

Bernd NEUMANN, Leverkusen

# Viel Neues bei geringerer Frequenz



InterMopro

## Teil 1: Molkereiprodukte und Zutaten

*Gentechnik-, laktose- und fructosefreie Erzeugnisse sowie Heumilch verdeutlichen auf der diesjährigen InterMopro den Trend zu hochwertigen Produkten*

Als das in zweijährigem Turnus stattfindende Messetrio InterMopro, InterCool und InterMeat nach viertägiger Dauer am 15. September in Düsseldorf zu Ende ging, hatten sich inklusive der Synergiebesucher der parallel ausgerichteten Gastronomiefachmesse Hogatec rund 33.000 Interessierte (2008: 37.000) über das Angebot von ca. 760 Unternehmen aus 28 Ländern (2008: 970) informiert. Der – nicht unerwartete – Besucherrückgang und die deutlich geringere Ausstellerfrequenz taten jedoch der Qualität der Veranstaltung und der Vielfalt des Exponate-Spektrums zumindest noch keinen Abbruch.

Der InterMopro im Speziellen waren knapp 200 Firmen zuzuordnen, die in Halle 14 und einer Hälfte der Halle 15 rund 9.500 m<sup>2</sup> belegten. Neben 119 einheimischen Unternehmen stellten Österreich (19), die Schweiz (13) sowie Frankreich, Italien und die Niederlande mit je zehn Firmen die stärksten Ausländerkontingente.

Außer Molkereierzeugnissen und entsprechenden Zutaten wie Gewürze, Fruchtzubereitungen oder Ingredienzien waren auch Verpackungen und die entsprechende Technik zu sehen. In diesem ersten Teil der Messeberichterstattung werden insbesondere neue Milchprodukte resümiert, wobei wegen der Fülle der Innovationen kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben wird.

Viele Erzeugnisse standen zum Zeitpunkt der Messe kurz vor der Markteinführung oder waren Gegenstand aktueller Listungsgespräche. Allgemein war ein Trend zu höherwertigen Produkten erkennbar. Gentechnikfrei, Bio, Laktosefrei und sogar Fructosefrei lauten die Schlagworte. Die österreichischen Anbieter propagierten insbesondere die Heumilch.

### ■ Heumilch-Sortiment aus dem Allgäu

Dass die alpenländischen Nachbarn mit Heumilch keine Alleinstellung mehr haben, beweist die Allgäuland-Käsereien GmbH, Wangen, mit einer jüngst im Markt eingeführten, insgesamt 18 Varietäten umfassenden Produktlinie der Marke „Allgäuland-Bergbauern“. Mit Ausnahme der mild-gesäuerten und der Sauerrahmbutter basieren alle übrigen Erzeugnisse der Range – Vollmilch, fettarme Milch sowie diverse Quark- und Joghurtsorten in Bechern und Gläsern – auf frischer Heumilch. Alle fruchtfreien Produkte und auch die Butter tragen zudem das Siegel „Gentechnikfrei“.

Der Allgäuer Milchverarbeiter darf damit für sich in Anspruch nehmen, das erste deutsche Unternehmen mit einem solchen Premiumsortiment zu sein. Die Lieferanten bewirtschaften



**Auf der Basis gentechnikfreier Heumilch startete Allgäuland-Käsereien jüngst ein umfangreiches Premiumsortiment**

Berghöfe gemäß EU-Richtlinie, d. h. in einer Lage oberhalb von 800 m Höhe oder ab 600 m mit mindestens 18 Prozent Hangneigung. Als Futter dienen im Sommer die Wiesen, im Winter würziges Bergheu. Das ganzjährige Ergebnis ist eine hochwertige, gelblich gefärbte Milch, die reich an Omega-3-Fettsäuren, Mineralien und Aromen ist.

Innerhalb des Käsesortiments gibt es seit einigen Monaten den fein-milden „Allgäuländer“ mit 45 Prozent Fett. Zur InterMopro neu vorgestellt wurden die Scheiben-Variante und der „Spätzle-Käse“ als Mischung mit würzigem Bergkäse.

