

fresh up

Der Newsletter für die Ultrafrische-Branche

1/2016

Veggie-Boom in Deutschland. Die steigende Anzahl an deutschen Vegetariern und Veganern bietet große Chancen für den Absatz von Ultrafrische-Convenience-Produkten. • Seite 3

Junge Verbraucher schätzen Convenience. Laut einer neuen Studie sind ein Viertel der „Millennials“ bereit, mehr für vorgeschnittenes Gemüse zu zahlen. • Seite 4

Entdeckt im Kühlregal. Mit viel Herz für Traditionelles gibt Uhrbach mit den vorgeschnittenen Gemüsinis fast vergessenen Sorten eine moderne Aufmachung. • Seite 4



Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Sie halten heute die erste Ausgabe von „fresh up“ in den Händen. Der neue Newsletter für die Ultrafrische-Branche informiert ab sofort regelmäßig über Themen, die Relevanz für den gesamten Sektor haben.

Die Titelseite befasst sich mit der Reduzierung von Lebensmittelabfällen – ein wichtiges Thema für alle, die an der Wertschöpfungskette beteiligt sind. Auch die Ultrafrische-Branche kann und wird hier Lösungsansätze liefern. Mit dem breit gefächerten Angebot von bedarfsgerechten und abwechslungsreichen Produkten und Serviceleistungen bietet sie hier entsprechendes Potenzial.

Diese und weitere interessante Artikel finden Sie auf den folgenden Seiten.

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihr „fresh up“-Redaktionsteam



Ultrafrische-Convenience-Produkte sind optimal portionierbar und können schnell und unkompliziert zubereitet werden.

Ultrafrische-Convenience-Produkte bieten Lösungsansätze

Lebensmittelabfälle – ein Thema mit Relevanz für die gesamte Branche

Die Zahlen sind alarmierend: In Deutschland werden jährlich rund 18 Millionen Tonnen Lebensmittel weggeworfen – von der Erzeugung bis zum Verbraucher.* Experten schätzen, dass zehn Millionen davon vermieden werden können. Viel Potenzial bei der Müllvermeidung steckt vor allem in den Privathaushalten sowie der Gastronomie und der Gemeinschaftsverpflegung (GV). Ultrafrische-Convenience-Produkte liefern hier bedarfsgerechte Lösungsansätze.

Zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen hat die Europäische Union die Leitinitiative „Ressourcenschonendes Europa“ ins Leben gerufen. Bis zum Jahr 2020 sollen alle Länder auf die Hälfte der im Moment entsorgten Nahrungsmittel kommen. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, müssten alle Stationen entlang der Wertschöpfungskette optimiert werden. Politik, Industrie und Handel stehen in der Pflicht, Lösungen dafür zu erarbeiten. Mit 38 und 19 Prozent entfällt der größte Teil der Verluste auf die

3 Fragen an ...

Alexander Jung

Geschäftsführer GFT Logistic GmbH



Was sind die Herausforderungen in der Ultrafrische-Logistik?

Wir arbeiten mit schnell verderblichen Lebensmitteln. Für eine rasche Abwicklung und Auslieferung müssen alle Abläufe perfekt geplant sein und alle Schritte ineinandergreifen. Eine permanente Temperaturüberwachung sowohl im Lager als auch in unserer speziellen Lkw-Flotte ist essenziell.

Wie gewährleisten Sie täglich frische Produkte für Konsumenten in ganz Deutschland?

Wir liefern die Produkte im Nachtsprung von Tag A auf Tag B in unterschiedlichen Distributionskanälen bis hin zum Einzelstück – zuverlässig, just-in-time und frisch. Die Prozesse unter den Vermarktungspartnern sind perfekt miteinander verzahnt, sodass wir eine reibungslose Feindistribution anbieten können.

Kommen bei Ihnen selbst auch Ultrafrische-Convenience-Produkte auf den Tisch?

Ich persönlich finde das Produktsortiment qualitativ sehr hochwertig und dabei praktisch. Im stressigen Alltag muss es beim Essen manchmal schnell gehen. Bereits geschnittene, verzehrfertige Salatmischungen beispielsweise ermöglichen zudem eine unkomplizierte Zubereitung von besonderen Mahlzeiten. So müssen nicht erst viele verschiedene Salatarten eingekauft werden.

Fortsetzung von Seite 1

auf die End- und Großverbraucher.* Vor allem Brot und Getreideprodukte, aber auch Obst und Gemüse landen schnell in der Tonne. Alleine bei diesen Warengruppen könnten zwei Millionen bzw. 1,5 Millionen Tonnen eingespart werden.* Beiden Zielgruppen bieten Ultra-frische-Convenience-Produkte leicht realisierbare Lösungen, Abfälle zu vermeiden.

