



## Branchennachrichten

01.12.2009

**G.C. HAHN & Co.**, Hersteller von Food Systemen für die Lebensmittelindustrie, hat dem deutschen Forscher Prof. Dr. Stefan Töpfl (33) den 11. international ausgeschriebenen Georg-Carl-Hahn-Forschungspreis verliehen. Die Preisübergabe fand am 20. November in Lübeck statt. Unter 14 erstklassigen Zusendungen wurde seine wissenschaftliche Arbeit zum Thema „Food Processing by Pulsed Electric Fields – bridging the gap from lab-scale to commercial application“ auserwählt und mit 7.500 Euro Preisgeld prämiert. **HB**  
[www.gchahn.com](http://www.gchahn.com)



01.12.2009

Der Themenschwerpunkt Nachhaltigkeit wird sich auf der **12. fish international** vom 21. bis 23. Februar 2010 in der Messe Bremen als roter Faden durch die gesamte Ausstellung ziehen. Aufgegriffen wird er u.a. beim LEH-Forum, das Nachhaltigkeit unter verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet und darlegt, wie der Nachhaltigkeitsdialog zwischen Produzenten der Fischbranche und dem Lebensmittelhandel gefördert werden kann. So zeigen Dr. Christian Gefner und Dr. Axel Kölle vom ZNU (Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung an der Universität Witten/Herdecke) anhand der vier Strategieoptionen ihres Nachhaltigkeitsmodells, wie Unternehmen von einem nachhaltigen Wirtschaften profitieren können und welche Schritte weg von einem defensiven, hin zu einem offensiven Nachhaltigkeitsmanagement notwendig sind. **HB**  
[www.fishinternational.com](http://www.fishinternational.com)



01.12.2009

Mit dem Räucher-Sortiment bringt **Appel Feinkost** rechtzeitig zur Festtagssaison drei neue Köstlichkeiten ins FDK-Regal: Pfeffer-Makrelenfilets, Bücklingsfilets und Pfeffer-Bücklingsfilets. Über Buchenholz geräuchert verheißen die Premium-Produkte einen besonders authentischen Geschmack. Alle drei sind in Rapsöl und eigenem Saft eingelegt. Mit der Einführung des Räucher-Sortiments bedient der Fisch- und Feinkostanbieter wieder eines der traditionellen und umsatzstarken Segmente im FDK-Bereich. **HB**  
[www.appel-feinkost.de](http://www.appel-feinkost.de)

01.12.2009

Vor zehn Jahren gründeten renommierte Salzburger Lebensmittelhersteller das **FOODNET Salzburg**. Das erfolgreiche Kooperationsmodell sei die regionale Antwort auf internationale „Fusionitis“ und die Wertediskussion in der Nahrungsmittelbranche. Geschmackskultur, Qualität und Regionalität werden als Eckpfeiler des Salzburger Lebensmittelnetzwerkes genannt. Unternehmen wie Alpenmilch Salzburg, Salzburg Schokolade, Stieglbrauerei zu Salzburg, der Gewürzhersteller WIBERG und der Lungauer Nährstoffproduzent Ökopharm arbeiten seit 1999 eng zusammen. Neuestes Mitglied ist seit Juni die Salzburger Großbäckerei Flöckner. Gemeinsam repräsentieren die Partnerunternehmen einen Umsatz von ca. 400 Mio. Euro und beschäftigen rund 2.000 Mitarbeiter. **HB**  
[www.foodnet.at](http://www.foodnet.at)

01.12.2009

Vom 21. bis 23. April 2010 öffnet die **RESALE** bereits zum 16. Mal ihre Türen. Zur größten Gebrauchtmaschinenmesse der Welt erwarten die Veranstalter (Hess GmbH und KMK GmbH) wieder mehr als 500 Aussteller. Aller Voraussicht nach werden außerdem erneut rund 1.000 Besucher aus über 110 Ländern nach Karlsruhe reisen. Damit dürfte die Ausstellung an die guten Resultate aus dem April 2009 anknüpfen. „In einem nicht ganz einfachen Umfeld hat sich die RESALE als äußerst stabil erwiesen“, sagt Florian Hess, Geschäftsführer der Hess GmbH, Weingarten. „Noch wäre es aber zu früh, das Ende der Krise zu verkünden.“ Es sei jedoch ein gutes Zeichen, dass Aussteller in den vergangenen Monaten große Flächen gebucht haben.