### ■ Käse-Snacks für den kleinen Hunger

Das im oberbayerischen Lehen beheimatete Alpenhain Käsespezialitäten-Werk präsentierte sich im Rahmen der Schwestermesse InterCool und propagierte vor allem tiefgekühlte „Knusper-Käse Snacks“ als fleischlose Alternative zur Verwendung zum Beispiel als Beilage, Vorspeise oder Salat-Topping.

Die schmackhaften, schnell zubereiteten Happen sind in diversen Geschmacksrichtungen und Formen erhältlich, etwa als Brie-Spitzen, Mozzarella-Sticks oder Mini-Camemberts. Besonders ins Auge fallen die cremig-milden Gouda-Herzen.



**Deutsche Heumilch-Pioniere: Paul E. Ritter, Geschäftsführer der Allgäuland-Käsereien GmbH, Peter Müller, Erster Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender, und Marcel Mohsmann, ebenfalls Geschäftsführer (von links)**



## Stück für Stück Mehrwert erleben

Die flexible Fülltechnologie von SIG Combibloc macht den Weg frei für Produktkonzepte, die Milchgetränke mit Stückchen in ein neues Geschmackserlebnis verwandeln. Ganz gleich, ob Sie ein Milchprodukt mit echten Frucht- und Gemüsestückchen oder Cerealien noch attraktiver machen möchten: Mit SIG Combibloc werden aus innovativen Ideen erfolgreiche neue Produkte. Mit dem *drinksplus*-Konzept lassen sich Milchgetränke mit echtem Mehrwert umsetzen, die ein völlig neuartiges Trinkerlebnis bieten.

Lust auf mehr bekommen?

Dann besuchen Sie uns im Internet unter: [www.sig.biz/drinksplus](http://www.sig.biz/drinksplus)



**SIG Combibloc**

Fill the Difference

**SIG Combibloc GmbH**  
Rurstraße 58  
52441 Linnich, Deutschland  
T +49 2462 79 0  
F +49 2462 79 2519  
[www.sig.biz](http://www.sig.biz)

## ■ Wickie mit „Störer“

Die Privatmolkerei J. Bauer GmbH & Co. KG, Wasserburg, die ihren Messestand übersichtlich in drei Themeninseln entsprechend den Produktbereichen Joghurt, Käse und Mövenpick unterteilt hatte, präsentierte auch in diesem Jahr wieder zahlreiche Produktlaunches. Erstmals vorgestellt wurden zum Beispiel „der große Bauer mit fein pürierten Früchten“ sowie



**Der Messestand der Privatmolkerei Bauer war übersichtlich in drei Themeninseln gegliedert**

– mit verbesserter Rezeptur, in innovativem Becher und mit geänderten Namen – der „große Bauer Müsli“. Als weitere Ergänzung der Range wurde zum 200. Geburtstag des Münchener Volksfests die Variante „Wiesn Gaudi“ kreiert.

Seit Juli im Handel ist ein Drinks, Quark, Joghurt und Pudding umfassendes Kindersortiment mit der beliebten Zeichentrückfigur Wickie. Als wichtiger Hinweis für Eltern ist auf der Packung zusätzlich ein „Störer“ integriert, der zum Beispiel darüber informiert, dass ausschließlich fein pürierte Früchte verwendet werden.

Ferner stellte Bauer zwei neue Schnittkäsesorten mit Pilzgeschmack vor. „Diplomat Gourmet Butterpilz Trüffel“ bildet den Auftakt einer weiteren Premium-Linie. Bei „Diplomat Waldpilze“ handelt es sich um eine Sortimentsergänzung des Schnittkäse-Klassikers.

## ■ Frische Schokoladenmilch mit Extras

Der Trend zu hochwertigen Qualitäten spielt auch bei der Milchwerke Berchtesgadener Land Chiemgau eG eine große Rolle. So gibt es die Bio-Alpenmilch jetzt auch laktosefrei. Zudem hat die in Piding ansässige Molkerei mithilfe einer neu installierten Tetra Top-Anlage ihr Lieferprogramm um weitere Frischmilch- und Joghurtgetränke ausgebaut.

