87. Jahrgang

F L Ü S S I G E S

6-2020



OBST

Fachzeitschrift für die Fruchtsaft-Industrie, die Gemüsesaft-Industrie, die Fruchtwein-Industrie, für die Hersteller von fruchtsafthaltigen Getränken und die Früchte- und Gemüseverwertung

www.fluessiges-obst.de





FLOTTWEG TRENNTECHNIK

Flottweg - Ein starker Partner bei der Herstellung von Frucht- und Gemüsesäften





Endlich da!

Ein Ausschnitt
internationaler
Getränkeneuheiten,
die in den letzten
12 Monaten in den
Handel gekommen sind.

Wohin gehen die TRENDS?

Mit Angabe von Inhaltsstoffen,Claims, Verpackung usw.

Informieren Sie sich!

Wir wünschen allen Abonnenten viel Freude beim Lesen der Publikation FRUCHTWELTEN!

Ab 15. Juni 2020 zum freien Download unter www.fluessiges-obst.de!

BIO ALS KRISENKOST

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

in Zeiten von Homeoffice und eingeschränktem Restaurantbetrieb wird zu Hause mehr gekocht. Die Corona-Pandemie beschert dem deutschen Einzelhandel auf diesem Wege ungewöhnlich hohe Umsätze.

Das geht aus einer AMI-Auswertung (Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH) der Umsätze und Einkaufsmengen aus dem GfK-Haushaltspanel für März 2020 gegenüber dem Vorjahresmonat hervor. Diese Umsatzsteigerung resultierte ab Mitte Februar aus den Hamsterkäufen zu Beginn der Krise, setzte sich jedoch auch in den Folgemonaten April und Mai fort, obwohl die Entwicklung gezeigt hat, dass eine lückenlose Versorgung gewährleistet ist.

Durch den eingeschränkten Außer-Haus-Verzehr wird nach wie vor mehr Zeit zu Hause verbracht und somit auch mehr selbst gekocht. Die Lebensmittelversorgung findet vorwiegend im Lebensmitteleinzelhandel statt, wo verstärkt nach Bio-Produkten gegriffen wird. Die Haushalte gaben im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt 27 Prozent mehr Geld für Bio-Frischeprodukte aus (https://www.ami-informiert.de).

Nicht nur Bio, sondern auch regionale Produkte erfreuen sich einer zunehmenden Beliebtheit, diese Entwicklung ist nicht neu, gewinnt aber durch Corona an Bedeutung. Zu wissen, wo ein Produkt herkommt, schafft Vertrauen, gibt Sicherheit – Werte, die in der Krisensituation noch wichtiger geworden sind.

In der Region Produziertes zu verarbeiten, zu kaufen und zu konsumieren stärkt die heimische Wertschöpfungskette. Lesen Sie in dieser Ausgabe ab Seite 206 warum Regionalität durch Corona noch stärker in den Fokus der Verbraucher rückt.

Eine erfreuliche Entwicklung in schwierigen Zeiten meint

Ihr

Lothar Hoffmann

2. Hoffman





Juni 2020, Jahrgang 87

AKTUELLES

Von Menschen und Machern – Industri	, Produkte, Märkte	186-190
-------------------------------------	--------------------	---------

FACHBEITRÄGE

Prof. Dr. Matthias Lütke Entrup, Dennis Goetjes

Freie Kapazitäten nutzen: Frachteinkauf in der Corona-Krise



Seit Jahren kannten die Transportpreise in der Fruchtsaftindustrie nur eine Richtung: bergauf. Getrieben von einem fast zehnjährigen gesamtwirtschaftlichen Aufschwung und gekennzeichnet durch Fahrermangel, Mautausweitung und zunehmende Regulatorik, hatten verladende Unternehmen regelmäßige Preiserhöhungen zu akzeptieren. Das ändert sich jetzt – und nicht erst seit Corona: Wie an der Veränderung des bereinigten

LKW-Fahrleistungsindex deutlich wird (dieser wird vom Bundesamt für Güterverkehr auf Basis der Fahrleistung der mautpflichtigen LKW in Deutschland ermittelt), hat schon in 2019 die Fahrleistung in den meisten Monaten abgenommen (siehe Feld 1). Mit der Corona-Krise kommt nun ein deutlicher Einbruch der Fahrleistung hinzu (siehe Feld 2). Die Grundlage der Vereinbarung sollte sein: Konditionen gegen Auslastung. Es geht explizit nicht darum, eine Notsituation auszunutzen, sondern mit zusätzlichen Volumina den Transportdienstleistern zu ermöglichen, den Betrieb weiterzuführen und dabei bessere Konditionen zu erzielen ...