Auch die unterstützenden Partner sind Mutmacher. Für den Bundesverband des Deutschen Exporthandels (BDEx) ist der weltweite Bedarf nach deutschen Gebrauchtmaschinen ungebrochen. „Im kommenden Jahr wird die Messe für viele Unternehmer erneut der wichtigste Termin in ihrem Kalender sein“, so BDEx-Geschäftsführer Jens Nagel. „Sie ist eine zentrale Anlaufstelle für den Kauf und Verkauf gebrauchter Maschinen und damit gerade in schwierigen Zeiten ein unverzichtbares Ereignis.“ **HB**

[www.resale-germany.com](http://www.resale-germany.com)

24.11.2009

Wie **Campina** meldet, bürgt Puddis jetzt als erste Dessertmarke für verlässliche Markenqualität mit der Puddis Qualitätsgarantie. Auf allen Puddis-Produkten wird die Verwendung sorgfältig ausgewählter Zutaten garantiert. „In Zeiten von zunehmendem Verbraucherinteresse an der Produktherstellung und Herkunft der Zutaten gibt eine solche Garantie dem Konsumenten Sicherheit“, so Wanda Herzog, Produktmanagerin Puddis. **HB**  
[www.campina.de](http://www.campina.de)



24.11.2009

**Watson-Marlow** hat das deutsche Sinuspumpen-Geschäft der Maso Process-Pumpen GmbH von der Sundyne Corporation übernommen. Die Produkte werden künftig unter der Bezeichnung MasoSine vertrieben. Das Unternehmen erweitert damit sein Angebot an Verdrängerpumpen für den Lebensmittel-, Pharmazie- und Sanitärbereich. Zum Portfolio zählen jetzt Watson-Marlow Pumps, Watson-Marlow Tubing, Bredel Hose Pumps, Alltea OEM Pumps, Flexicon Filling Systems und MasoSine Pumpen. **HB**  
[www.watson-marlow.de](http://www.watson-marlow.de)

24.11.2009

**JohnsonDiversey** gibt eine Beteiligung des Finanzinvestmentunternehmens Clayton, Dubilier & Rice (CD&R) bekannt. CD&R wird ab 2010 mit 46 % Miteigentümer von JohnsonDiversey, einem der führenden Anbieter von Reinigungs- und



### TITELTHEMA: Fi Europe 2009

Die deutschen Verbraucher greifen immer stärker zu Lebensmitteln, von denen sie sich gesundheitliche Vorteile versprechen. Von der Entwicklung am Markt profitieren die Ingredienzspezialisten. Im Vorfeld der Fi Europe führten wir dazu ein Gespräch mit Claudia Müller und Thomas Stolle von Chr. Hansen.

[Download pdf...](#)

In den vergangenen Jahren haben zwei große Strömungen die Lebensmittelmärkte dominiert: Funktionelle Produkte auf der einen, naturbelassene, unverfälschte Lebensmittel auf der anderen Seite. Zudem befinden sich laut Mintel beide Trends weiterhin im Aufwind – „Pure Simplicity“, also reine und natürliche Lebensmittel, sollen sich 2009 zum Trend Nummer eins entwickeln.

