

ZUR SOFORTIGEN FREIGABE

2009/E153 – TASTEMAKERS - ZUSAMMENFASSUNG
Oktober 2009



Exklusive Food-Service-Veranstaltung im Packforum: TASTEMAKERS - Qualität von Anfang bis Ende.

Verpackung und vereinfachte Zubereitung als integraler Bestandteil Ihres Geschäftsmodells.

Am 21. und 22. Oktober nahmen 70 Vertreter von 45 Unternehmen aus den Bereichen Food-Service-Produktion, Food-Service-Vertrieb und Food-Service-Ausrüstung aus der EMEA-Region, den USA und Neuseeland im Packforum®, dem ständigen Kundenzentrum von Sealed Air, an der Veranstaltung "Tastemakers" teil. Die Präsentationen und Vorführungen der Gastredner, Techniker und Köche dieser Veranstaltung warfen neues Licht auf spezifische Möglichkeiten und Einschränkungen, die die verschiedenen Akteure bei der Lieferung von Außer-Haus-Mahlzeiten betreffen.

Nach einem Seminar zu den Trends auf dem europäischen Food-Service-Markt und in spezifischen Segmenten, das von Industrie-Experten gehalten wurde, erfreuten sich die Teilnehmer an einer Roadshow samt Mittagessen, bei der gezeigt wurde, wie Innovationen in den Bereichen Zimmerservice, Automatenverkauf von Fertiggerichten, Airline-Catering, warme Sandwiches, Automatenverkauf von gefrorenen Produkten sowie Selbstbedienungsrestaurants / Banketträume Essen in einem verbraucherfreundlichen Format in eine genussvolle Erfahrung verwandeln können. Und um zu beweisen, dass sogar die Haute Cuisine von diesen hochwertigen, verpackten Lebensmitteln inspiriert wird, wurden alle Teilnehmer zu einem Abendessen und Vorführungen in die neu eröffnete Alain Ducasse Culinary School im Stadtzentrum von Paris eingeladen.

Trends auf dem europäischen Food Service-Markt

"Jede Sekunde werden in Europa 21.000 Mahlzeiten außer Haus serviert," erinnerte Peter Backman, Geschäftsführer von Horizons, die Teilnehmer in seiner Eröffnungsrede. "Im Jahr 2008 erwirtschaftete die Lebensmittel- und Getränke-Branche einen Umsatz auf 359 Milliarden Euro, und zog damit der Pkw-Branche davon. Horizons, eine in Großbritannien angesiedelte und auf die europäische Food-Service-Industrie spezialisierte Ideenschmiede, verwies auf verschiedene Möglichkeiten in diesem Sektor – insbesondere für den Wirtschaftsaufschwung ab dem Jahr 2010.

Obwohl jedes Land seine Gewohnheiten hat, geht der Trend in Richtung "Fast Casual" und vor allem Schnellrestaurants und Sandwich-Verkäufer profitieren vom sparsamen Lebensstil der Verbraucher. Europas größte Schnellrestaurantkette McDonald's verkaufte 2008 Lebensmittel und Getränke im Wert von 15 Milliarden Euro, währenddessen Yum! und Burger King je über 2 Milliarden Euro Umsatz machten. Da die Bevölkerung immer älter

wird, wird es immer mehr Menschen geben, die versorgt werden müssen, da sie nicht mehr selbstständig kochen bzw. sich selbst eine Mahlzeit zubereiten können, während zeitgleich der wachsende Kostendruck dazu führt, dass Unternehmen, Schulen und Krankenhäuser ein sog. Contract-Catering einführen. Das Potenzial ist in den Schwellenländern Mittel- und Osteuropas am größten. Die Aussichten für die Verpflegung in Hotels oder Flugzeugen scheint weniger viel versprechend, da immer mehr Reisende lieber am Flughafen oder in einem Restaurant essen.

