU-Kommission auf ein „tabakfreies Europa“, in dem niemand mehr zur Zigarette greift. Diese prohibitive Politik macht sogar vor der E-Zigarette nicht halt, die es künftig nur noch ohne Geschmack geben soll.

Die EU-Kommission will mit ungerechtfertigten Verboten und neuen Einschränkungen die große Gleichmacherei im Tabakmarkt vorantreiben. Ein von Brüssel verordnetes Einheitsortiment soll Vielfalt und Wahlfreiheit für die Konsumenten noch enger begrenzen und zugleich die Ertragskraft der Branche empfindlich schwächen. Der Verkauf von Tabakwaren und E-Zigaretten soll immer weniger Geld in die Ladenkassen spülen.

„Der Handel leidet bereits massiv unter steigenden Lohn- und Energiekosten. Ein zusätzlicher Angriff auf Umsatz und Ertrag gefährdet den Fortbestand zahlreicher Tabakgeschäfte und der dortigen Arbeitsplätze. Die vielen Händler in Deutschland müssen jetzt entschieden Nein zu dem Griff Brüssels in ihre Ladenkasse sagen!“, appellierte Steffen Kahnt, Geschäftsführer des Bundesverbands des Tabakwaren-Einzelhandels (BTWE).

Tabakwaren sind für viele Händler größter Umsatzposten und ein entscheidender Frequenztreiber für ein ertragreiches Nebengeschäft. Dies gelte auch für das Shopgeschäft der Tankstellen, so Jürgen Ziegner, Geschäftsführer des Zentralverbands des Tankstellengewerbes (ZTG): „Für Eigentümer und Pächter von Tankstellen ist der Tabakverkauf ein wichtiges, verlässliches Standbein in einer schwierigen Transfor-

lesen, weiterbilden, gewinnen

**Fachwissen
lohnt sich
Jetzt gewinnen**

Preisfrage:
Was darf den Tankstellen seitens der EU-Kommission nicht entzogen werden? Bitte senden Sie Ihre Antwort bis 05.05.2023 an fng@harnisch.com.
Zu gewinnen gibt es wieder einen BOSE SOUND WAYER...
Teilnahme am Gewinnspiel nur für Mitarbeiter im LEH ab 18 Jahren...



mationsphase. Dieses Standbein darf Brüssel den Tankstellen nicht wegziehen.“

Die Brüsseler *EU-Kommission* bereitet gegenwärtig eine erneute Verschärfung der EU-Tabakproduktrichtlinie vor, die EU-weit die Regeln für Tabak, E-Zigaretten und andere Nikotinprodukte festlegt. Hierbei muss die Kommission die Meinung von Bürgern und Betroffenen berücksichtigen und hat deswegen am 21. Februar 2023 eine zwölf Wochen laufende öffentliche Befragung auf ihrer Internetseite gestartet.

Claus Obholzer, Geschäftsführer des *Bundesverbands Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automaten-aufsteller* (BDTA) erklärte dazu: „Bereits heute sind Tabakprodukte, E-Zigaretten und andere Nikotinprodukte stark reguliert. Die EU-Pläne zielen jetzt auf weitere, verschärfte Regulierungen und: Langfristig soll die ganze Kategorie in einem ‚tabakfreien Europa‘ abgeschafft

gemeinsam die EU-Befragung als Chance nutzen, um den Angriff auf unsere Branche abzuwehren“, sagte *Jan Mücke*, Hauptgeschäftsführer des BVTE.

Das Verbändebündnis bereitet aktuell eine Anleitung mit hilfreichen Tipps und Hinweisen für eine einfache und schnelle Beteiligung an der öffentlichen Befragung der *EU-Kommission* vor. Alle betroffenen Händler erhalten damit die Möglichkeit, mit nur wenigen Klicks ihre Meinung zu sagen. Diese Anleitung wird kurzfristig breitflächig im Handel verteilt werden. Zusätzlich wird die Anleitung zusammen mit weiteren Informationen auf einer Internetseite verfügbar gemacht.

Internetseite mit Anleitung und weiteren Informationen des Verbändebündnis zur EU-Konsultation:

<https://www.bvte.de/de/mitmachen/tpd-konsultation.html>



werden. Wir appellieren an unsere Einzelhandelskunden: Verschaffen Sie sich in der Konsultation lautstark Gehör! Es geht um Ihre Existenz!“

Das Bündnis aus *Bundesverband des Tabakwaren-Einzelhandels* (BTWE), *Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automaten-aufsteller* (BDTA), *Zentralverband des Tankstellengewerbes* (ZTG) und *Bundesverband der Tabakwirtschaft und neuartiger Erzeugnisse* (BVTE) fordert einen Stopp der EU-Pläne und ruft deswegen alle Händler von Tabakwaren und E-Zigaretten in Deutschland auf, an der öffentlichen Befragung teilzunehmen und gemeinsam deutlich Nein zum Griff der EU in die Ladenkassen zu sagen.

„Die Regeln für Tabak und E-Zigaretten werden jetzt von Brüssel für die nächsten Jahre vorbereitet. Als Tabakfamilie müssen wir deswegen zusammenstehen und alle

FNG kommentiert

• Auch der *Lebensmitteleinzelhandel* ist von diesen geplanten Verboten stark betroffen. Denn auch hier sind Nikotinprodukte ein wichtiger Umsatzbringer mit hoher Flächenproduktivität bei geringem Handlingsaufwand. Der Wegfall dieser wichtigen Säulen würde auch für den LEH signifikante Umsatzeinbußen mit sich bringen.

• Deshalb rufen wir unsere Leser aus dem LEH dazu auf, sich geschlossen an der Konsultation zu beteiligen. Nur wenn wir alle, für die Tabakwaren, E-Zigaretten und andere Nikotinprodukte Teil unserer Geschäftsmodelle sind, gemeinsam gegen die neuen Verbote unsere Stimmen erheben, sind diese EU-Pläne hoffentlich noch abzuwenden. Denn Tabakwaren & Co. Bleiben nach wie vor legale Genussmittel für erwachsene Konsumenten.

• Mit circa 15 Milliarden Euro Steuereinnahmen im Jahr 2022 durch Tabakwaren klingelt die Kasse des deutschen Staates lautstark. Die EU-Pläne bedeuten somit nicht nur einen Griff in die Kassen des Handels, sondern auch einen in die Staatskasse.