[Download pdf...](#)

Mehr als 1.100 Unternehmen aus rund 90 Ländern werden vom 17. bis 19. November 2009 in Frankfurt am Main auf der Food Ingredients Europe ihre neuesten Entwicklungen im Bereich der Lebensmittelzutaten präsentieren. Zum Vorgeschmack hier eine Zusammenstellung diverser Ankündigungen seitens der Aussteller.

[Download pdf...](#)

### Inhalte im November

#### Aktuelle Ausgabe als Flash

(Filesize: 19 MB)

#### Vorschau auf LT 12/09

Anzeige

Hygienelösungen. Unilever behält eine 4%ige Beteiligung am Unternehmen. Die Vereinbarung legt fest, dass die Familie Johnson aus Racine (Wisconsin/USA) weiterhin die Mehrheitsbeteiligung am Unternehmen hält und S. Curtis Johnson dessen Vorsitzender bleiben wird. **HB**

[www.johnsondiversey.de](http://www.johnsondiversey.de)



24.11.2009

„Premium USA-Erdnüsse in der Schale“ ergänzen jetzt das Programm von **Seeberger**. Die knackfrischen Erdnüsse werden unmittelbar vor dem Verpacken geröstet und in einer attraktiven 400-g-Packung im „American Look“ angeboten. Das Qualitätssiegel des American Peanut Council weist auf eine hohe Produktqualität hin. Die USA-Erdnüsse eignen sich als handlicher Snack für zwischendurch oder als abwechslungsreiche Zutat für Saucen, Salate und Backwaren. **HB**

[www.seeberger.de](http://www.seeberger.de)

24.11.2009

Trotz der Wirtschaftskrise und eines derzeit stagnierenden Branchenumsatzes blickt die deutsche Agribusiness-Industrie optimistisch in die Zukunft. Grund sind tendenziell steigende Rohstoffpreise und ein wachsender Nahrungsmittelbedarf infolge des Anstiegs der Weltbevölkerung. Allerdings muss sich die Branche weiterhin auf starke Preisschwankungen einstellen. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Agribusiness in Deutschland 2009“. Sie wurde von der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft **Ernst & Young** in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre des Agribusiness der Georg-August-Universität Göttingen erstellt und basiert auf einer Befragung von Top-Entscheidern aus 150 Unternehmen. **HB**

[www.ey.com](http://www.ey.com)



24.11.2009

Die **VIVA Coffee GmbH** hat in Uphal das modernste Werk Europas für die Herstellung löslicher Kaffees errichtet. Mit der Positionierung „Alles aus einer Hand für ihre Eigenmarke“ will man von hier aus Unternehmen aus Handel und Industrie mit innovativer Fertigung und neuen Konzepten überzeugen. Im Mittelpunkt steht ein Servicepaket, das bei der Produktentwicklung beginnt, die Herstellung beinhaltet und zusätzlich zu individuellen Verpackungen auch Maßnahmen zur Verkaufunterstützung einschließt. Neben gefriergetrockneten Kaffees werden agglomerierte und sprühgetrocknete Kaffees sowie Coffee-Mixes angeboten. **HB**

[www.vivacoffee.de](http://www.vivacoffee.de)

17.11.2009

Mittelständler können ihre Energiekosten jetzt ganz einfach via Internet um fünf oder mehr Prozent senken. Das wird möglich durch **energiemarktplatz.de**, ein neues, unabhängiges Mittelstandsportal, das einen Wettbewerb unter den Energieversorgern organisiert. Lediglich ein paar Eckdaten zum bisherigen Energieverbrauch müssen eingegeben werden; schon mit wenigen Klicks haben Mittelständler ihren Strom- oder Gasbedarf bundesweit ausgeschrieben. Die an das Portal angeschlossenen Energieversorger erhalten die Ausschreibungsdaten und können ihre Angebote online abgeben. **HB**

[www.energiemarktplatz.de](http://www.energiemarktplatz.de)