Mit dem einsetzenden Wirtschaftsaufschwung könnte eine "Rückkehr zur Normalität" verbunden sein, die einen stärkeren Fokus auf den Preis bzw. dem fundamentalen Bedürfnis nach Rentabilität und fortwährenden Innovationen Rechnung trägt. Die Anzahl der aktuell 2.960.000 Verkaufsstellen könnte zurückgehen. Im Allgemeinen sollten die Produktionskosten in den kommenden Jahren stabil bleiben, während die Verkaufspreise ansteigen. "Obwohl wir die Talsohle der Rezession noch nicht durchschritten haben, müssen wir die Gelegenheiten ergreifen, die sich uns bieten, wenn unsere Wettbewerber besonders schwach sind. Was wir heute implementieren, können wir morgen nutzen," so die Schlussfolgerung von Peter Backman.

24-Stunden-Verpflegung im Hotel

Hieu A. To, Direktor des Hôtel Raphaël Restaurant und Präsident der French Association of Hotel Restaurant Directors ("Französische Vereinigung der Hotel-Restaurantleiter"), erörterte die Herausforderung, in Hotels jederzeit hochwertige Mahlzeiten anzubieten. Rund 30% der Umsätze französischer Hotels entfallen auf das Catering - allein der Zimmerservice hat daran einen Anteil von 12% bis 15%. Die erfolgreichste Mahlzeit im Bereich Zimmerservice ist zwar das klassische Clubsandwich mit Hähnchenfleisch und Frühstücksspeck, aber es gibt auch Gäste, die eher sonderbare Wünsche haben. "Kunden sind immer in Eile, und wollen alles sofort haben. Dabei eine gleichbleibende Qualität zu liefern ist schwer und ein schlechtes Frühstück vor der Abreise hinterlässt einen schlechten Eindruck." Beschwerden über den Zimmerservice sind nicht selten, vor allem, da das Kommen und Gehen des Personals für viele Gäste ein Eindringen in die Privatsphäre darstellt.

Hieu A. To sieht hochwertige Lebensmittel als einen starken Differenzierungsfaktor für Hotels. Er versicherte den Teilnehmern, dass viele Hotelköche nach innovative Methoden Ausschau halten, mit denen sie ihren Gästen eine abwechslungsreiche und gleichbleibend gute Erfahrung bieten können.

Das Sandwich: Eine Mahlzeit für das 21. Jahrhundert

Laut Udo Baumann, VP von Electrolux Professional, sind Sandwiches weltweit eine Erfolgsstory. Tatsächlich sind sie "der am stärksten wachsende Markt der Welt." Doch Menschen haben immer weniger Zeit und Geld für Mahlzeiten. In Städten wie Amsterdam oder Stockholm ist die Hälfte der Bevölkerung ledig. "Sie leben in Cafés!" so Udo Baumann. Und trotzdem haben sie es eilig. "Die Forschung zeigt, dass Kunden die Läden verlassen, wenn sie länger als drei Minuten in der Schlange warten müssen. Zudem ist die Miete hoch. Sie müssen ihnen ihr Essen und ihre Getränke innerhalb einer Minute servieren."

Was macht ein Sandwich erfolgreich? Ein Sandwich sollte leicht zu essen sein sowie lecker aussehen und köstlich schmecken. Gesundes Essen ist von Vorteil, obwohl einige Verbraucher ihr Lieblingsessen gesunden Alternativen vorziehen (z.B. fettarme Pommes frites). Bei Füllungen hat Hähnchenfleisch die Nase vorn, gefolgt von Käse, Schinken, Ei, und mehr Fisch als man erwarten würde. Der Durchschnittspreis eines handelsüblichen Sandwiches beträgt 2,45 Euro, Tendenz fallend. "Um sich die Marge zu erhalten, müssen Sie einen preiswerten Snack nehmen und in ein Lunch-Sandwich verwandeln – und zwar, indem Sie es erwärmen," empfahl Udo Baumann.

Trotz Globalisierung ist Essen etwas kulturelles und jeder Markt unterschiedlich. In Deutschland gibt es keine offizielle Sandwich-Statistik, aber mit 17.488 möglichen Verkaufsstellen – von Cafés bis Tankstellen – ist das Potenzial riesig. Im Jahr 2008 knackte Frankreich die 11-Prozent-Marke und stellt mit einem Umsatz von 4 Milliarden Euro den am schnellsten wachsenden Sandwich-Markt in Europa dar. Und ist zudem das einzige Land, in denen die Verkaufsstellen Sitzmöglichkeiten für die Kunden anbieten! Der britische Sandwich-Markt umfasst ein Volumen von ungefähr 2,2 Milliarden Euro pro Jahr und hat eine Wachstumsrate von 5%. Und natürlich essen die Verbraucher ihre Sandwiches sozusagen im transnationalen Bereich – auf Billigflügen.