• Hier stellt sich doch die Frage, wie diese erkleckliche Summe wieder eingespielt werden kann. Mit höheren Steuern auf Alkohol oder zuckerhaltigen Produkten? Sind wir EU-Bürger derzeit nicht schon ausreichend gefordert, mit schwindender Kaufkraft und stetig steigenden Preisen in fast allen Lebensbereichen zu leben?

• Doch ist das noch nicht alles: Ein „rauchfreies Europa“, so das langfristige Ziel, bedeutet zudem den Wegfall abertausender Arbeitsplätze in Handel, Industrie und Dienstleistung.

• Deshalb rufen wir auf: „Lass Dir nicht von der EU das Geschäft kaputt machen!“

FARGO

SPAR-WOCHEN

Jetzt gilt's!



MADE IN GERMANY



Rauchen ist tödlich

E-ZIGARETTEN & TABAKERHITZER

Verbot von charakteristischen Aromen bei Tabakerhitzern

BMEL In Deutschland soll das Aromaverbot nun auch auf Tabakerhitzer ausgeweitet werden. Bisher gilt das Verbot lediglich für Zigaretten und Tabak zum Selbstdrehen. Damit verschärft die Bundesregierung ihr Vorgehen gegen Tabakerhitzer und weitet das bereits bestehende Verbot des charakteristischen Aromas und von Aromastoffen in ihren Bestandteilen – wie Filter, Papier, Packungen oder Kapseln – auf erhitzte Tabakerzeugnisse aus. Das Bundeskabinett hat am Mittwoch den vom *Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft* (BMEL) vorgelegten Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes beschlossen. Bundesminister *Özdemir* erklärte, Rauchen sei das größte vermeidbare Gesundheitsrisiko: "Mich besorgt vor allem, dass Jugendliche wieder stärker damit anfangen. Was nachweislich tötet, sollte weder nach Beere noch Melone oder Vanille schmecken."



Anteil der jugendlichen Raucher hat sich verdoppelt

Wie aus der Deutschen Befragung zum Rauchverhalten (DEBRA-Studie) hervor geht, ist die Zahl der rauchenden Jugendlichen in Deutschland im vergangenen Jahr deutlich gestiegen. Mehr als 400.000 Minderjährige rauchen Zigaretten. Der Anteil der Raucher unter den 14- bis 17-Jährigen hat sich bin-

nen eines Jahres fast verdoppelt: 15,9 Prozent erklärten, regelmäßig Tabak zu konsumieren, 2021 lag der Anteil bei 8,7 Prozent. Die *Debra*-Forscher vermuten, dass der Dauerstress mit Pandemie, Ukrainekrieg und Klimakrise wieder mehr Jugendliche zur Zigarette und anderen Rauchprodukten greifen lässt. Im Trend liegen besonders die Tabakerhitzer. Aromen könnten nach Ansicht des BMEL vor allem junge Menschen zum Rauchen animieren, da sie den Rauchgeruch überdeckten. Unter "charakteristischen Aromen" versteht man Geruch- und Geschmacksrichtungen, wie verschiedene Fruchtarten, *Kakao*, *Vanille* oder *Menthol*. Schon jetzt gilt ein solches Verbot von Aromen für Zigaretten und Tabak zum Selbstdrehen. Seit 2020 sind Mentholzigaretten EU-weit verboten. Mit der neuerlichen Gesetzesverschärfung setzt Deutschland eine EU-Richtlinie um, die ab dem 23. Oktober 2023 hierzulande angewendet werden soll. E-Zigaretten sind von dem Verbot bisher nicht erfasst.

Einweg-E-Zigaretten mit extrem schlechter Umweltbilanz

Weder Batterie noch Flüssigkeit lassen sich austauschen. Genau das macht Einweg-E-Zigaretten zu einem kurzlebigen Wegwerfprodukt, das aus umweltpolitischer Sicht eine Ressourcenverschwendung darstellt. Zudem ist zu vermuten, dass Einweg-E-Zigaretten, die Elektrogeräte sind und damit getrennt gesammelt werden müssen, nicht richtig entsorgt werden, so dass durch eine unsachgemäße Entsorgung dauerhaft wertvolle Ressourcen verloren gehen.

NEU:
MARLBORO RED & GOLD 7XL

60 STÜCK FÜR 20€



PURSUE FLAVOR.

ZUSAMMEN
weiter
HANDELN

mit
PHILIP MORRIS

Rauchen ist tödlich

HEETS-Verkäufe weiterhin steigend Profitieren auch Sie davon!



6,80 Euro
20 Stück

HEETS bringen viele Vorteile für Sie ...

- ✓ gute Verdienstmöglichkeiten (Stangenverkäufe)
- ✓ erfolgreich in den Top 7 des Zigaretten-Rankings
- ✓ weiterhin ungebremstes Wachstum

... und für Ihre Kund:innen

- ✓ echter Tabak bei ca. 95% weniger Schadstoffen*
- ✓ für jeden Geschmack eine Variante

*Im Vergleich zur Zigarette. Wichtige Information: IQOS ist nicht risikofrei. Durchschnittliche Reduktion der Konzentration einzelner schädlicher Substanzen (9 von der WHO identifizierte, sog. „priority toxicants“) bei IQOS im Vergleich zum Rauch einer Referenzzigarette (3R4F); Erfassung mit dem Intense Smoking Regime (Intensiv-Rauch-Regime) von Health Canada ohne Nikotin.

HEETS
for IQOS ORIGINALS

Dieses Produkt ist nicht risikofrei und nur für erwachsene Raucher:innen.
HEETS Tabaksticks enthalten Nikotin, das abhängig macht.

Einweg-E-Zigaretten sind Elektro- und Elektronikgeräte im Sinne des Elektro- und Elektronikgerätegesetzes (ElektroG). Dadurch sind die Hersteller verpflichtet, Einweg-E-Zigaretten mit dem Symbol der durchgestrichenen Mülltonne zu kennzeichnen, um deutlich zu machen, dass diese Produkte nicht im Restmüll entsorgt werden dürfen. Einweg-E-Zigaretten sind vom unsortierten Siedungsabfall getrennt zu erfassen.