Nach Trinkjoghurt und Bio-Fruchtmolke bereichert seit Oktober dieses Jahres frische Schokoladenmilch mit Calcium- und Traubenzucker-Zusatz das Angebot. Darüber hinaus



**Seit Oktober im Handel: mit Calcium und Traubenzucker angereicherte, frische Schokoladenmilch der Milchwerke Berchtesgadener Land**

rundet ein milder, cremig gerührter 150 g-Naturjoghurt das grüne Premiumsortiment aus Bergbauern-Milch ab.

## ■ Bonifaz als Halbmond

Die Bergader Privatkäseerei GmbH, Waging am See, stellte zwei neue, laktosefreie Käseideen für das SB-Regal vor. Zum einen eine Halbmondform-Variante des bekannten Bonifaz-Weichkäses, die auch seinem „Genussbotschafter“ Alfons Schuhbeck gefallen dürfte. Zur Erzielung einer noch größeren Cremigkeit reifen die Halbmonde zunächst als Minilaibe und werden erst kurz vor der Auslieferung geschnitten und verpackt.

Zum anderen wurde eine ausschließlich aus der Milch EU-anerkannter Bergbauernhöfe hergestellte, mild-nussige Schnittkäse-Varietät präsentiert. Das Produkt setzt die herkunftsbedingte Unternehmensphilosophie konsequent fort und wird dementsprechend unter dem Markennamen „Bergader Bergbauern“ offeriert.

## ■ Joghurts auch fructosefrei

Die Breisgaumilch GmbH, Freiburg, einer der Pioniere hinsichtlich laktosefreier Erzeugnisse, setzt noch einen drauf. Laut Firmenaussage bisher einzigartig auf dem Markt werden nun Fruchtjoghurts angeboten, die nicht nur laktose-, sondern auch fructosefrei hergestellt werden. Sie sind seit Anfang Juli im Handel und in



**Nicht nur laktose-, sondern auch fructosefrei: die neue Fruchtjoghurt-Linie von Breisgaumilch**

den Geschmacksrichtungen Vanille, Macadamia, Mokka und Schoko-Kokos erhältlich. Als Zucker- bzw. Fructose-Ersatz wird der noch relativ unbekannt, biologische Stoff Erythrit in Verbindung mit Sucralose verwendet.

Eine laktosefrei Frischmilch ohne Gentechnik ist eine weitere Innovation. Das Badener Unternehmen nimmt für sich in Anspruch, hinsichtlich Schwarzwälder-Qualität der derzeit einzige Anbieter in den beiden Fettstufen 3,5 Prozent und 1,5 Prozent zu sein, die zudem in modernen 1 Liter-Packungen mit Big Neck-Schraubverschlüssen ausgeliefert werden.



**Bei Cono Kaasmakers stand das Nachhaltigkeitskonzept „Caring Dairy“ im Mittelpunkt (Foto: Cono Kaasmakers)**

## ■ Nachhaltigkeit im Polder

Die niederländische Molkereigenossenschaft Cono Kaasmakers mit Sitz in dem nordholländischen Polder Beemster präsentierte ihre gleichnamige, für SB-Theken konzipierte Käse-Premiummarke unter dem Gesichtspunkt des implementierten Nachhaltigkeitssystems „Caring Dairy“. Dieses wurde auf Initiative der Unilever-Tochter Ben & Jerry's, einem Speiseeisproduzenten, entwickelt und von Cono Kaasmakers für seine rund 500 Milchbauern übernommen.

Die „Sorge um die Milchwirtschaft“ zielt insbesondere auf die permanente Verbesserung der Nachhaltigkeit innerhalb des gesamten Käseherstellungsprozesses bzw. der Wertschöpfungskette ab. Hierin sind ebenfalls wesentliche Kriterien der landwirtschaftlichen Erzeugung eingeschlossen. So wird nicht nur auf die Verringerung von CO<sub>2</sub>-Emissionen fokussiert, sondern auch auf ökonomische und soziale Aspekte bis hin zur Auszahlung fairer Milchpreise. Einen weiteren wichtigen Bestandteil des Konzeptes bildet das Wohlergehen der Milchkühe.



