

Auszeichnung für Innovationen

Die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) hat den European FoodTec Award 2009 verliehen. Mit dem Preis wurden in diesem Jahr fünf Projekte aus der europäischen Lebensmittel- und Zulieferindustrie ausgezeichnet. Zwei Innovationen erhielten den European FoodTec Award in Gold, drei in Silber. Die Preisverleihung fand im Rahmen der Anuga FoodTec, der internationalen Fachmesse für Lebensmittel- und Getränketechnologie in Köln, statt.

Den European FoodTec Award 2009 in Gold erhielten die GRS Software GmbH (Homburg an der Saar) für eine Software für auto-

matisierte Produktdeklarationen und die Hertel GmbH (Salzburg/Österreich) für ein Rektifikationswürzkechsystem.

Den European FoodTec Award in Silber erhielten K+G Wetter GmbH (Biedenkopf-Breidenstein) für das Softwarepaket CutControl und Cutvision, Intralox L.L.C. Europe (Amsterdam/Niederlande) für ihre Förderbänder-Serien 850 und 1650 sowie die Mettler-Toledo Garvens GmbH (Giessen) für den X-ray CombiWeigher XS3 AdvanCheK.

Die Auswahl der Preisträger erfolgt durch eine siebenköpfige international besetzte Jury, der renommierte Experten angehören.

Fleisch aus Belgien stark gefragt

Unter den ausländischen Fleischimporteuren hat belgisches Fleisch in Deutschland das beste Image. Das ist das Ergebnis einer Marktstudie, die das Belgian Meat Office beim deutschen Marktforschungsinstitut DIMA 2008 in Auftrag gegeben hat. Hierbei wurden knapp 200 leitende Einkäufer befragt. Zum ersten Mal führt Belgien die Beliebtheitskala an. „Für uns ist das Ergebnis sehr befriedigend, ist Deutschland doch unser wichtigster Exportmarkt. Wir brauchen hier eine gute sinnliche Wahrnehmung und sind froh über die positive Resonanz“, sagt Paul Coenen, VLAM-Geschäftsführer. Belgien exportiert rund 50 Prozent seines frischen Schweinefleisches nach Deutschland. Auch für Rind- und Kalbfleisch ist der deutsche Markt von Bedeutung, gehen hierhin doch rund 16 Prozent des Gesamtexportes.

Hauptkriterium für den Einkauf von belgischem Schweinefleisch sei dessen exzellente Fleischqualität, so 88 Prozent der befragten Einkäufer der DIMA-Studie. Das Augenmerk gilt hierbei der Fri-

sche, der Magerkeit und hohen Ausbeute beim belgischen Fleisch. Wichtig für viele deutsche Einkäufer ist auch die regionale Nachbarschaft zu Belgien, die einen engen Kontakt zu den Importeuren ermöglicht und damit die Erfüllung individueller Wünsche bei der Fleischbestellung. Auch die zeitlich schnelle Anlieferung der Ware nach Bestellung war ein Einkaufsgrund für belgisches Fleisch.

40 Prozent der befragten Einkäufer gaben weiterhin an, besonders auf die garantierte Qualität des Fleisches zu achten sowie den Nachweis über Kontrollen, die Einhaltung von Hygienestandards und Rückverfolgbarkeit und lobten hier die umfangreichen Kontrollsysteme in Belgien. Ein weiteres Plus sei die Tatsache, dass ein Großteil der belgischen Fleischexporteure mittelständische Familienunternehmen sind: Rund 38 Prozent der befragten Fleischspezialisten gaben an, lieber bei kleineren Unternehmen als bei den Großunternehmen zu kaufen, lediglich elf Prozent bevorzugten die Großlieferanten.

Engagement für Arbeitslose

Fritz Gempel wurde in den Kreis der Ratgeber und Gesprächspartner des Projekts „Minipreneure“ (www.minipreneure.de) aufgenommen. Der 46-jährige Fleischermeister, der seit 10 Jahren selbstständig als Berater tätig ist, bringt hier insbesondere seine Erfahrungen aus der Seminararbeit ein. Die von Prof. Dr. Peter Hartz geleitete Initiative schafft über individuelles Coaching und Strukturanalysen lokaler Arbeitsmärkte neue Chancen für Langzeitarbeitslose.



Fritz Gempel unterstützt das Projekt „Minipreneure“.

SB-Parmaschinken immer beliebter

Das Jahr 2008 bescherte den Herstellern von SB-Parmaschinken ein Wachstum von 6,1 Prozent. Insgesamt wurden mehr als 52 Millionen Packungen geschnittene und abgepackte Ware über den Lebensmittelhandel abgesetzt. Dies entspricht rund 1.070.000 Parmaschinken oder 5.577 t.

Der italienische Markt für Parmaschinken, der im Bereich der geslicten und verpackten Ware einen Anteil von rund 31 Prozent hält, verzeichnete in diesem Segment einen Zuwachs von 8,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 330.000 Parmaschinken wurden für den heimischen Verbraucher geschnitten und in über 15 Millionen SB-Schalen verpackt.

Der Auslandsanteil betrug 69 Prozent. 740.000 Parmaschinken wurden für den Export geschnitten (37 Millionen Schalen) – ein Plus von 5,4 Prozent. Erfreuliche Absatzsteigerungen verzeichneten insbesondere Holland, Schweden, Kanada und Österreich. Nach wie vor die Nummer 1 im Segment der SB-Ware ist Großbritannien, gefolgt von Frankreich. Deutschland belegt mit einem Verzehr von rund 4,4 Millionen Schalen Parmaschinken 2008 wie in den Vorjahren Position drei.

„Wir sind mit dem Absatz von SB-Parmaschinken sehr zufrieden“, so Stefano Tedeschi, Präsident des Verbands Consorzio del Prosciutto di Parma.

Gegen Antibiotika-Resistenzen

Branchenvertreter der niederländischen Fleisch- und Milcherzeuger haben kürzlich ein sogenanntes Convenant zu Antibiotika-Resistenzen in der Tierhaltung unterzeichnet.

Im Zuge dieser Vereinbarung haben sich die verschiedenen Sektoren dazu verpflichtet, das Problem von Antibiotika-Resistenzen aktiv anzugehen. Die niederländische Geflügelwirtschaft hat hierzu bereits im vergangenen Jahr einen Masterplan erstellt, der in einem

Zeitraum von 2009 bis 2011 umgesetzt werden soll. Ausgewiesenes Ziel ist der korrekte und kontrollierte Einsatz von Antibiotika. Im Rahmen des Masterplans wird unter anderem ihr Einsatz in den Mastbetrieben genau dokumentiert.

Die ermittelten Daten dienen später als Steuerungsinstrument und zur Entwicklung einer Benchmark innerhalb der Branche. Außerdem soll ein entsprechendes Kontrollnetz installiert werden.