Benutzte Einweg-E-Zigaretten
bitte korrekt entsorgen

Am besten gibt man die benutzte Einweg-E-Zigarette bei einer Sammelstelle im Handel oder bei den Kommunen ab. So wird die Umwelt geschont und Ressourcen in den Kreislauf zurückgeführt. Noch sinnvoller ist es

allerdings, von der Einweg-E-Zigarette auf eine Mehrweg-Alternative umzusteigen, denn damit leistet jeder Konsument einen wichtigen Beitrag, um der Verschwendung von Ressourcen entgegenzuwirken. Unter der nachfolgenden Adresse kann sich jeder Nutzer über die richtige Entsorgung von Einweg-E-Zigaretten und auch allen anderen Elektro- und Elektronik-Altgeräten informieren.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)
Stresemannstraße 128 - 130
10117 Berlin

Telefon: 030 18 305-0
Telefax: 0228 99 305-3225
<https://www.bmu.de>



R B A

*Absolut kultig:
Neue Bic Designs für
das Frühjahr*

BIC Auch zum Jahresanfang bietet BIC wieder ein wahres Feuerwerk neuer Designs in den Größen Maxi, Mini und Slim, die alle Raucherinnen und Raucher glücklich machen. Hier eine Auswahl der unterschiedlichsten Styles.

Maxi Hairy - Vom Afro bis zum Beatnik, dessen Mähne direkt in den Vollbart übergeht. BIC feiert die haarigen Momenten mit Hippie-Cartoons und viel buntem Flower Power. Und natürlich ist es immer hairlich, wenn sich die neuen Designs lässtig verkaufen.

Maxi Blau - Blau machen in acht verschiedenen Motiven, das gibt es nur bei BIC. Herrliche Farbverläufe, die mal an karibische Buchten, dann wieder an schönste Marmorierungen denken lassen, zieren die aktuelle Maxi Blau-Kollektion.

Maxi Retro - Yeah, yeah, yeah! Bei diesen Designs der *Maxi Retro Serie* hat man den Ohrwurm im Kopf, wilde Rock'n Roll Zeiten vor Augen und einen echten Umsatzbringer auf der Theke. Echter „Hot Stuff“ eben!

Mini Superheld - Wer BIC hat, braucht *Marvel* nicht mehr! Superhelden und -heldinnen sind gerade richtig angesagt und die Superheld-Serie ist booom, shoosh, wump - oder einfach nur SUPER!

Slim Linien - Acht Mal coole Linien-Designs in ruhigen Erdtönen, aber keinesfalls langweilig oder schlicht. Definitiv für Kunden, die auf die Linie achten: schlank und stylish.

Der nächste TABAK PROFI

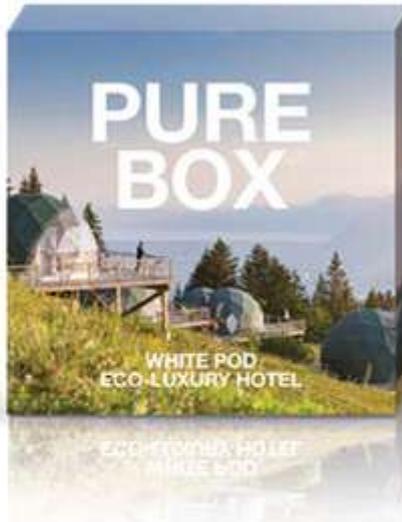
TABAK PROFI
Tabakprodukte im LEH

erscheint im Juni 2023

**LASS DIR
NICHT**



**VON DER EU DAS GESCHÄFT
KAPUTT MACHEN!**



Schweizer Emmentaler AOP – das Original

Wer sich für *Schweizer Emmentaler AOP* entscheidet, teilt auch die Werte, die das Handeln einer der ältesten Schweizer Marken bestimmen: Transparenz, Respekt vor Traditionen und das Wohl von Mensch und Tier. Das Original wird aus bester Schweizer Rohmilch handgefertigt, die zweimal täglich von Bauernhöfen aus maximal 20 km Entfernung frisch angeliefert wird. Jeder der rund 90 Kilo Laibe ist garantiert frei von Gentechnik und Zusatzstoffen sowie frei von Gluten und Laktose (unter 0,1 Gramm/100 Gramm gemäß *Deutschem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft*).

Diese Appenzeller Promotion weckt Frühlingsgefühle

Der Frühling rückt näher und macht die Liebhaber vom würzigsten Käse der Schweiz mobil:

Thekenpromotion mit aktivierendem Konzept fördert den Abverkauf des Originals aus dem Emmental.

SCM Im März und April sind die Verbraucher deutschlandweit an der Käsetheke dazu eingeladen, sich für sich für original *Schweizer Emmentaler AOP* zu entscheiden und so Teil einer bewussten, respektvollen Gemeinschaft zu werden. Bei der Gewinnaktion haben Konsumenten die Chance auf ein Wochenende in einem Schweizer Eco-Luxury-Hotel. Außerdem werden noch 20 Käsepakete mit jeweils 500 Gramm *Schweizer Emmentaler AOP* inkl. Schneidebrett im Lochmuster-Design verlost. Bei der exklusiven Aktion für das Thekenpersonal wird 1 Wochenende in einem Emmentaler Wohnfass verlost. Das Gratis-Werbemittelpaket kann direkt bei der *Switzerland Cheese Marketing GmbH* geordert werden – solange der Vorrat reicht. Es beinhaltet u. a. ein attraktives Thekendisplay mit 50 Gewinn-Rezeptkarten sowie 80 Prepack-Etiketten.



SCM Appenzeller Käse ist mit einer frischen Thekenpromotion und leckeren Rezepten zum Nachkochen am PoS präsent. Dabei rückt die neue Promotion die 100 Prozent Natürlichkeit des *Appenzeller Käses* in den Fokus. Weiter beinhaltet das Promotionsmaterial ausführliche und spannende Informationen rund um die Herkunft, Tradition und Herstellung. Das Werbemittelpaket schafft da Aufmerksamkeit, wo guter Käse frisch aufgeschnitten gekauft wird: an der Käsetheke. Es umfasst ein auffälliges Thekendisplay, 50 Rezeptflyer sowie 60 Prepack-Etiketten.



Unterstützt wird die Thekenpromotion mit einem neuen TV-Spot sowie Fachanzeigen. Solange der Vorrat reicht, können Werbemittelpakete gratis und versandkostenfrei bei der *Switzerland Cheese Marketing* abgerufen werden.