**Alle Emmi-Produkte sind ab sofort durch ein neues Design mit typischen Schweizer Symbolen optisch vereinheitlicht**

Charakteristische optische Merkmale der neuen Dachmarke für den Käse- und Frischproduktebereich sind eine rot-weiße Schweizer Berg-Silhouette sowie typisch eidgenössische Symbole. An innovativen Produkten wurde u. a. ein Käse-Fondue ohne Alkohol vorgestellt, das seit Anfang Oktober in den Läden steht. Ferner wird die Caffè Latte-Range aktuell durch eine Variante mit Bourbon-Vanille aus Madagaskar ergänzt.

### ■ Launch einer neuen Dachmarke

Bei Emmi, dem größten schweizerischen Milchverarbeiter mit deutscher Dependence in Essen, stand u. a. die Präsentation des neuen vereinheitlichenden Looks im Mittelpunkt, mit dem die Produkte der gelben und weißen Linie künftig gemeinsam in den Regalen gut erkennbar sein werden.

### ■ Optimiertes Logo für Premium-Eis

Auch die Humana Milchindustrie GmbH, Everswinkel, hat sich hinsichtlich der optischen Produktpräsentation etwas Neues einfallen lassen und ihr Eis-Premiumsortiment Sanobub mit einem veränderten Logo versehen. Alle Sorten der Traditionsmarke werden seit März dieses Jahres sukzessive auf das moderne Erscheinungsbild umgestellt,



**Das neue Logo der Humana-Eismarke Sanobub fällt sofort ins Auge**

dem man nicht nur eine gewisse Eleganz, sondern auch eine deutlich verbesserte Erkennbarkeit zubilligen kann. Passend zum optimierten Outfit wurde die Linie um einige Kreationen erweitert; zum Beispiel „Cream & Biscuit“, ein cremiges Vanille-Eis zwischen zwei Schokokeksen, oder „Nougat Twins“, ein ebensolches mit Nougat-Füllung. Ebenfalls neu ist „Creamtime Rumba“, ein 110 ml-Becher mit einer Füllung aus Vanille-Eiskrem mit Rum-Aroma.

### ■ Fusion zwischen Nordmilch und Humana perfekt

Zahlreiche weitere neue Humana-Produkte fanden sich auf dem großzügig dimensionierten InterMopro-Stand der gleichfalls in Everswinkel ansässigen Nord-Contor Milch GmbH, die als Vertriebskooperation mit der Bremer Nordmilch AG auch deren Innovationen sowie Erzeugnisse der Euro Cheese Vertriebs-GmbH präsentiert. Die zum Zeitpunkt der Messe aus kartellrechtlichen Gründen noch nicht offizielle Fusion zwischen Nordmilch und Humana zu einem der zehn größten europäischen Unternehmen der Branche wurde wenige Tage nach der Düsseldorfer Veranstaltung bestätigt.

## Erfrischende Optik – erstklassige Zutaten!

Nürnberg, Germany

10. – 12.11.2010

# Brau Beviale 2010

Raw Materials – Technologies – Logistics – Marketing

**Die Getränkebranche trifft sich in Nürnberg!**

**Veranstalter**  
NürnbergMesse GmbH  
Messezentrum  
90471 Nürnberg

**BesucherService**  
Tel +49 (0) 9 11. 86 06-49 99  
Fax +49 (0) 9 11. 86 06-49 98  
besucherservice@nuernbergmesse.de

Gesucht? Gefunden!  
[www.ask-Brau-Beviale.de](http://www.ask-Brau-Beviale.de)

Hier finden Sie alle Aussteller und Produkte!

NÜRNBERG MESSE



**Kurz vor der offiziellen Bekanntgabe ihrer Fusion präsentierten sich Nordmilch und Humana gemeinschaftlich auf dem Stand ihrer Vertriebskooperation Nord-Contor**

Launches der Humana-Marke Ravensberger sind u. a. eine in den Sorten Pur, Kirsche und Heidelbeere erhältlich, mit Sahne verfeinerte Grieß-Mousse sowie der besonders schonend zubereitete „Omas Milchreis“, der in einer verbrauchergerechten Zwei-Kammer-Schale in den Geschmacksrichtungen Schwarzkirsche und Gartenapfel angeboten wird.