17.11.2009

Die **Lactalis Deutschland GmbH** bietet ihre Galbani Gorgonzola-Sorten jetzt in einem neuen Verpackungsdesign und unter neuem Namen an. Die Bezeichnungen „Gorgonzola Cremoso“ sowie „Gorgonzola Intenso“ kommunizieren die geschmacklichen Besonderheiten der beiden Blauschimmelkäse und weisen zugleich auf die italienische Herkunft hin. Die neuen Verpackungen präsentieren sich mit klaren Farbgebungen und rücken die Produktnamen deutlich in den Fokus. **HB**

[www.lactalis.de](http://www.lactalis.de)

17.11.2009

Das **Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung IVV** und der Metzgermeister **Josef Pointner** aus Mindelheim wurden mit dem Prof.-Adalbert-Seifriz-Preis geehrt. Sie erhielten die Auszeichnung für das von ihnen entwickelte Wurstsortiment mit weniger als 3 Prozent Fett. Unter dem Motto „Meister sucht Professor“ werden mit diesem Technologie-Transfer-Preis jedes Jahr innovative Produkte und Leistungen ausgezeichnet, die durch Zusammenarbeit von Wissenschaft und Handwerk zur Marktreife gebracht wurden. **HB**

[www.ivv.fraunhofer.de](http://www.ivv.fraunhofer.de)

17.11.2009

Mit sofortiger Wirkung hat die **Homann Feinkost GmbH** eine Teil-Lizenz der Marke Livio von der **Peter Kölln KGaA** erworben. Es handelt sich um die Warengruppen Ketchup, Mayonnaise und Dressings. Das Geschäft mit Pflanzenölen bleibt bei Peter Kölln. Homann-Geschäftsführer Martin Thörner: „Mit Livio werden wir unsere Marktposition in diesem Geschäftsfeld deutlich ausbauen. Livio ist ein echter Klassiker, der aus Verbrauchersicht für hohe Dressingkompetenz steht.“ Der Launch der Produkte ist für das Frühjahr 2010 geplant. **HB**



[www.homann.de](http://www.homann.de)

[www.koelln.com](http://www.koelln.com)

17.11.2009

Wie der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (**BLL**) meldet, wird von einer Ampelkennzeichnung auf Lebensmitteln mittlerweile Abstand genommen. Zum einen sprechen sich führende Ernährungsexperten klar dagegen aus, zum anderen belegen Studien, dass die „Ampel“ vom Verbraucher nicht richtig verstanden wird. So hat die in Deutschland und fünf weiteren EU-Staaten durchgeführte EUFIC-Studie zum Ernährungswissen der Verbraucher ergeben, dass drei von vier Befragten die rote Ampel als Warnung vor dem Genuss des Produkts ansehen. Die Untersuchung bestätigt hingegen den Erfolg der Bemühungen der Lebensmittelwirtschaft um die Nährwertinformation auf sachlich-faktischer Grundlage. Die Angaben in Nährwerttabellen und als GDAs (Guideline Daily Amount) werden gut verstanden und richtig interpretiert. **HB**

[www.bll.de](http://www.bll.de)



17.11.2009

**AFRISO** blickt auf 140-jähriges Bestehen zurück. Die Geschichte begann 1869 in Schmiedefeld (Thüringen) mit Adalbert Fritz, der durch die Gründung eines „Unternehmens zum Bau von Thermometern“ den Grundstein für ein weltweit operierendes Unternehmen legte. Mit Eintritt seines Sohnes Franz firmierte man zu „Adalbert Fritz und Sohn“, und aus der Telegrammabkürzung AFRISO entstand der Firmenname. Heute produziert das Unternehmen Mess-, Regel- und Überwachungsgeräte für die Haustechnik, Industrie und den Umweltschutz. Rund 25.000 Artikel gehören zum Portfolio. **HB**

[www.afriso.de](http://www.afriso.de)