Appenzeller Käse – unvergessliche Geschmackserlebnisse seit 700 Jahren.

Aus dem idyllischen Appenzellerland mit seinen imposanten Bergen und saftig-grünen Wiesen kommt der würzigste Käse der Schweiz. Wie vor 700 Jahren wird *Appenzeller Käse* nach alter Handwerkstradition mit naturbelassener Rohmilch in rund 50 Dorfkäsereien hergestellt, wo er während der Reifezeit liebevoll mit der geheimnisvollen Kräutersulz gepflegt wird. *Appenzeller Käse* gibt es in vier Reifegraden mit einer Reifezeit zwischen drei und neun Monaten, sowie als *Appenzeller für Raclette*, *Appenzeller Fondue* und auch als *Appenzeller Rahmkäse*.

AUF DIE FREIHEIT VOM KÄSE-ALLTAG!

DIE NEUE THEKENPROMOTION VON SWIZZROCKER®

SWIZZROCKER
DIE FREIHEIT ZU GENIESSEN

**Die Freiheit genießen,
den Käse-Alltag hinter sich lassen.**

Mitmachen & Gewinnchance nutzen:
1 x E-Mountainbike
im Wert von ca. 2.800 €



**Aktionszeitraum: KW 5 – 13
Februar / März 2023**

Attraktive Werbemittel für die Käsetheke:

Im Aktionszeitraum liegen jedem Laibkarton 1 Thekendisplay mit 40 Gewinn-Rezeptkarten inkl. QR-Code zur Gewinnaktion sowie 18 Prepack-Sticker bei – solange der Vorrat reicht.

Ø 70 mm
Prepack-Sticker

Thekendisplay mit
40 Gewinn-Rezeptkarten



Für Verbraucher:

**1 E-Mountainbike im Wert von ca. 2.800 €
und 20 x ¼ Laib SWIZZROCKER®**



Für die Thekenfachkräfte:
**11 x ¼ Laib SWIZZROCKER® à ca. 1 kg
mit Outdoor-Trinkflasche von YETI**



Beispielhafte Gewinnabbildungen

SWIZZROCKER®: Die Freiheit zu genießen.

- Schnittkäse, schmackhaft-kraftvoll, mit bester Schweizer Rohmilch
- Natürlich von Hand gemacht, mind. 4 Monate gereift
- Frei von Gentechnik, Zusatz- und Konservierungsstoffen, gluten- sowie laktosefrei*

*unter 0,1 g / 100 g gemäß Deutschem Bundesministerium
*für Ernährung und Landwirtschaft



SWIZZROCKER®

DIE FREIHEIT ZU GENIESSEN



Switzerland Cheese Marketing GmbH, Bretonischer Ring 15, D-85630 Grasbrunn, info@schweizerkaese.de, www.schweizerkaese.de

Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz.
www.schweizerkaese.de



Kuemmerling's rollende Kneipe

Exklusive Bollerwagen-Verlosung am POS

HENKELL FREIXENET Mit einer aufmerksamkeitsstarken Instore-Verlosung bringt *Kuemmerling* die Verkäufe ab März 2023 buchstäblich ins Rollen. Shopper haben dann die Möglichkeit, in teilnehmenden Märkten einen gebrandeten *Kuemmerling* Bollerwagen zu gewinnen. Mit der Promotion sorgt der Kult-Halbbrötchen für zusätzliche Sichtbarkeit im Handel.

Kuemmerling ist auf Erfolgskurs: Die Marke hat ihren Umsatz 2022 im Vergleich zum Vorjahr gesteigert. Dazu hat insbesondere der Line Extender *Kuemmerling Pfefferminz* mit einem Umsatzplus von 21 Prozent beigetragen. „Mit der Instore-Verlosung möchten wir an den Erfolg des letzten Jahres anknüpfen“, so *Jan Rock*, Head of Communication bei *Henkell Freixenet*. „Der Bollerwagen passt perfekt zu der ausgehenden *Kuemmerling*-Zielgruppe, die ihre Freizeit gern in Gesellschaft verbringt – und ist noch dazu ein echter Blickfang im Markt.“

Der Bollerwagen aus hochwertigem Stoff mit *Kuemmerling*-Branding und dem Spruch „*Kuemmerling's rollende Kneipe*“ auf der Außenseite ist der ideale Begleiter für ausgelassene Touren mit Freunden. Er misst 108x51x94 cm und lässt sich ganz einfach zusammenfalten und platzsparend verstauen. Die rollende Kneipe hat eine Tragkraft von bis zu 80 Kilogramm. Das entspricht – Fans des Kräuterlikörs dürfte dies besonders freuen – dem Gewicht von 44 *Kuemmerling*-Würfeln.

Die Gewinnspielmechanik ist denkbar einfach und fördert die Mitmachbereitschaft: Im Aktionszeitraum von März bis Juni 2023 müssen Shopper lediglich die Gewinnkarte in teilnehmenden Märkten ausfüllen und in die Los-Box einwerfen – und haben so die Chance auf einen *Kuemmerling* Bollerwagen.

Der auffällige POS-Aufbau soll zum Zugreifen einladen und den Umsatz in teilnehmenden Märkten signifikant steigern: Die Zweitplatzierung besteht aus einer gebrandeten Ellipse mit integrierter Losbox, einem optional verwendbaren *Kuemmerling Pfefferminz*-Wobbler sowie Teilnahmekarten im *Kuemmerling*-Design mit perforierter Rezeptkarte zum Abtrennen und Mitnehmen.