„Quark des Jahres“ der Nordmilch-Marke Milram ist der mit einer Mischung aus schwarzem, rosa und grünem Pfeffer verfeinerte, cremigerührte „Drei-Pfeffer-Quark“. Ebenso im Markt eingeführt wurden jüngst Frucht-Buttermilch-Drinks in der 500 g-Tetra Top-Flasche; und zwar die Sorten Zitrone, Erdbeere, Multivitamin und Kirsche-Banane Diät. Alle neun bisherigen Varianten der Range sind nach wie vor auch in 750 g-Tetra Tops erhältlich.



**Milch kann mehr! Kuh Lotte überreicht als Dank für die Unterstützung der gleichnamigen LV Milch NRW-Kampagne eine Sammlung der originellsten Verbraucheraussagen zu diesem Thema an Torsten Schaller, Leiter Schulmilchvertrieb bei Humana**

### ■ Dank von Lotte

Als besonderen Gast begrüßte Humana die Kuh Lotte auf dem Messestand. Die Sympathiefigur der Landesvereinigung Milch NRW bedankte sich als Maskottchen der Kampagne „Milch kann mehr!“ für die Unterstützung durch über 2 Millionen verkaufte Frischmilch-Packungen, auf denen im Rahmen eines zwischen Februar und April dieses Jahres durchgeführten Gewinnspiels Verbrauchermeinungen zum Thema gesammelt wurden.

Der Hauptgewinn – ein Wochenende auf dem Bauernhof – ging nach Olpe. Als weiterer Preis wurden Milch-Abos für ein ganzes Jahr verlost. Eine Tafel mit einer Sammlung der originellsten Aussagen, was Milch in den Augen der Konsumenten nun wirklich mehr kann, überreichte Lotte an Torsten Schaller, bei Humana Leiter des Schulmilchvertriebs.



**Bei FrieslandCampina Professional konnten auf Milchbasis hergestellte, fleischfreie Filets probiert werden**

### ■ Fleischfreie Filets auf Milchbasis

Die in Köln beheimatete Professional-Sparte des FrieslandCampina-Konzerns demonstrierte mit „Valesse“ ein innovatives Produkt für Großküchen respektive Gemeinschaftsverpflegungsbetriebe, das seit Ende August angeboten wird. Es handelt sich um fleischfreie Filets, die auf der Basis von Milch hergestellt werden. Entwickler der Rezeptur ist der niederländische Lebensmitteltechniker Adriaan Cornelis Kweldam. Für ein Kilogramm der an Eiweiß, Calcium und Ballaststoffen reichen Spezialität werden sechs Liter Milch benötigt.

Im ersten Produktionsschritt wird ein Käsebruch hergestellt, der wichtige Proteine liefert. Eine Beimischung von Pflanzenfasern sorgt für eine bissfeste Konsistenz und eine fleischartige Struktur der Filets. Dabei wird auf den Zusatz von künstlichen Farbstoffen oder genmanipulierten Zutaten verzichtet. Das „Valesse“-Sortiment umfasst – auch diversifiziert durch Kräuter und Gewürze – die Varianten „Gouda“, „Toscana“, „Minis“ und „Schnitzel“.



**Charmant präsentiert von MUH-Mitarbeiterin Désirée Kläsges: der neue Nuss-Nougat-Milchmix**

### ■ Milch-Mix mit Nuss-Nougat

Ein Highlight bei der in Pronsfeld ansässigen Milch-Union Hocheifel eG war u. a. ein neues Milch-Mischgetränk mit dem Namen „Latte Noccicola“. Als nach eigenen Angaben erste Molkerei bieten die Eifeler diesen mit 1,5 Prozent fettarmen Mix an, der eine Komposition aus Haselnüssen, zart schmelzendem Nougat und einer Extraportion Milch darstellt; eine Kombination, die bisher eher bei Schokolade oder Eiscreme zu finden ist.