Dietmar Többen, Geschäftsführer von Empy System Food GmbH, ist ein Paradebeispiel der Sandwich-Erfolgsstory. Als er vor drei Jahren seine ersten gekühlten und gefrorenen Tortillas auf den Markt brachte, waren die potentiellen Kunden in Deutschland eher unsicher und zurückhaltend. Die Originalität, leichte Zubereitung und Handhabung sowie die langlebigen, guten mikrobiologischen Eigenschaften zogen jedoch die Aufmerksamkeit auf sich und inzwischen sind die 24 von Empy angebotenen Produkte ein Erfolg bei Fluggesellschaften und der Bundeswehr, die diese Produkte in 70% ihrer Kantinen anbietet. Airbus hat in Deutschland 180 Verkaufsautomaten aufstellen lassen, die die 10.000 Mitarbeiter mit Empy-Sandwiches versorgen.

"Der Markt hat sich verändert: Entscheidungsträger wollen bequeme Handhabung," so Dietmar Többen. Wie die Verbraucher und wie die ofentauglichen Schalen von Cryovac[®], die man mit der bloßen Hand bei 210° Celsius anfassen kann! Ich weiß immer noch nicht, wie es funktioniert, aber es funktioniert!" Auch der Schnellgrill, der ein Panino in 50 Sekunden goldbraun bäckt, wird sehr geschätzt.

Vertrieb von Lebensmitteln an Hotels, Restaurants und Catering-Unternehmen

"Das HoReCa-Segment hat im Gegensatz zu den Einzelhändlern ganz andere Anforderungen," so Jens Nielsen, Leiter des Bereichs HoReCa Select bei Metro Cash & Carry. Sie interessieren sich nicht für extravagante Marken, sondern für Frische und Qualität. Und sie erwarten beinahe einen 24-Stunden-Service!"

Metro Cash & Carry hat eine Reihe eigener Marken entwickelt, die speziell auf dieses Segment abzielen. Um das Geschäft in Hotels, Restaurants oder Catering-Unternehmen erfolgreich voranzubringen bietet jedes Markenprodukt Komplettlösungen sowie einen bedeutenden Preisvorteil gegenüber Premium-Marken. Aufgrund angepasster Formate und Verpackungen sind diese Produkte verbraucherfreundlich und bleiben länger frisch.

"Verpackungen sind Bestandteil unserer Marken- und Produktkonzepte," so Jens Nielsen weiter. "Wir arbeiten kontinuierlich mit Sealed Air Cryovac zusammen, um Lösungen zu entwickeln, von denen unsere Kunden profitieren können." Fenster oder transparente Verpackungen, Portionspackungen, wiederverschließbare Verpackungen und leichte Handhabung sind Schlüsselfaktoren für die Beliebtheit der Produkte bei Fachleuten. "Außerdem müssen all unsere Verpackungen verkleinert werden und wiederverwendbar sein. Tatsache ist, ohne unsere Partner wie Sealed Air Cryovac könnten wir gar nichts tun."

Verpackungen als ein Antriebsfaktor für das Food-Service-Geschäft

Fabrice Roy, leitender Angestellter bei Global Ready Meals, Sealed Air, glaubt fest daran, dass Verpackungen Food-Service-Unternehmen zum Erfolg verhelfen können. Verpackungen spielen eine wichtige Rolle bei Konservierung, Transport, Rückverfolgbarkeit, Hitzebeständigkeit, Umweltfreundlichkeit, Tiefkühlung, Handhabung, Hygiene und Informationsvermittlung. "Natürlich hat jedes Segment unterschiedliche Bedürfnisse und setzt unterschiedliche Schwerpunkte bei Qualität, Haltbarkeit, Aufwandsreduzierung, Auswahl, bequemer Handhabung, Gewicht, Größe und Portionierung, sowie Handwarm-Effekt."