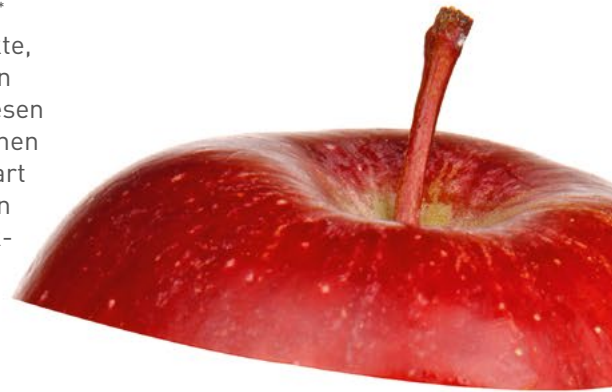
Bedarfsgerechte und abwechslungsreiche Portionen

Die Zahl der Ein- und Zwei-Personen-Haushalte in Deutschland steigt.** Für diese sind die im Lebensmitteleinzelhandel angebotenen Verpackungseinheiten häufig zu groß, um sie komplett aufzubrechen. Viele Konsumenten wollen sich aber trotzdem möglichst abwechslungsreich ernähren, sodass dadurch noch verzehrtaugliche Reste auf dem Müll landen.

Ultrafrische-Convenience-Angebote schaffen hier Abhilfe. Sie sind für wenige Personen optimal portioniert, da sie auch in kleineren Mengen erhältlich sind. Vorgeschnittene und verzehrfertige Salate oder bereits verarbeitetes Gemüse ermöglichen es Verbrauchern, frische Mahlzeiten ohne große Verluste zu kochen – und das darüber hinaus schnell und unkompliziert.

Außerdem können sie dank der Sortenvielfalt und Zusammenstellung der Artikel mit nur einem Produkt gleich mehrere Lebensmittel einkaufen. Zum Beispiel einen gemischten Obstsalat mit verschiedenen Früchten. Zudem bietet die Vorbereitung der Frischware durch den Hersteller einige Vorteile: Sie verfügen über moderne Maschinen, die beim Schneiden und Putzen weniger Abschnitte produzieren als die herkömmliche Verarbeitung in der heimischen Küche.

In Deutschland werden jährlich rund **18.000.000 Tonnen** Lebensmittel weggeworfen*





Termine

Treffpunkt: Deutscher Obst & Gemüse Kongress

Am 15. und 16. September findet die jährliche Informations- und Networking-Veranstaltung der Obst- & Gemüsebranche in Düsseldorf statt. Auch das Premium Fresh Network ist vor Ort.



Vorteile für Großverbraucher

Auch Gastronomie und GV profitieren von dem Gebrauch von Ultrafrische-Convenience-Produkten. Die Küchenchefs können gut mit ihnen kalkulieren und so Abfälle weitestgehend vermeiden. Die Artikel lassen sich zudem einfacher lagern. Die Hersteller sind in der Zusammenstellung häufig flexibel und können auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden eingehen. So haben die Profis dennoch die Möglichkeit, kreativ mit den Lebensmitteln zu arbeiten.

Eine Chance für die Branche

Premium Fresh Network hat sich auf die Vermarktung und den Vertrieb dieser besonders kurz haltbaren Artikel im Temperaturfeld von zwei bis sieben Grad spezialisiert und weiß um deren Potenzial zur Vermeidung von Abfällen. Die kunden- und herstellerneutrale Plattform möchte die Vorteile der Produkte ins Bewusstsein des Sektors rücken. Mit der Vernichtung von verzehrgeeigneten Lebensmitteln geht auch die Verschwendung von Ressourcen, wie Ackerland, und der unnötige Ausstoß von Treibhausgasen einher. Das Thema ist deshalb für alle Akteure entlang der Wertschöpfungskette relevant.

Die Ultrafrische-Branche bietet mit seinem Convenience-Angebot Lösungsansätze für verschiedene Aspekte der Problematik.

Mit schnellen und einfachen Gemüseprodukten voll im Trend

Veggie-Boom in Deutschland

Der Anteil an Vegetariern und Veganern nimmt in Deutschland stetig zu.* Darüber hinaus ist in der Zeit von Food-Blogs, Instagram und Co. das Interesse an kreativen Rezepten mit trendigen Lebensmitteln, die trotzdem einfach und schnell zubereitet werden können, groß. Obst und Gemüse sind mittlerweile viel mehr als nur Beilage zum Fleisch. Deshalb haben viele Hersteller moderne Produkte entwickelt, die den Verbrauchervünschen gerecht werden. Besonders im Veggie-Bereich gibt es einige Innovationen.**

Auf die steigende Nachfrage nach vegetarischen und veganen Produkten reagieren viele Hersteller mit einem entsprechenden Warenangebot. So landet zum Beispiel eine wachsende Auswahl an Fleischersatzprodukten in den Regalen deutscher Supermärkte.