Ebenso propagierte die MUH eine Anfang September gemeinsam mit der Gasteinertal Tourismus GmbH gestartete Promotionaktion für laktosefreie H-Milch. Auf jeder Packung wird auf ein Gewinnspiel hingewiesen, bei dem u. a. zehn Vitalurlauben im Salzburger Land verlost werden.

### ■ Laktosefrei H-Milch mit 0,3 Prozent Fett

Ebenfalls einer der Vorreiter hinsichtlich laktosefreier Milcherzeugnisse ist die Oberland-Milchverwertung GmbH, Ravensburg. Mittlerweile sind ca. 60 Produktvarianten im Angebot, sodass sich das Unternehmen als Marktführer



**Laktosefreie H-Milch von Omira gibt es jetzt auch mit lediglich 0,3 Prozent Fettgehalt**

in diesem Bereich bezeichnet. Das „MinusL“-Sortiment umfasst auch die Warengruppen Feinkost, Antipasti und Süßwaren.

Aktuell wurde das laktosefreie Mopro-Sortiment um H-Milch mit 0,3 Prozent Fett in der 1 l-Packung, die drei 150 g-Joghurtsorten Himbeere, Pfirsich-Maracuja und Stracciatella sowie die beiden 450 g-Fruchtquarkvarietäten Kirsche und Pfirsich-Maracuja ergänzt. Rechtzeitig zum nächsten Osterfest wird es „MinusL“-Hasen aus Vollmilch geben. Zum Jahresende 2010 sind zudem weitere Markteinführungen im Bereich Süßwaren geplant.



**Zum Munterwerden: der Double Shot Espresso Australian Type von Schwälbchen**

### ■ Muntermacher aus Down Under

Auch die Schwälbchen Molkerei AG, Bad Schwalbach, führte auf der diesjährigen InterMopro intensive Listungsgespräche. Dies beinhalteten zum Beispiel die Markteinführung der Variante „Flat White“ innerhalb der aus Arabica-Kaffee produzierten „Caffreddo“-Range, die im Übrigen die Latte-Sorten „Caffè“, „Cappuccino“, „Macchiato“ und „Espresso“ umfasst.

Bei „Flat White“ handelt es sich um einen doppelten Espresso mit 49 Prozent frischer Milch als Haube. Da diese Variante in den Cafés und Clubs auf der anderen Seite der Erdkugel sehr beliebt ist, wird sie als Double Shot Australian Type apostrophiert. Sie ist im 200 ml-Becher erhältlich.

### ■ Niederländischer Käse-spezialist im Guinness Buch

Die niederländische Vandersterre Groep B. V., Bodegraven, produziert selbst keinen Käse, sondern fungiert als Großhändler mit eigener Reiferei und Verpackungsfabrik. Mit „Landana“ und „Prima Donna“ standen zwei bekannte Premiummarken im Mittelpunkt der Messepräsentation.

Die Sorte „Prima Donna“ ist seit kurzem sogar im Guinness Buch der Rekorde erwähnt. Bei einem Food-Festival im Tulpen-Paradies Keukenhof wurde aus ihr die mit 50 Meter Länge und über eine Tonne Gewicht größte Schnittkäseplatte der Welt realisiert. Die Range umfasst



**Die Vandersterre-Käsesorte „Prima Donna Maturo“ gibt es ebenfalls in exklusiver Geschenkverpackung**

die Varianten „Fino“, „Forte“, „Leggero“ und „Maturo“. 300 g-Stücke der letztgenannten Varietät wurden in Düsseldorf erstmals in einer luxuriösen Geschenkverpackung inklusive eines edlen Mahagoni-Schneidebretts präsentiert.

Das „Landana“-Sortiment wurde aktuell um Ziegenkäse mit Koriander und Bockshornklee sowie einen in 1.000 Tagen gereiften „Holländer“ erweitert. Aus der langen Reifungszeit, während der die 48-Prozent-Spezialität rund drei Kilogramm ihres ursprünglichen Gewichts verliert, resultierende besondere Kennzeichen sind feine Eiweiß- und Salzkristalle. „Landana 1.000 Tage“ kommt als Neun-Kilo-Laib in den Handel.