Inga Heinemann

Neue Wege für neue Zielgruppen

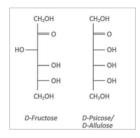
Wer heute die Getränkemeter in Supermärkten und Discountern entlanggeht, den erwartet eine enorme Auswahl – neben Klassikern wie Wasser und Säften finden sich ebenso Energy Drinks, Sport-, Wellness- und Near Water-Getränke oder Superfood-Fusions mit Matcha oder anderen Pflanzenextrakten. Denn für Verbraucher sind alkoholfreie Getränke längst nicht nur erfrischende Durstlöscher, sondern wahlweise Genussprodukt oder funktionelles Lebensmittel mit dem gewissen Extra. Gesundheitsbewusste greifen hier zu Produkten mit Wellness-Attributen, Experimentierfreudige setzen auf besondere Geschmacksrichtungen, Sportler wählen den Proteinshake oder das isotonische Getränk. Doch die Grenzen zwischen den Zielgruppen verschmelzen zunehmend: Besondere Zutaten wie das gering glykämische Kohlenhydrat Palatinose™ erlauben die Entwicklung von Sportgetränken mit neuen Positionierungen ...



Juni 2020, Jahrgang 87

Britta Schattenberg, Kirsten Stake, Prof. Dr. Jan Schneider
Allulose als alternativer Zucker zur Kalorienreduktion in Nektaren

200



Kalorienreduktion ist weiterhin eines der großen Themen der Lebensmittelindustrie. In Bezug auf Zucker empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation (WHO) eine maximale Obergrenze von weniger als zehn Prozent der Gesamtenergiezufuhr, was bei einem gesunden Erwachsenen einer Zuckerzufuhr von etwa 50 g pro Tag entspricht. Die nationale Verzehrstudie des Max Rubner-Instituts (NVSII) zeigt eine deutlich höhere Aufnahme in Deutschland. Der freie Zucker aus Fruchtsäften und Nektaren macht hierbei bereits 17-19 % der gesamten Zuckeraufnahme aus (MRI). Eine Reduktion dieses Anteils in zuckerhaltigen Getränken kann somit zur Förderung gesunder Ernährung beitragen. Der Verbraucher fordert

allerdings kalorienreduzierte Alternativen ohne Einbußen in Geschmack und Qualität. Neuartige kalorienarme Zucker wie beispielsweise Allulose bieten eine Alternative, um Produkte zu entwickeln, die ...

Schnelle Analyse von Partikelform und -größe von Suspensionen und Emulsionen sowie Pulvern und Schüttgütern! 204

Die FRITSCH ANALYSETTE 28 ImageSizer zur Trocken- und Nass-Messung ist das ideale Partikelmessgerät für alle Anwendungen, bei denen genaue und reproduzierbare Messergebnisse zur Partikelform und -größe benötigt werden. Dabei liefert das optische Verfahren der dynamischen Bildanalyse Ergebnisse für einen großen Messbereich und eine Vielzahl an Formparametern und Auswertemöglichkeiten zur Partikelgröße. Die Messdauer liegt je nach Probenmenge unter 5 Minuten. Und das Ergebnis liegt sofort vor ...



Schmeckt die Limo, der Cocktail, die Schokolade, das Eisdessert wie früher, wenn wir wieder gemeinsam mit Freunden im Straßencafe sitzen werden? Wie damals vor Corona? ...

Was genau in welcher Frequenz von den digitalen Usern konsumiert wird, welche Haushaltsausstattung es bei ihnen im Zusammenhang mit Getränken gibt und wie es mit dem Informations- und Einkaufsverhalten rund um diesen Themenkomplex aussieht, zeigt die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (agof) in ihrem aktuellen Branchenreport ...

FLÜSSIGES OBST RUBRIKEN

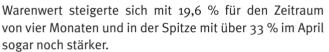
Editorial	1/2	7.	183
Titelstory			187
Bonn direkt	4.		191
Halbware-Preisnotierung	<u>'</u> (,		209
Angebote · Gesuche · Stellenmarkt			212
Geschäftskontakte	N.	./-	214
Impressum			

Fruchtsaft ist das Getränk der Coronakrise

Absatz in Deutschland steigt außergewöhnlich stark

Ein besonderer Effekt der Corona-Pandemie zeigt sich derzeit im Getränkemarkt. Fast alle Segmente im Markt der Alkoholfreien Getränke (AFG) haben in den ersten vier Monaten des Jahres 2020 teilweise deutliche Zuwächse

verzeichnen können. Mit einem Absatzplus von 12,8 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum zeigte Fruchtsaft das mit Abstand größte Wachstum. Bei Wasser und Erfrischungsgetränken lagen die Steigerungen bei 2,2 % bzw. 5,2 %. Besonders stark stieg die Fruchtsaftnachfrage im April. Hier fanden fast 25 % mehr Saftflaschen und -kartons ihren Weg in die Einkaufskörbe der deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher. Besonders erfreulich aus Sicht der Fruchtsaftbranche: Der umgesetzte