OMG! 55-Mal mit Butaris gewinnen

Großes Gewinnspiel zum 55 jährigen Jubiläum

Unter dem Motto „Was wäre, wenn...?“ startet *Butaris* von Mitte Februar bis Mitte April seine Digital-Kampagne. Begleitend dazu werden zum 55. Jubiläumsjahr 55 Gewinne rund um hochwertige Küchenhelfer im Wert von über 5.555 Euro (gemäß UVP der Hersteller) verlost. Mitmachen kann jeder ganz einfach über das Ausfüllen des Teilnahmeformulars auf www.butaris.de/geburtstag

BUTARIS „Was wäre, wenn deine Oma plötzlich OMG! sagt?“ fragt *Butaris* in seinem Clip, der im Rahmen der Frühjahrs-Kampagne im 55. Jubiläumsjahr digital live gehen wird. Die Antwort auf diese und weitere Fragen ist für das Küchen-Allroundtalent klar: „Ja dann, ist *Butaris* drin.“, feiner Buttergeschmack, der unendlich vielen Gerichten zarten Schmelz und das Extra an Aroma verleiht. Als Dankeschön an alle *Butaris*-Fans, die diesem besonderen Geschmack beim Braten, Backen, Kochen und Frittieren seit 55 Jahren nicht widerstehen können, gibt es vom 20. Februar bis 17. April 55 tolle Preise im Wert von über 5.555 Euro (gemäß UVP der Hersteller) zu gewinnen. Kommuniziert wird die Gewinn-Aktion im Rahmen der digitalen Frühjahrs-Kampagne auf *Instagram*, *Facebook*, *Pinterest*, *YouTube*, mit SEA und Display Ads, sowie auf der eigenen Website www.butaris.de/geburtstag. Hier finden alle auch das Teilnahmeformular, um bei der großen Gewinnauslosung mitzumachen.

55-mal fette Gewinne

Die Preise, die auf die glücklichen Gewinner warten, lassen die Herzen aller Küchen-Akrobaten höher schlagen: Von *Kitchen Aid* Küchenmaschine, Pfannen von *LeCreuset*, WMF Fleischthermometer sowie *Rösle Burgerpresse* und Fleischklopfer bis zu Deko-Kühen von *Cowparade*, Tarteform von *LeCreuset*, Muffinblech inklusive Transporthaube von *Zenker* und *Butaris* Butterschmalz Produktpaketen.

Bei den ganzen Küchenutensilien kann *Butaris* Butterschmalz gleich in der Praxis glänzen. Hoch erhitzebar und frei von Laktose und Farbstoffen sowie laut Gesetz frei von Geschmacksverstärkern, Konservierungsstoffen und Emulgatoren sind die Anwendungsmöglichkeiten von *Butaris* unkompliziert und vielfältig.



Frostkrone Food Group ernennt Global Commercial Director

Emiel Lommen wird mit sofortiger Wirkung Global Commercial Director der *Frostkrone Food Group*. Er wird den globalen Vertrieb und die Bereiche Corporate NPD, Corporate Marketing sowie Sales Food Service Germany leiten. Er berichtet direkt an *Frédéric Dervieux*, CEO der *Frostkrone Food Group*.

Als Global Commercial Director wird er – in enger Abstimmung mit den Commercial Teams und den Managing Directors der einzelnen Units – die globale Abstimmung und Optimierung der Prozesse sowie die Verbesserung der Profitabilität voranbringen.

Emiel Lommen, der seit 2017 der *Frostkrone Food Group* angehört, übernahm 2021 die Position des Managing Directors Germany und leitete bis Ende Januar die deutschen Standorte mit mehr als 350 Mitarbeitenden.

Frédéric Dervieux wird bis auf weiteres zusätzlich die Funktion des Managing Director Germany übernehmen.

Führungswechsel bei Reemtsma in Hamburg

Dior Decupper ist neue Hauptgeschäftsführerin

Dior Decupper (50) hat als neue General Managerin für das Cluster DACH mit sofortiger Wirkung die Geschäftsleitung der *Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH* übernommen. Sie folgt damit auf *Dr. Carsten Wehrmann*, der als bisheriger General Manager und Vorstandssprecher das Hamburger Unternehmen nach rund zwei Jahren an der Spitze verlässt. *Dior Decupper* hat bereits von 2007 bis 2019 bei *Imperial Brands* gearbeitet. In ihre neue Rolle als *Reemtsma* General Managerin für die Cluster-Märkte Deutschland, Österreich und Schweiz bringt sie umfangreiche Führungserfahrung aus anderen Ländermärkten des Unternehmensverbands mit, unter anderem von 2015 bis 2019 als General Managerin für Frankreich und die Beneluxländer. Vor ihrem Eintritt bei *Reemtsma* war sie in der internationalen Lebensmittelbranche tätig, zuletzt als Group Chief Executive bei *The Meatless Farm* sowie als General Managerin für die Niederlande, Frankreich und Belgien bei *Upfield*. Neben ihrer umfangreichen Managementenerfahrung zeichnet *Dior Decupper* ein sehr tiefgehendes Verständnis für Verbraucherinnen und Verbraucher in verschiedenen Konsumgüterkategorien aus.

Bioplastik-Produkte im Check

Deutsche Umwelthilfe entlarvt Werbeaussagen wie „kompostierbar“ und „plastikfrei“ als Greenwashing und fordert Steffi Lemke zum Einschreiten auf

- DUH hat 29 Bioplastik-Produkte genau unter die Lupe genommen und stellt fest: Werbeslogans zu Kompostierung, Umweltfreundlichkeit und Plastikvermeidung sind Greenwashing
- Einflussreiche Unternehmen wie Edeka, Kaufland, Lidl, Dallmayr und Nestlé suggerieren Umweltverträglichkeit ihrer Bioplastik-Einwegprodukte und deren Entsorgung, anstatt auf wirklich nachhaltige Alternativen zu setzen
- DUH fordert von Verbraucherschutzministerin Lemke ein Werbeverbot zur Kompostierbarkeit von Bioplastik: Verbraucherinnen und Verbraucher können mitmachen unter www.duh.de/bioplastik-werbeluege

Viele Handelsunternehmen und Markenhersteller – darunter *Edeka*, *Kaufland*, *Lidl*, *Dallmayr*, *Nestlé* und *Pampers* – führen Verbraucherinnen und Verbraucher mit zweifelhaften Werbeslogans zu Einweg-Produkten aus Bioplastik in die Irre und hintertreiben echten Klima- und Umweltschutz. Dies ist das Ergebnis einer Untersuchung der *Deutschen Umwelthilfe* (DUH). Dabei hat die Umwelt- und Verbraucherschutzorganisation Werbeversprechen zur Umweltverträglichkeit und Entsorgung von insgesamt 29 Bioplastik-Produkten unter die Lupe genommen, angefangen von Kaffee- und Teekapseln über Take-Away- sowie Lebensmittelverpackungen bis hin zu Hygieneprodukten und sogar Schuhen.