10.11.2009

An der Hochschule Westfalen-Lippe werden Ingenieure, Betriebs- und Produktionsleiter für die Lebensmittelherstellung von morgen ausgebildet. Das Studium der Fleischtechnologie vermittelt dabei praxisnah die Methoden und technologischen Verfahren zur hygienischen und Rohstoff schonenden Gewinnung von Frischfleisch im Schlacht- und Zerlegeprozess. Die Hochschule verfügt über umfangreiches Equipment und Laboratorien, die den Produktionsbedingungen beispielsweise eines Fleisch verarbeitenden Betriebes entsprechen. Seit Kurzem zählen dazu auch Lastaufnehmer des Typs VE-S sowie Wägeterminals der Serie ST. Dazu Dieter Conzelmann, Director Industry Solutions Market bei **Bizerba**: „Dies sind Systeme,



**HYGIENIC DESIGN**  
IN AUTOMATION

Hygienic Design in Automation ist eine Kooperation von **LEBENSMITTELTECHNIK** des LT Food Medien-Verlages, **PROCESS PharmaTEC** aus dem Verlag Vogel Industrie Medien. Fachlich unterstützt wird das Projekt von der European Hygienic Engineering & Design Group (EHEDG). [mehr...](#)

die sich über Jahre im industriellen Einsatz bewährt haben und denen die heutigen Studenten später im Berufsleben sicher immer wieder begegnen werden." **HB**  
[www.bizerba.de](http://www.bizerba.de)



10.11.2009

**Speyer & Grund** folgt dieser Entwicklung und hat mit Willi's Chili Pepper Sauce eine fruchtig-pikante Würze des beliebten mexikanischen Jalapeño-Chili auf den Markt gebracht. Die Hotsauce wird in einer originellen, knallroten Kunststoffflasche in Form und Größe einer Chilischote angeboten. Im Sombrero-Design unterstützt die Halskrause mit Produktinformationen stilgerecht die Mexiko-Anmutung. **HB**  
[www.surig.de](http://www.surig.de)

10.11.2009

Der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (**BLL**) begrüßt die Ausrichtung der Verbraucherpolitik im Koalitionsvertrag von Union und FDP. „Die neue Regierung hat erkannt, dass es bei Themen rund um Lebensmittel und Ernährung um das Prinzip 'Bildung' gehen muss und nicht um 'Bvormundung' durch Reglementierung“, lobt BLL-Hauptgeschäftsführer Prof. Dr. Matthias Horst das Dokument. Die Absage an die Ampelkennzeichnung zeige die Orientierung an sachlicher Information anstelle der nur vermeintlichen Klarheit der Ampel, die bei genauerem Betrachten aber irreführend sei. Transparenz brauche Sachlichkeit. Nun sei der Weg frei, in Ernährungsaufklärung und Bildung zu investieren und Verbrauchern wirkliche Hilfestellung zu geben, so Prof. Horst weiter. **HB**  
[www.bll.de](http://www.bll.de)

10.11.2009

Während des Herstellungsprozesses von Milchfrischeprodukten werden vor allem Strom, Dampf und Kühlung benötigt – Faktoren, die den CO<sub>2</sub>-Ausstoß ansteigen lassen. Um dem entgegenzuwirken und die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren, nutzt **Danone** in Ochsenfurt ab Dezember 2009 ein eigenes Blockheizkraftwerk. „Mit dieser Anlage erzeugen wir elektrische Energie vor Ort“, berichtet Werksleiter Nadir Hamidou. „Somit gibt es weniger Energieverluste durch lange Transportleitungen. Die anfallende Abwärme der Anlage wird wiederum genutzt, um nebenbei Dampf zu erzeugen oder Wasser zu erwärmen. Allein durch die Nutzung dieses Blockheizkraftwerkes sind wir in der Lage, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß in Ochsenfurt um rund sieben Prozent zu reduzieren.“ **HB**  
[www.danone.de](http://www.danone.de)