Anstatt nur trockene Theorie anzubieten, lud Fabrice Roy alle Teilnehmer ein, zu beobachten, wie Verpackungs- und Lebensmittelzubereitungslösungen unter realen Bedingungen – in den sechs Präsentationsbereichen des Packforums, die speziell für die Tastemakers-Veranstaltung entstanden – funktionieren.

Zimmerservice: Hochwertige Mahlzeiten rund um die Uhr

Fabrice Roy fasste die Sealed-Air-Cryovac-Vision für den Zimmerservice folgendermaßen zusammen: "Hotelköche sollten sich auf ihre Kreativität, und nicht auf die Herstellung von Mahlzeiten konzentrieren müssen." Eine Vielzahl an hochwertigen, vakuum-skin-verpackten Cryovac-Simple-Steps®-Mahlzeiten können in wenigen Minuten in der Mikrowelle aufgewärmt werden.

Automatenverkauf von Fertiggerichten: Warme Mahlzeiten überall und jederzeit

Hochwertige Mahlzeiten aus einem Verkaufsautomaten? Das während der Tastemakers-Veranstaltung ausgestellte Modell von Jofemar enthält neben einer Mikrowelle auch einen Kühlschrank, um in Simple-Steps® verpackte Fertiggerichte kühl zu lagern, so dass Käufer nur ein Gericht anhand der verführerischen Fotos auswählen müssen und – Simsalabim! – ihnen wird das Gericht in einer tellerförmigen Verpackung serviert. Der Vorrat ist leicht zu kontrollieren und wieder aufzufüllen. Diese Lösung ist perfekt für Eisenbahnen, Tankstellen, Supermärkte, kleine Hotels usw.

Außerdem wurden schmackhafte, in Cryovac Simple Steps® verpackte TK-Mahlzeiten vom neuen "Wurlitzer"-Automaten der deutschen Firma Frosta angeboten, die in den seitlich untergebrachten Mikrowellenöfen aufgewärmt werden. Eine perfekte Lösung für kleine Büro-Kantinen.

Airline-Catering: Sicherheit und bequeme Handhabung in Flugzeugen

Cryovac-n'Oven®-Schalen stellen eine kleine Revolution im Catering dar: Obwohl sie auf 200°C aufgewärmt werden, können Flugbegleiter sie ohne Handschuhe anfassen. Außerdem sind sie 30% leichter als CPET-Schalen – ein sehr wertvoller Vorteil für das Airline-Catering. Zudem neigen sie nicht dazu, brüchig zu werden, so dass sie die strengsten Sicherheitsanforderungen der Fluggesellschaften erfüllen.

Warme Sandwiches für eine Generation, die immer in Bewegung ist

Hätten Sie Ihre Wraps lieber kalt, zäh und fade oder warm und knusprig, mit geschmolzenem Käse, dessen Aromenbouquet Ihnen in die Nase steigt und Ihre Sinne beflügelt? Der neue, auf dem Tastemakers-Empy-Stand ausgestellte Panini-Grill von Electrolux, wertet Sandwiches durch eine Steigerung der Gaumenfreuden auf. Mit diesem Grill können vielerlei Sandwiches von 0° auf 60° in 30 bis 59 Sekunden - und damit schneller als je zuvor - erwärmt werden.

Hochwertige Fertiggerichte für Selbstbedienungsrestaurants und Banketträume

Allerhand schmackhafte Mahlzeiten sind nun in Cryovac-Simple-Steps®-Vakuum-Skin-Verpackungen – als Einzelportion oder in Gastronorm bzw. 1/2-Gastronorm – erhältlich. Diese gekühlten oder gefrorenen Verpackungen können in wenigen Minuten in der Mikrowelle oder in Kombi-Öfen, wie dem Electrolux air-O-speed, aufgewärmt werden. Für die Zukunft ist dies die Lösung für Verkaufsstellen, die Qualität, bequeme Handhabung und Rentabilität suchen.