DUH-Bundesgeschäftsführerin *Barbara Metz*: „Bioplastik boomt im Supermarktregal, der Drogerie oder im To-go-Bereich. Viele Menschen greifen bewusst zu Bioplastik-Produkten in der Hoffnung, so Umwelt und Klima zu schonen. Aufdrucke wie ‚umweltfreundlich‘, ‚kompostierbar‘ oder ‚plastikfrei‘ klingen zwar vielversprechend, doch der grüne Schein täuscht! Oft handelt es sich um Einweg-Produkte, die entweder komplett unnötig sind oder für die es längst umweltfreundlichere Mehrweg-Alternativen gibt. Die Entsorgung von nahezu allen Bioplastik-Produkten in der Biotonne ist aus gutem Grund verboten: Ein von uns Ende letzten Jahres durchgeführtes Experiment in einer repräsentativen industriellen Kompostierungsanlage hat gezeigt, dass als ‚kompostierbar‘ beworbene Produkte sich nur teilweise oder gar nicht zersetzen und den Kompost mit Plastikresten verunreinigen können. Bioplastik löst keine Probleme, sondern schafft neue. Deshalb fordern wir

Verbraucherschutzministerin Lemke auf, ein Werbeverbot zur Kompostierbarkeit von Bioplastik-Verpackungen und -Produkten einzuführen. Dadurch würde der von der Industrie am häufigsten verwendeten Bioplastik-Werbelüge ein Riegel vorgeschoben!“

Nach Einschätzung der DUH setzen Handelsunternehmen vor allem auf Bioplastik, um unter einem grünen Deckmantel mit dem massenhaften Verkauf von unnötigen Wegwerfverpackungen und kurzlebigen Einweg-Produkten weiterzumachen. Doch ebenso wenig wie die vermeintliche Kompostierbarkeit von Bioplastik-Verpackungen und -Produkten ist deren Herstellung aus nachwachsenden Rohstoffen eine umweltfreundliche Lösung. Häufig werden zur Produktion von „pflanzenbasiertem“ Bioplastik Nutzpflanzen aus landwirtschaftlichen Monokulturen verwendet.

„Für Wegwerfprodukte aus Plastik schwindet zunehmend die Akzeptanz bei Verbraucherinnen und Verbrauchern. Viele Hersteller tauschen deshalb ihre fossil basierten Kunststoffverpackungen und -produkte gegen solche aus Bioplastik aus und bewerben diese als ‚pflanzenbasiert‘ oder gar ‚plastikfrei‘. Das betrifft beispielsweise völlig unnötige Tomatenverpackungen bei Kaufland oder Einweg-Windeln von Marktführer Pampers. Chemisch gilt jedoch: Bioplastik bleibt Plastik. Zudem fällt kein Gramm weniger Abfall an. Umweltbewusste Verbraucherinnen und Verbraucher sollten sich nicht an der Nase herum führen lassen und stattdessen möglichst Abfälle vermeiden und Mehrwegalternativen verwenden“, sagt der DUH-Leiter für Kreislaufwirtschaft *Thomas Fischer*.

Um das Greenwashing mit Bioplastik zu stoppen, hat die DUH bereits eine Protestmail-Aktion an Umwelt- und Verbraucherschutzministerin *Steffi Lemke* gestartet. Bürgerinnen und Bürger können unter www.duh.de/bioplastik-werbeluege mitmachen und den Druck für ein Werbeverbot zur Kompostierbarkeit von Bioplastik erhöhen. Außerdem setzt die DUH sich für echte Lösungen gegen die Plastikflut ein, allen voran Maßnahmen zur Abfallvermeidung und Mehrwegsysteme für Verpackungen.

Wohnungsgenossenschaft zeigt tagesaktuelle Supermarktangebote im Treppenhaus

Die *Wohnungsgenossenschaft Kleefeld-Buchholz* hilft ihren Mieterinnen und Mietern mit einem neuen Service beim Geldsparen: Sie zeigt auf den Digitalen Brettern in ihren Treppenhäusern tagesaktuelle Angebote aus den umliegenden Supermärkten und Discountern an. Möglich wird das durch eine Kooperation mit der *my-value-shopping GmbH*, die dafür ihren Preisvergleich „smhaggle“ zur Verfügung stellt.

„Wissen, wo es die besten Preise für die eigene Einkaufsliste gibt und nie wieder im Supermarkt oder beim Discounter unnötig viel bezahlen. Das wollen wir mit „smhaggle“ ermöglichen“, erklärt *Sven Reuter*, Gründer und Geschäftsführer der *my-valueshopping GmbH*, die Idee hinter der App.

Seit Januar 2023 setzt die *Wohnungsgenossenschaft Kleefeld-Buchholz* diesen Service auch in ihren Häusern ein. Diese hat sie schon vor Jahren mit Digitalen Brettern der *mieterinfo.tv Kommunikationssysteme GmbH & Co. KG* ausstatten lassen. Dank „smhaggle“ erhalten die Bewohnerinnen und Bewohner über die Digitalen Bretter jetzt jeden Tag Sonderangebote aus den Supermärkten im Umkreis von drei Kilometern um das jeweilige Haus. „Das können bis zu sieben Märkte sein. Wir können den Radius aber auch variieren“, erklärt *Marcus Berbic*, geschäftsführender Gesellschafter der *mieterinfo.tv*. „Pro Markt zeigen wir täglich ein bis fünf Produkte an. Die Daten werden jeden Tag aktualisiert.“

Verantwortung für die Mitglieder

„Als Wohnungsgenossenschaft haben wir eine Verantwortung für unsere Mitglieder. Wir gewährleisten faire Mieten und optimieren die Nebenkosten. Momentan sind aber auch die steigenden Lebensmittelpreise für viele Menschen ein Problem. Hier setzen wir mit der „smhaggle“-Kooperation an. Denn damit können unsere Mitglieder im Alltag echtes Geld sparen“, erklärt *Dipl.-Kfm. Christian Petersohn*, Vorstandsvorsitzender der *Wohnungsgenossenschaft Kleefeld-Buchholz eG*.

.....