Viele Verbraucher greifen, allein schon aus Neugierde, zu fleischlosen Convenience-Artikeln, die das negativ besetzte Label „Fertigprodukt“ verdienen. Doch eine wachsende Gruppe wählt Veggie-Produkte bewusster aus und besinnt sich auf die einfachste Zutat für vegetarisches und veganes Kochen: frisches Gemüse.

Auf mühsames Schälen und Schneiden würden viele allerdings gern verzichten. Hier können Ultrafrische-Convenience-Artikel

punkten, denn sie überzeugen mit einem genialen Mix aus unkomplizierter Handhabung und absoluter Frische.

Ein Beispiel dafür sind die Gemüse-Spaghetti von Gartenfrisch Jung.



Die hauchdünnen Zucchini- oder Möhrenstreifen sind verzehrfähig verpackt und können in allerhand kreativen Rezepten zum Einsatz kommen. Eine große Auswahl an Gemüse- und Salatprodukten im Fresh-Cut-Segment, wie zum Beispiel fertige Salatmischungen im Beutel, ist aber nicht nur für Veggies interessant. Ob Fleischesser oder nicht, vorgeschnittenes frisches Gemüse ist ideal für alle, die beim Kochen auf eine schnelle, einfache Zubereitung setzen und dabei nicht auf Qualität und Frische verzichten wollen.

* Das große Wegschmeißen – Vom Acker bis zum Verbraucher: Ausmaß und Umwelteffekte der Lebensmittelverschwendung in Deutschland, WWF Deutschland, Juni 2015
** Statistisches Bundesamt, Datenreport 2016 „Familie, Lebensformen und Kinder“
*** Vegan-Trend: Daten und Fakten zum Veggie-Boom, VEBU, 2016

Marktscreening

Junge Zielgruppe steht auf Convenience!

Laut einer neuen Studie sind ein Viertel der „Millennials“ bereit, mehr für vorgeschnittenes Gemüse zu zahlen.*

Frisches, verzehrfertiges Gemüse erfreut sich vor allem bei jüngeren Verbrauchern zunehmender Beliebtheit. Bei einer Untersuchung von Mintel aus dem Jahr 2015 gaben 26 Prozent der Verbraucher zwischen 16 und 24 Jahren und 27 Prozent zwischen 25 und 34 Jahren an, sie würden für vorgeschnittenes Gemüse, z. B. in Streifen geschnittene Karotten oder gehackte Zwiebeln, mehr Geld ausgeben.*



Nur einer von zehn Deutschen gibt an, regelmäßig Fresh-Cut-Produkte zu kaufen.* Trotz der bisherigen Zurückhaltung liegt in diesem Marktsegment ein enormes Wachstumspotenzial.

i

59%

der Deutschen im Alter von 25 bis 34 Jahren geben an, dass vor allem die leichte Handhabung beim Kochen ihre Gemüseauswahl beeinflusst.*

* Mintel 2016



Entdeckt im Kühlregal

Uhrbach Gemüsinis

Ob im Eintopf, im Auflauf oder im Salat – Uhrbach Gemüsinis machen sich überall gut. Das Tolle an den schon küchenfertigen Gemüsesticks und -würfeln: langwieriges Schälen, Schnippeln und Putzen fallen weg. Die Rohware für die Produkte stammt überwiegend aus eigener Herstellung. So kann das Familienunternehmen aus Winsen (Niedersachsen)

in der dritten Generation die hohe Qualität kontinuierlich garantieren. Dabei hat Uhrbach ein Herz für Pflanzen aus Omas Gemüsegarten: Schwarzwurzeln – auch im Mix mit Karotten –, Rote Bete und Steckerrüben sind im Sortiment. Sie kommen jeweils im 400-Gramm-Beutel daher.

Weitere Infos: www.uhrbach-gemuesinis.de

Impressum

Redaktionsbüro Premium Fresh Network:

c/o Seidl PR & Marketing GmbH, Daniela Seidl
Rüttenscheider Straße 144, 45131 Essen
Telefon: 0201 8945889-0, E-Mail: fresh-up@seidl-agentur.com
www.premiumfreshnetwork.de

Fotos:

Fotolia/Monkey Business, Shutterstock/Jessamine,
Fotolia/JenkoAtaman

Herausgeber:

Premium Fresh Network GmbH
Friedhelm Balmes
Habichtshöfe 8, 74219 Möckmühl