Der Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie (VdF) freut sich nicht nur über diese außergewöhnlich positive Entwicklung, sondern insbesondere über die dahinterstehenden Beweggründe der Konsumenten. VdF-Geschäftsführer Klaus Heitlinger erläutert dazu: "In den vergangenen Wochen und Monaten, in denen die Menschen viel Zeit zuhause verbringen mussten und das Leben von



Absatz von Fruchtsaft steigt deutlich.
© VdF e.V.

uns allen durch Unsicherheit und Einschränkungen geprägt war, haben die Menschen versucht, über die Ernährung das eigene Immunsystem zu stärken. Das gesunde Image von Fruchtsaft als natürliche Vitaminquelle und Lieferant sekundärer Pflanzenstoffe ließ Verbraucherinnen und Verbraucher verstärkt zu Säften greifen. Neben

diesen gesundheitlichen Beweggründen, hat aber auch der Genusswert von Fruchtsäften einen großen Einfluss auf das aktuelle Verbraucherverhalten. Fruchtsäfte werden als "Soulfood" wahrgenommen und ganz bewusst als kleiner Luxus konsumiert."

Die Marktzahlen unterstreichen diese Einschätzung, denn neben Orangensaft und Apfelsaft, die von Januar bis April jeweils um 18 % bzw. 11,1 % zulegten, sind es gerade die exotischen

Fruchtsäfte wie Ananas oder Fruchtnektare wie Mango oder Maracuja, die vermehrt getrunken wurden. Bei Ananassaft lag die Zunahme gar bei mehr als 32 %. Mit diesen Getränken holten sich sicherlich viele Menschen den ausgefallenen Osterurlaub symbolisch auf den Frühstückstisch. Klaus Heitlinger ergänzt: "Selbst beim Apfelsaft sehen wir in den Zahlen einen Trend hin zu höherpreisigem Direktsaft. Das hat dazu geführt, dass der Wertzuwachs bei Apfelsaft mit 27,5 % sogar noch deutlicher anstieg, als die Zunahme bei der abgesetzen Menge. Ganz nach dem Motto: "Man gönnt sich ja sonst nichts."

Getränkedose knackt fast die 4-Milliarden-Marke

Nachdem die Getränkedose mit nur noch 100 Millionen verkauften Stück im Jahr 2005 weitgehend vom Markt verschwunden war, kehrt sie nun immer stärker in die Regale zurück. Über 3,9 Milliarden Dosen wurden 2019 in Deutschland verkauft – das entspricht einem Plus von zehn Prozent gegenüber 2018 und ist der höchste Wert seit 17 Jahren.

Stephan Rösgen, Geschäftsführer des Forum Getränkedose: "Die Getränkedose hat auch unter Umweltaspekten viele Vorteile: Wenig Verpackung, hoher Schutz für lichtempfindliche Lebensmittel, eine gute Transportbilanz und Top-Recyclingquoten."

So sind von 100 Prozent Gesamtgewicht nur drei Prozent Verpackung und 97 Prozent Produkt. Die Recyclingrate der Getränkedose liegt in Deutschland bei über 99 Prozent und die Wandstärke einer Getränkedose ist inzwischen dünner als die eines menschlichen Haares.

In allen Getränkesegmenten legte die Dose zu – beim Bier gegen den insgesamt rückläufigen Trend.

Die Dose kühlt ihren Inhalt schnell, ist handlich und platzsparend und besonders in den Sommermonaten gefragt. Umsatzstärkster Monat war auch 2019 der Juli. Neben den klassischen Dosendrinks werden zunehmend weinhaltige Getränke in Dosen abgefüllt: Der Umsatz stieg hier 2019 um 22,6 Prozent auf 29,8 Millionen Einheiten.

Insgesamt setzt sich der Aufwärtstrend der Dose seit der Einführung des einheitlichen Pfandsystems im Jahr 2006 kontinuierlich fort.

Geschäftsjahr 2019: Eckes-Granini Gruppe festigt Marktposition als unangefochtene Nr. 1 in acht Ländern