10.11.2009

Zu den beliebtesten Küchenhelfern in Deutschland gehört Crème Fraîche. Das belegt der Anstieg des Gesamtabsatzes von 17 % im Vergleich zum Vorjahr. Ab sofort ist Crème Fraîche auch in Premiumqualität von **Weihenstephan** im Kühlregal erhältlich. Das Produkt eignet sich für die süße wie herzhaften Küche und punktet beim Kochen vor allem durch Hitzeverträglichkeit. **HB**  
[www.molkerei-weihenstephan.de](http://www.molkerei-weihenstephan.de)

10.11.2009

Die Geschäfte des Weltmarktführers in der Getränkeabfüll- und Verpackungstechnik, **Krones AG**, litten in den ersten neun Monaten 2009 unter der weltweiten Wirtschaftskrise. Obwohl das Unternehmen in der Krise besser abschneidet als der Gesamtmarkt, verschlechterten sich die wichtigsten Finanzkennzahlen gegenüber dem erfolgreichen Vorjahr deutlich. Von Januar bis September 2009 verringerte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 22,8 % auf 1.364 Mio. Euro. Während der Umsatz im Inland und im restlichen Europa im Vorjahresvergleich deutlich rückläufig war, erreichten die Erlöse in der restlichen Welt nach drei Quartalen das hohe Niveau des Vorjahres. Relativ erfreulich verlief das Geschäft von Krones in den Regionen Afrika/Nahost, Asien mit China und Südamerika. **HB**  
[www.krones.com](http://www.krones.com)

06.11.2009

Mit geballter Personalpower werden ab sofort die Tassimo Kaffeemaschinen von **Bosch** und die eigens für diese Geräte von **Kraft Foods Deutschland** entwickelten T DISCS direkt am Point of Sale beworben. Die Promotoren der WWS aus Bremen schwärmen aus, um deutschlandweit u.a. in den wichtigen Elektrofachmärkten, Kaufhäuser und SB-Warenhäuser die Produkte an die Verbraucher zu bringen. Die neue Tassimo Maschine T 20 von Bosch hat in der Tat einiges zu bieten, denn hier stimmen - ganz nach dem Motto "your taste, your color, your style!" - sowohl die äußeren, als auch die inneren Werte. Ganz in weiß gehalten begeistert sie mit ihren runden Formen alle Designliebhaber. Eine Weiterentwicklung gegenüber ihren Vorgängern T 40, T 65 und T 85 sind die auswechselbaren Farbelemente, mit welchen die Tassimo Maschine T 20 individuell gestaltet werden. Auf Knopfdruck lassen sich 33 verschiedene Heißgetränke zubereiten. Der Clou ist die intelligente Technologie, denn die eigens von Kraft Foods Deutschland für die Tassimo



Maschinen von Bosch entwickelten T DISCS ermöglichen mit Hilfe eines Strichcodes auf der Getränkekapsel die automatische Anpassung der Brühzeit sowie Wassertemperatur und -menge. **TW**

03.11.2009

Das Unternehmen **AZO** hat sein 60-jähriges Bestehen und das 30-jährige Jubiläum der Tochter hsh-systeme mit einem Tag der offenen Tür gefeiert. Das besondere Interesse der Besucher galt dem neuen Versuchszentrum, das in konsequenter Modulteknik organisiert ist, und zwar sowohl was die Verfahrenstechnik anbelangt als auch die Prozess-IT. Mit diesem neuen Konzept ist AZO in der Lage, schnell und flexibel kundenspezifische Versuchssituationen aufzubauen, z.B. in den Bereichen Wiegen, Big-Bag-Handling, pneumatisch Fördern, Sieben bis hin zum Containerhandling. Nach Abschluss einer Versuchsreihe werden dem Kunden die Ergebnisse präsentiert. Sie fließen anschließend in die hauseigene Produktdatenbank ein, in der mittlerweile Daten von über 7.500 Produkten gespeichert sind. Auf diese wird bei einer Neuauslegung und Projektierung von Anlagen zurückgegriffen. Bis zu 200 Versuche mit Kundenprodukten führt das Unternehmen jährlich im



Technologiezentrum durch.