BAT steigert mit Tabak-Alternativem Umsatz und Gewinn

Der britische Zigarettenkonzern *British American Tobacco (BAT)* kommt beim Ausbau seines Geschäfts mit neuen Produkten wie E-Zigaretten und Tabakerhitzern voran. Der Bereich mit Marken wie *Glo* und *Vuse* bleibt aber trotz eines starken Wachstums erst einmal ein kleinerer Teil des Konzerns. Dennoch legten die Tabak-Alternativen um etwas mehr als 40 Prozent auf 2,9 Milliarden Pfund zu. Bis 2025 soll der Anteil auf 5 Milliarden Pfund steigen. Konzernchef *Jack Bowles* will den Umbau zudem beschleunigen. Er geht davon aus, dass die Sparte mit neuen Produkten bereits im kommenden Jahr profitabel wird und nicht erst 2025.

.....

„Gesunde Ernährung erreicht man nicht nur durch Verbote“

Ministerin *Kaniber* und Gesundheitsminister *Holetschek* halten die Pläne von *Cem Özdemir* für überzogen

Als völlig überzogen haben Bayerns Ernährungsministerin *Michaela Kaniber* und Gesundheits-

minister *Klaus Holetschek* die Pläne von Bundesminister *Cem Özdemir* zu Werbebeschränkungen von ungesunden Lebensmitteln zurückgewiesen. „Die grüne Bevormundungspolitik treibt hier wieder neue Blüten. Jetzt kommt noch die Verunsicherung der Verbraucherinnen und Verbraucher dazu. Diese völlige Verwirrung, die er mit seiner teilweise absurden Liste im ganzen Land ausgelöst hat, kann und muss Bundesminister *Cem Özdemir* einfach beseitigen. Denn gesunde Ernährung fördert man nicht einfach über Werbeverbote, sondern indem man über ungesunde Ernährungsweisen aufklärt. Das tun wir in Bayern. Der bevormundende Staat ist keine Lösung. Mit seinem Verbot wird Bundesminister *Özdemir* Übergewicht und Adipositas bei Kindern nicht lösen“, sagte die Ernährungsministerin *Michaela Kaniber*.

Gesundheitsminister *Holetschek* ergänzte: „Die Pläne der Ampel sind maßlos übertrieben. Werbung für Grundnahrungsmittel wie Milch, Butter und Brot zu verbieten, schützt Kinder und Jugendliche. Solche Beschränkungen müssen mit Augenmaß erfolgen! Klar ist: Kindliches Übergewicht hängt unmittelbar mit der Ernährung und Bewegung zusammen. Es wäre aber naiv zu glauben, dass ein Werbeverbot für Milch, Butter und Brot das Problem der ungesunden Ernährung löst. Statt Werbung für Grundnahrungsmittel zu verbieten, müssen wir unseren Kindern und Jugendlichen die nötige Gesundheitskompetenz vermitteln. Nur so können sie – auch irgendwann als Erwachsene – eigenverantwortliche Entscheidungen treffen, die ihre Gesundheit fördern und nicht schädigen.“

Um ernährungsbedingte Krankheiten bei Kindern zu vermeiden, setzt der Freistaat nach den Worten von Ministerin *Kaniber* auf einen Mix aus verschiedenen Ansatzpunkten. Dazu gehört auch die eigene Verantwortung der Eltern, ihre Kinder an eine gesunde und vernünftige Ernährung heranzuführen und sie entsprechend zu erziehen. Der Freistaat unterstützt die Eltern aber dabei tatkräftig. „Jeder Mensch weiß und lernt in der Schule, welche Lebensmittel wichtig für eine gesunde Ernährung sind. Wir in Bayern setzen hier schon früh an, indem wir Bildungsangebote zum Mitmachen in den Kitas und Schulen, aber auch im außerschulischen Bereich anbieten“, so *Kaniber*.

Der Gesundheitsminister fügte hinzu: „Seltsam ist auch: Der grüne Bundeslandwirtschaftsminister schlägt vor, zum Schutz von Kindern Werbung für ungesunde Lebensmittel in einem großen Umfang zu verbieten und im selben Moment wollen die Grünen Cannabis legalisieren – was große Risiken für die Gesundheit insbesondere von Jugendlichen bedeutet. Das passt nicht zusammen!“

.....

FNG MAGAZIN ISSN 0949-3581
FOOD, NONFOOD, GETRÄNKE + TOBACCO

Herausgeber:

Dr. Harnisch Verlagsgesellschaft mbH
Eschenstr. 25, 90441 Nürnberg
Telefon: 09 11 20 18-0, Fax: 09 11 20 18-100
fng@harnisch.com | www.fng-magazin.de

Geschäftsführer:

Dr. Claus-Jörg Harnisch
Benno Keller

Chefredaktion:

Philipp Hirt-Reger

Redaktion:

Christine Dölle (foodi)
Christiane Ebner
Britta Göpfert
Johanna Hofbauer
Matthias Pierau
Sabine Straka

Büro Hamburg:

Bert Pflüger
bert.pflueger@t-online.de

Büro Leverkusen:

Marie Schäfers
m.schaefers@rheinruhrmedia.de

Büro Offenburg:

Gudrun Schillack
textundpresse@t-online.de

Büro Paris:

Heike Hildebrandt
heike.hildebrandt@hspn-com.eu

Head of Production:

Britta Göpfert

Technische Leitung:

Armin König

Herstellung:

Schleunungdruck GmbH
Eltertstraße 27
97828 Marktheidenfeld

Mediabetreuung:

Anzeigenabteilung:

Telefon: 09 11 2018-245
fngmobile@gmx.de

Thomas Mlynarik

Telefon: 09 11 2018-165
Fax: 09 11 2018-100
mlynarik@harnisch.com

Gabriele Fahlbusch

Telefon: 09 11 2018-275
Fax: 09 11 2018-100
fahlbusch@harnisch.com

Edouard C. Costemend (Frankreich)

Telefon: +33 (0)6 86 64 62 85
edouard.costemend@free.fr

Vertrieb:

Sabrina Maasberg
maasberg@harnisch.com

Erscheinungsweise:

6 x jährlich sowie 6 Themenhefte

Bezugspreise:

Einzelheft: 3,- Euro
Jahresabonnement: Inland: 30,- Euro + 18 Euro
Versandkosten (zzgl. MwSt.)
Ausland: 30,- Euro + 27,- Euro Versandkosten

Die Berichterstattung im Magazin unterliegt einer unabhängigen Redaktion.

Der Dr. Harnisch Verlag ist Mitglied im Forum Nachhaltiger Kakao e.V.