### ■ Wasabi im Trend

Neben den Herstellern von Frische- bzw. Käseprodukten waren auch diverse Anbieter von Gewürzen und weiteren Zutaten wie Fruchtzubereitungen oder Ingredients auf der diesjährigen InterMopro vertreten. Bei den Gewürzen



**Hela prognostiziert Wasabi-Käse und Bergkäse mit buntem Pfeffer gute Marktchancen**

liegt eindeutig Wasabi im Trend. Dem japanischen Meerrettich wird ein ähnlicher Siegeszug vorausgesagt wie ihn vor einigen Jahren Bärlauch antrat. Verwendungsmöglichkeiten finden sich zum Beispiel in der Käseherstellung. Interessant schmeckender Wasabi-Käse mit seiner – vielleicht gewöhnungsbedürftigen – grünlichen Färbung war dementsprechend u.a. am Messestand der Hela Gewürzwerk Hermann Laue GmbH & Co. KG, Ahrensburg, zu verkosten. Er wird in den Niederlanden be-



**Wir machen Genuss.**

Verkaufsfördernde Gestaltung und hervorragende Verarbeitbarkeit, kombiniert mit optimalem Handling zum marktgerechten Preis-Leistungsverhältnis – Fernholz verfügt über das Know-how und die Voraussetzungen dafür.

Herstellern von Molkereiprodukten und anderen Lebensmitteln, sowie Thermoformern bietet Fernholz die passende **Folienlösung**. Fernholz stellt thermoformbare Folien aus den Materialien PS, PET und PP im Extrusionsverfahren her. Auf Wunsch werden die Folien zusätzlich mit Direktdruck oder mit kaschierter Dekorationsfolie geliefert. Fordern Sie uns!



**Wir machen Folien.**



W.u.H. Fernholz GmbH & Co. KG  
Kunststoffverarbeitung

Gewerbegebiet Ihne 2  
58540 Meinerzhagen

Tel.: 02358 / 9086 - 0  
Fax: 02358 / 1004

reits produziert und fand sich folglich bei Vandersterre als Neuheit innerhalb des „Landana“-Sortiments.

Als zweites innovatives Produktbeispiel demonstrierte der norddeutsche Gewürzspezialist einen noch nicht auf dem Markt befindlichen Bergkäse mit rotem und grünem Pfeffer. Die unzerkleinerten Körner ergänzen sich geschmacklich gut mit dem natürlichen Käsearoma.

Wasabi mit Kräutern zur Käse-Außenwürzung oder auch als feine Mischung wurde auch von der Lay Gewürze OHG propagiert. Darüber hinaus fielen bei dem in Grabfeld beheimateten Unternehmen zahlreiche weitere innovative Gewürzkompositionen auf, zum Beispiel die Frischkäse-Würzungen „Thai“ mit Curry und Zitronengras als wesentliche Bestandteile und „Oriental“, die u. a. auf Schwarzem Sesam und Paprika basiert. Ebenfalls neu: die Kräutermischung „Mediterran“ Typ Bresso.

### ■ Neue aroma-schonende Pasteurisierungstechnologie

Eines der vier Geschäftsfelder der Zentis GmbH & Co. KG ist die Herstellung von Fruchtzubereitungen für die Milchindustrie. Im steten Bemühen um Qualitätsoptimierung ist es erklärtes Ziel des Aachener Traditionsunternehmens, das als einer der größten und modernsten Fruchtverarbeiter Europas gelten darf, den Begriff Premium-Fruchtjoghurt ständig neu zu definieren.



Freuten sich über einen erfolgreichen Messerlauf: Zentis-Geschäftsführer Karl-Heinz Johnen (links) und Josef Liegl, Verkaufsleiter Molkereiprodukte

Unter dieser Prämisse wurde aktuell eine innovative, aroma-schonende Pasteurisierungstechnologie entwickelt. Das spezielle Erhitungsverfahren ermöglicht eine bakteriologisch sichere Pasteurisierung der Früchte bei maximalem Erhalt der natürlichen Geschmacksstoffe. Auf zugesetzte Aromen kann daher gänzlich verzichtet werden.