Trotz eines kompetitiven Umfelds und marktbedingten Widrigkeiten hat die Eckes-Granini Group GmbH, die internationale Unternehmensgruppe für alkoholfreie fruchthaltige Getränke der Eckes AG, auch im Geschäftsjahr 2019 erneut gute Ergebnisse erzielt. "Wir haben mit unseren zahlreichen Produktinnovationen bewiesen, dass wir die Bedürfnisse und Wünsche unserer Verbraucher nicht nur verstehen, sondern sie mit unseren Fruchtsäften auch bestens erfüllen," so Thomas Hinderer, Vorsitzender der Geschäftsführung. "Insbesondere Neuprodukte im Segment Bio und Smoothies haben Wirkung gezeigt." Die Eckes-Granini Group habe so ihre führende Position als größtes und erfolgreichstes Markenartikelunternehmen im Markt für fruchthaltige Getränke in Westeuropa behauptet, betont Hinderer. "Zugleich haben wir unsere Marktposition als unangefochtene Nr. 1 in nunmehr acht Ländern gefestigt. Wir sind strukturell besser aufgestellt denn je und verzeichnen dank des unermüdlichen Einsatzes unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein grundsolides und gutes Ergebnis. Dies zeigt sich besonders im positiven Ergebnis vor Zinsen und Steuern: Das EBIT haben wir um 12,3 Mio. Euro bzw. 17 % steigen können." Damit seien Einbußen beim Absatz, Umsatz sowie beim wertmäßigen Marktanteil mehr als kompensiert worden, erklärt der Geschäftsführer. Leichte Rückgänge bei Absatz, Umsatz und wertmäßigen Marktanteil

Nach der letztjährigen Umsatzsteigerung auf 985 Mio. Euro verzeichnet das Geschäftsjahr 2019 leichte Rückgänge. Die Verkaufserlöse sanken um 6,5 % auf nunmehr 921 Mio. Euro, während der Absatz um 55 Mio. Liter auf 853 Mio. Liter zurückging. Geschuldet ist diese Entwicklung dem unerwartet starken Rückgang des Marktes und keine oder verspätete Einigungen mit Handelspartnern in

den Jahresverhandlungen. Ergebnisseitig sprang die Unternehmensgruppe beim EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) mit einem Plus von 17 % auf 84,3 Mio. Euro (vor Einmaleffekten aus nicht fortgeführten Geschäften). Erzielt wurde dieses Ergebnis dank ausgeprägtem Kostenbewusstsein entlang der Wertschöpfungskette sowie Effizienzsteigerungen durch nachhaltige Investitionen in die europäischen Standorte in den zurückliegenden drei Geschäftsjahren. Marktanteilig in Europa lag der Wert bei 11,5 % umsatzbezogen leicht unter dem Vorjahr (11,8 %).1

Das Marktumfeld gestaltet sich insgesamt schwierig und ist gekennzeichnet von wertmäßigen Rückgängen (-2,6 %) und geringerem Volumen (-3,3 %). Am stärksten verlor der Ambient-Bereich um 4,4 % beim Absatz und 4,1 % beim Umsatz. Der Chilled-Markt verzeichnete allerdings ein Plus von 4,5 % beim Volumen und wertmäßig um 2,7 %. Besonders stark fiel das Wachstum aus in Dänemark, Deutschland, Ungarn und Litauen. Der steigende Wettbewerb im Segment der gekühlten Fruchtsaftgetränke insbesondere in Deutschland aber auch in vielen anderen europäischen Märkten spiegelt sich in zunehmenden Promotions und Preisaktionen und daraus resultierenden sinkenden Durchschnittspreisen pro Liter von 2,99 Euro auf 2,77 Euro wider. Europaweit profitieren das Premiumsegment sowie "On-the-go"-Formate unter 0,5 linsbesondere im Chilled-Bereich zu Lasten von größeren, günstigeren Standardprodukten. Handelsmarken verloren erneut stärker als der Gesamtmarkt – das gilt sowohl bei den Mengen (-4,6%) als vor allem auch wertmäßig (-5,3%).

¹Daten aus zwölf Kernländern, Lebensmittelhandel: Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Litauen, Österreich, Rumänien, Schweden, Schweiz, Spanien, Ungarn, Marktzahlen für Finnland geschätzt

Titelstory



www.flottweg.com

Erfolg ist ... einen starken Partner bei der Fruchtsaftherstellung zu haben

Bei der Saftherstellung spielt Trenntechnologie eine entscheidende Rolle und trägt dazu bei, die wertvollen Inhaltsstoffe von Obst und Gemüse zu erhalten. Flottweg bietet unterschiedliche Systeme, aber auch Einzelkomponenten zur qualitätsbewussten und wirtschaftlichen Herstellung von Frucht- und Gemüsesäften.

Das Unternehmen verfügt über langjährige Erfahrung und einschlägiges Know-how beim Einsatz von Zentrifugen und Bandpressen in der Saftherstellung.

Abgestimmt auf die Rohware und auf den Prozess, bietet Flottweg von der Entsaftung über die Grob- bis hin zur Feinklärung individuelle Lösungen aus einer Hand. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um die Herstellung von Direktsaft, Rohsaft für die Konzentratherstellung oder eine Kombination aus unterschiedlichen Verfahren handelt.

Flottweg Leistungen auf einen Blick:

- Bandpressen-Anlagen für höchste Ausbeuten
- Dekanter zur Entsaftung unter höchsten hygienischen Anforderungen
- Separatoren zur Feinklärung