REDAKTION
HOTLINE
☎ 0911
20 18-250



Kabbelei um die Krabbelei im Essen

Ja, das muss man ja auch erstmal verdauen! Es ist so weit: Die EU hat die Verarbeitung von bestimmten Käfern und Grillen in Lebensmitteln erlaubt (die Zulassung für Mehlkäfer und Wanderheuschrecke gab es schon früher). Seit dem 26. Januar können Hausgrille und Getreideschimmelkäfer im Essen landen. Lecker? Ansichtssache. Da gruselt es den einen oder die andere. Umweltfreundliche und kostengünstige Proteinquelle hin oder her – am (wenn auch toten und unkenntlich gemachten) Krabbeltier im Mund scheiden sich die Geister. So eine Zumischung schmeckt man doch gar nicht, heißt es. Aber das ist gar nicht der Punkt. Gemahlene Beinchen und Panzer sind gewöhnungsbedürftig. Da ist noch viel Überzeugungsarbeit zu leisten.

Insektenrestaurants gab es ja schon lange. Und einzelne Produkte mit Insektenbeigabe konnte man längst hier und da auf Messen probieren. Und im Ausland. Ganz ehrlich: Schon probiert und ganz persönlich für nicht lecker befunden. Leicht muffiger Beigeschmack, selbst wenn nur wenig im Produkt war. Muss nicht sein. Aber das ist Ansichtssache. Es gibt sicherlich Liebhaber dafür. Menschen, die über ihren Schatten springen und auf diese „bessere“ Proteinquelle zurückgreifen wollen – aus Nachhaltigkeitsgründen. Menschen, die es nicht stört und die es auch nicht rausschmecken. Aber das sind eben nicht alle – und das ist durchaus verständlich.

In Gesundem und in Fast Food

Nach der neuen Verordnung ist die Menge der Insektenzugabe begrenzt, so darf etwa ein Fleischersatz-Produkt maximal zu fünf Prozent aus Insekten bestehen. Aber: Der Getreideschimmelkäfer (*Alphitobius diaperinus*) KANN künftig zum Beispiel in Getreideriegeln, Brötchen, Brot, Porridge, Suppen, Pizza, Nudeln, Schokolade und Co. stecken. Beruhigend: Die Insekten kriegen

24 Stunden vor der Tötung durch Hitze keine Nahrung mehr, damit sie keinen Darminhalt in sich tragen, wenn sie verarbeitet werden. Na, das ist doch schon mal was, oder?

Zutatenliste im Augen behalten

Was dagegen immer mehr Verbraucher auf die Palme bringt, weil das Thema mehr und mehr an Fahrt aufnimmt: Grundsätzlich muss auf den Insekten-Lebensmitteln keine extra Kennzeichnung angebracht werden. Nur die Zutatenliste verrät, dass hier auch Krabbler drin sind. Das ekelt einige Zeitgenossen mächtig an. Gut zu sehen am Werbegag einer Schokoladenmarke, die mit einer fiktiven Nischerei mit Heimchenbeinen juxte. Kam nicht so gut an. Alles vielleicht Gewöhnungssache? Schließlich stecken ja auch in einigen bestehenden Produkten Zutaten, die man solitär auch nicht gerade auf dem Teller liebt. Wer isst beispielsweise schon einfach so einen Schafs- oder Schweinedarm. Oder Stichwort: Scharlachschildlaus. Haben Süßigkeiten-Liebhaber garantiert schon in Massen verdrückt. Aber diese Zutaten werden schon lange verarbeitet, sind nicht zu sehen, nicht (besonders) zu schmecken – und waren eben schon immer da. Juckt deshalb auch keinen.

Der Kopf isst mit

Aber: Menschen mit Allergien gegen Krebstiere oder Hausstaubmilben sollten die neue Zutat aus dem Reich der Krabbler nicht essen, deshalb gibt es einen entsprechenden Hinweis in der Nähe der Zutatenliste. Wer sich also ekelt, muss hinschauen. Und wer Veganer oder Vegetarier ist, auch. Das sorgt für Vorabfrust. Aber wahrscheinlich ist es wie immer: Nichts wird so heiß gegessen, wie es gekocht wurde. Auch die Insekten nicht. Spannend wird nur: Sind die Insekten-Produkte Ladenhüter oder Verkaufsschlag? Alles eine Sache des Kopfes...

fng
THEMENHEFTE

MYTHOS
Getränke

MYTHOS
SWEETS

GENUSSWELT
TABAK

TABAK PROFI
Tabakprodukte im LEH

GENUSS
ANTI-KLER

Swissness+

Deutschland
isst erstklassig.

NEU



WIR MACHEN NEUWIEDER!
ZUKUNFT AUS TRADITION
- SEIT 1936

- Abiturientenprogramm im Handel
- Handelsfachwirt, Handelbetriebswirt
Vollzeit oder berufsbegleitend

SEMINARE ONLINE ODER IN PRÄSENZ:

- Prüfungsvorbereitung Verkäufer & KiE
- Sachkundenachweis
freiverkäufliche Arzneimittel
- Ausbildereignung

STARTE DEINE KARRIERE
www.food-akademie.de



food akademie

BUNDESFACHSCHULE
NEUWIED

food akademie Neuwied GmbH

Friedrichstraße 36 · 56564 Neuwied · Telefon 0 26 31 - 83 03

BERLINER EIS-MANUFAKTUR SEIT 1927

Florida Eis *green*

NEU

CREMIGES MILCHEIS

- + frische Milch
- + feine Erdbeersauce
- + Knisterstückchen



DAS KLIMAFREUNDLICHSTE EIS DEUTSCHLANDS

- ✓ aus handwerklicher Herstellung
- ✓ mit besten Zutaten
- ✓ ohne Luftaufschlag
- ✓ CO₂ neutral hergestellt

JETZT IM NACHHALTIGEN BAMBUS-BECHER

- ✓ vollständig biologisch abbaubar
- ✓ schnell nachwachsender Rohstoff, dadurch erneuerbare Ressource
- ✓ speichert CO₂ und produziert 35% mehr Sauerstoff als Bäume
- ✓ trägt zur Abschwächung des Klimawandels bei

Florida-Eis Manufaktur GmbH

Am Zeppelinpark 53 | 13591 Berlin | Tel.: +49(0)30 364 03 55 0 | E-Mail: kontakt@floridaeis.de | www.floridaeis.de