Bemerkenswert ist ebenfalls ein selbst entwickeltes Herstellungsverfahren, das die Produktion von Zubereitungen mit feinen Schokopartikeln ermöglicht. Aufgrund einer speziellen Rezeptur bleiben die ein bis drei Millimeter großen Splits stabil und eröffnen auf diese Weise in direkter Kombination mit diversen Milchprodukten vielseitige Anwendungsmöglichkeiten. Der große Markterfolg, zum Beispiel in Großbritannien, hat einen Ausbau der diesbezüglichen Produktionsanlagen notwendig gemacht, welcher derzeit realisiert wird.



Lay offerierte eine Vielzahl neuer Gewürzmischungen verschiedenster Art (Alle Fotos: Kimberly Wittlieb)

Als drittes Projekt zur Steigerung der Produktqualität ist die stärkere Bevorzugung von Fruchtarten aus heimischem Anbau anzusehen. Künftig sollen vermehrt Erdbeeren, Kirschen, Pflaumen, Birnen, Johannisbeeren oder etwa Äpfel inländischer Provenienz verarbeitet werden.

### ■ Innovative Stabilisierungssysteme für Milchprodukte

Die zur Stern-Wywiol-Gruppe gehörende Hydrosol Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG, Ahrensburg, ist auf die Herstellung von Stabilisierungs- und Emulgiersystemen u. a. für Milcherzeugnisse spezialisiert. Auf der InterMopro lag der Fokus u. a. auf neuen Clean Label-Lösungen.

Bei fermentierten Milchprodukten mit ihrer weltweiten Sortenvielfalt sind nicht nur produktionsbedingte Faktoren und länderspezifische Rahmenbedingungen zu beachten, sondern auch aktuelle Verbraucherwünsche. Hier sind zunehmend E-Nummern freie Erzeugnisse gefragt. Dementsprechend hat Hydrosol Stabilisierungssysteme entwickelt, die anstelle von modifizierter Stärke eingesetzt werden.



Bei Hydrosol standen Stabilisierungs- und Emulgiersysteme für Milcherzeugnisse im Mittelpunkt der Messepräsentation

Auch für Joghurt wurde eine Alternative zu Stärke gefunden. Bei den neuen Funktionssystemen aus der Stabisol J-Reihe werden Ballaststoffe mit Hydrokolloiden wie Pektin oder Johannisbrotkernmehl mit speziellen Milchproteinfraktionen kombiniert. Je nach Einzelfall wird aus den umfangreichen

Produktpaletten von Stabisol J und Stabiprot ein individuelles Stabilisierungssystem für Joghurt, Quark- und Frischkäsezubereitungen oder Saure Sahne und ähnliche Erzeugnisse erstellt.

Darüber hinaus standen bei Hydrosol Proteine und Ballaststoffe zur Herstellung von deklarationsfreundlichem Speiseeis im Mittelpunkt, da mit diesen Wirkstoffen insbesondere bei fettreduziertem Eis das gewünschte cremige Mundgefühl erzielt wird. Eine weitere Möglichkeit, um E-Nummern zu reduzieren, ist der Einsatz von Ei-Compounds in der Eis-Produktion. Mit den Funktionssystemen der Stabimuls IC-Reihe lassen sich Abschmelzverhalten, Viskosität und Konsistenz sowie Textur und Rheologie optimal einstellen.

In einem zweiten Teil der InterMopro-Berichterstattung wird näher auf innovative Verpackungen und den maschinentechnischen Teil der Veranstaltung eingegangen werden, zum Beispiel auf Tiefziehlinsen, Schalensiegler und Kartonaufrichter. In den Beitrag werden ebenfalls Anlagen und Aggregate einbezogen, die auf der vom 28. bis 30. September dieses Jahres veranstalteten FachPack in Nürnberg gezeigt wurden. □