Einen weiteren Schwerpunkt bildeten die Aktivitäten im Ausbildungszentrum, wo es auch die weltweit größte automatische Popcorn-Produktionsanlage zu sehen gab. In enger Zusammenarbeit mit der Dualen Hochschule Mosbach wurden Engineering-Studiengänge der Fachrichtungen Maschinenbau und Verfahrenstechnik vorgestellt. Weiterhin bietet AZO die Praxisausbildungen zu den Studiengängen Wirtschaftsinformatik und Betriebswirtschaft an. Die Studenten präsentierten das globale AZO-Intranet in der neuen Portalstruktur sowie neue Kommunikationsplattformen. An einem anderen Arbeitsplatz zeigte die Firma hsh-systeme für den Studiengang Informationstechnik die Programmierung von Wiegeprozessen. **HB**  
[www.azo.de](http://www.azo.de)

03.11.2009

Der Gesetzgeber hat die bestehenden nationalen und europäischen Informationspflichten ausgeweitet. Was bedeutet das für den Lebensmittelhersteller? Welche neuen Möglichkeiten ergeben sich im Zusammenspiel zwischen Unternehmen und Überwachungsbehörden? Diesem komplexen Thema widmet sich das 3. Marburger Symposium „Information und Kommunikation von Unternehmen und Behörden“, das am 4. Dezember 2009 in Marburg stattfindet. Die Tagesveranstaltung wird, wie im vergangenen Jahr, von der **Forschungsstelle für Europäisches und Deutsches Lebens- und Futtermittelrecht an der Philipps-Universität zu Marburg** gemeinsam mit dem **Hessischen Ministerium für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz** ausgerichtet. **HB**  
[www.forschungsstelle-lebensmittelrecht.de](http://www.forschungsstelle-lebensmittelrecht.de)

03.11.2009

In einem neuen, frischen Outfit präsentiert sich **Montorsi's** Aufschnittserie „Freschi“ im LEH. Das 2003 in den deutschen Markt eingeführte Produkt gehört mittlerweile zu den führenden aufgeschnittenen SB-Wurstwaren-Marken aus Italien. Das



Ergebnis des „Refreshings“ ist ein klares und modernes Design, das den original italienischen Wurst- und Schinkenwaren eine großzügige Präsentationsfläche bietet. Die Verbindung zum Produkt „made in Italy“ wird durch die Dreifarbigkeit grün, weiß, rot im oberen Packungsdrittel hergestellt. **HB**  
[www.montorsi.com](http://www.montorsi.com)

---

03.11.2009

„Industrie und Handel orientieren sich immer stärker an den Prinzipien nachhaltigen Wirtschaftens. Mit ihrem geschlossenen Stoffkreislauf auf Basis nachwachsender Rohstoffe entspricht Wellpappe diesen Anforderungen perfekt.“ Das ist das Ergebnis des Forum Wellpappe, das der Verband der Wellpappen-Industrie (**VDW**) im Rahmen der FachPack veranstaltet hatte. Der Initiator der Verpackungsverordnung und des Kreislaufwirtschaftsgesetzes, Prof. Klaus Töpfer, brachte per Videostatement die Qualitäten des Packstoffs auf den Punkt: „Wellpappe bietet Vorteile beim Recycling und ist ein Produkt aus nachwachsenden Rohstoffen. Die Wellpappenindustrie ist nicht an kurzfristigen Erfolgen interessiert, sondern langfristig glaubwürdig. Das wird auch zunehmend vom Konsumenten honoriert.“ **HB**  
[www.wellpappen-industrie.de](http://www.wellpappen-industrie.de)

---

(c) LT Food Medien-Verlag GmbH 2009