Haute Cuisine vereinfacht

Um deutlich zu machen, dass Qualität von Anfang bis Ende, vom Rezept bis zum fertigen Teller, gegeben ist, arbeitete das Organisationsteam für die Tastemakers-Veranstaltung mit dem ADF (Alain Ducasse formation et conseil) zusammen, der alle in gekühlten Cryovac-Simple-Steps®- und Cryovac®-OFT-Schalen verpackten Gerichte konzipiert und zubereitet hat.

Die Teilnehmer der Tastemakers-Veranstaltung erhielten ein besonderes Bonbon, als sie zum Abendessen in der Alain Ducasse Culinary School im Stadtzentrum von Paris eingeladen wurden. In deren vier Versuchsküchen konnten die Teilnehmer Innovationen hautnah erleben, als die jungen Köche die Entwicklung der vier Mahlzeiten nachstellten, die als Roadshow-Exponate gedient hatten. Jeder konnte bei der Zubereitung dieser köstlichen Fisch- und Gemüsesorten sowie großartigen Desserts (Schokoladenfondant und Tarte Tatin) helfen.

Zwölf Studenten des Lycee Hôtelier de Saint-Quentin en Yvelines erlebten beeindruckende, reale Arbeitsbedingungen bei der Zubereitung, dem Arrangement und dem Servieren der Gerichte im Packforum und in der Alain Ducasse Culinary School.

Die technische Seite des Genusses...

Am 22. Oktober waren die Teilnehmer der Tastemakers-Veranstaltung zu einer Vorführung im Packforum eingeladen, bei der erläutert wurde, wie Verpackungskonzepte entstehen und entwickelt werden, bevor sie in der Praxis Anwendung finden und welche Vorteile sie in verschiedenen Situationen haben können. Die Verpackungslösungen Cryovac Simple Steps®, n'Oven® und CRYOVAC BDF® wurden von Sidi Chouikhi, dem Technischen Direktor von Global Ready Meals, Sealed Air, vorgestellt und erläutert. Im Anschluss an diese Präsentation konnten die Teilnehmer an Live-Vorführungen von Verpackungssystemen in der großen Packforum-Anlagenhalle teilnehmen.

Für mehr Information kontaktieren Sie bitte Frau: Angelika Steiner

Tel. +41 41 349 4593

Angelika.Steiner@sealedair.com

Hinweis an den Herausgeber

Cryovac Packaging und Cryovac Food Solutions sind Geschäftsbereiche von Sealed Air und weltweite Marktführer bei innovativen, flexiblen und unnachgiebigen Verpackungsmaterialien, -systemen und -dienstleistungen für eine breite Palette von Lebensmittel-Anwendungen. Im Jahr 2006 wurde Sealed Air von den "Industry Champions" der weltberühmten Fortune-1.000-Gruppe zur "Best Packaging Company" gewählt.

In Europa, dem Nahen Osten und Afrika (EMEA) hat Sealed Air Cryovac mehr als 3.000 Mitarbeiter, die an Produktionsstätten in Frankreich (Arc-en-Barrois und Epernon), Deutschland (Norderstedt), Großbritannien (St. Neots und Poole), Italien (Passirana di Rho), Spanien (Buñol), Russland (Wolgograd), Polen (Ozarow), Ungarn (Újhartyán), der Türkei (Istanbul), Südafrika (Spartan) und Botswana (Lobatse) arbeiten. Ebenfalls in Italien angesiedelt ist das EMEA Packaging Technical Center von Sealed Air Cryovac. Das EMEA Customer Systems Center befindet sich in Root in der Schweiz. Packforum®, das Customer Care Center von Sealed Air Cryovac EMEA, befindet sich in Roissy Charles de Gaulle in der Nähe von Paris.

Sealed Air arbeitet stetig an einer permanenten Verbesserung seiner Ökobilanz und strebt nach Sicherheit und optimalem Umweltschutz, ohne dabei aus den Augen zu verlieren, dass Plastikverpackungen für Lebensmittel immer effizienter werden müssen. Das Unternehmen arbeitet aktiv an der Reduzierung der benötigten Ressourcen sowie an einer 100%igen Wiederverwertung durch Recycling, Wiederverwendung von Industrieschrott und Energie-Rückgewinnung durch angemessene Verbrennung.

Die Website von Sealed Air EMEA finden Sie unter www.sealedair-emea.com.