



MIT WARENWISSEN BESSER VERKAUFEN

09/21

VEGGIE & VEGAN FESTSAISON

„O du pflanzliche“



Trends,
Produkte,
Konzepte,
Experten-
interviews

Dr.Oetker



Qualität ist das beste Rezept.

Der VEGANE Alleskönner.



5000
cremig
ist vegan!



- Der Top Artikel im veganen Verfeinerungs-Sortiment
- Ganz ohne tierische Bestandteile
- Vielseitig einsetzbar



MATTHIAS ROHRA
Geschäftsführer ProVeg e.V.

MIT VEGGIE-PRODUKTEN DAS WEIHNACHTSMENÜ BEREICHERN

Weihnachten ist das Fest des Zusammenkommens. Vor allem: zusammen an einen Tisch kommen. Mittlerweile hat fast jeder im erweiterten Familienkreis mindestens eine Person, die sich vegan oder vegetarisch ernährt. Entsprechend wächst die Nachfrage nach pflanzlichen Produkten, die sich unkompliziert ins traditionelle Weihnachtsmenü einbauen lassen und geschmacklich überzeugen.

Einmal auf der Tafel, finden die neuen Kreationen auch bei flexitarisch lebenden Menschen großen Anklang – jenen, die bewusst den Konsum tierischer Lebensmittel reduzieren und offen für Alternativen sind. Zu dieser Gruppe zählen sich mittlerweile immerhin 55 % der Bevölkerung. Der Einzelhandel ist gut beraten, das Sortiment pflanzlicher Produkte in allen Kategorien zu erweitern, um die stetig wachsende Zielgruppe bedienen zu können.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine genussvolle Vorweihnachtszeit,

Matthias Rohra
Geschäftsführer ProVeg e.V.

INHALT

- 04 Vegan voll auf Wachstumskurs
Marktzahlen von IRI
- 06 Fleischalternativen vom Feinsten
Interview mit Rüdiger Zurheide
- 08 Wir brauchen „glückliche“ Shopper
Interview mit Christoph Harder
- 10 Kühne: Natürlichkeit im Trend
„Pure“ Cornichons
- 12 Frostkrone: Die Zukunft
der Snackkultur
- 14 Dr. Oetker: Pflanzlicher Pudding vom
Dessertspezialisten
- 16 Mack & Schüle: Das Lebensgefühl
Siziliens – bio & vegan
- 18 Frosta: Fisch vom Feld – geerntet,
nicht gefangen
- 20 Verdino: Leckere Alternativen für
Fisch-, Fleisch- und Wurstliebhaber

IMPRESSUM

„Veggie & Vegan“ Festsaison ist eine Verlagssonderveröffentlichung von medialog GmbH & Co. KG

Herausgeber und Verlag: medialog GmbH
& Co. KG, Medienplatz 1, 76571 Gaggenau
Geschäftsführer: Christian Schikora
Verlagsleitung: Maria Akhavan

Anzeigenleitung:
Sanela Sijetlanovic
Konzept und Inhalt:
medialog GmbH & Co. KG

Redaktion: Maria Akhavan (V.i.S.d.P.)
Grafik: René Söllner (Art Director),
Steffi Toppelhoffer
Druckerei: Druckhaus Kaufmann, 77933 Lahr

VEGAN VOLL AUF WACHSTUMSKURS!

Das vegane Segment hat in vielen Warengruppen noch relativ kleine Anteile, entwächst aber zunehmend der Nische durch überproportionale Umsatzzuwächse seit Jahren. Die Corona-Krise hat dem Trend „Vegan“ einen Extra-Push verliehen und deutliches Wachstum ist auch zukünftig zu erwarten.



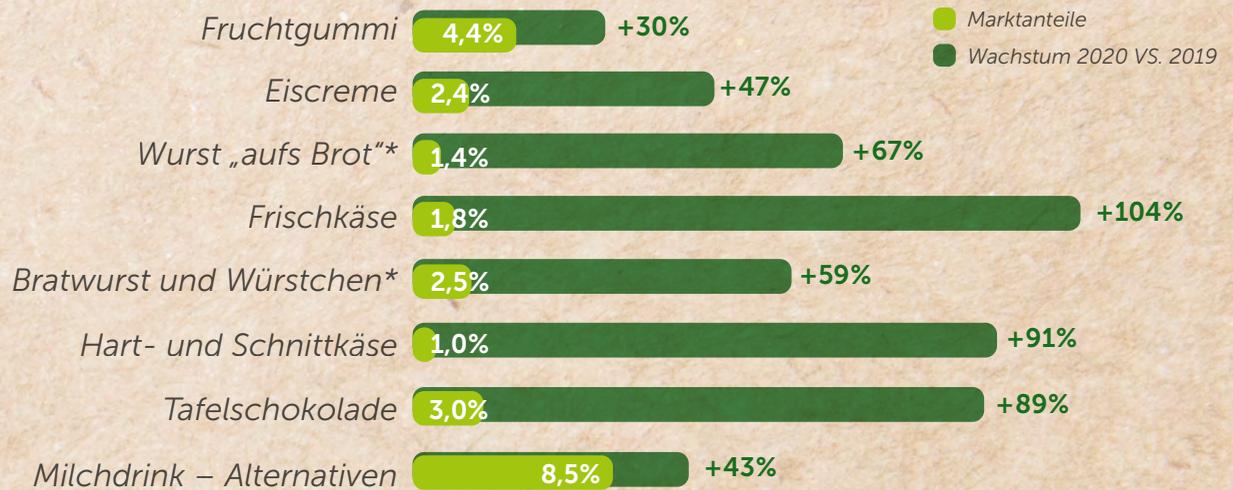
*Vegane Segmente mit
zwei- oder dreistellige
WACHSTUM SEIT JAHREN
in vielen Warengruppen*

EDEKA UND REWE
*als wichtigste Zugpferde
für vegane Lebensmittel*

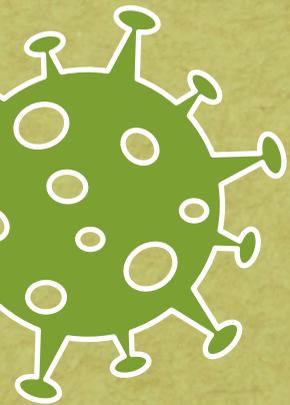
HANDELSMARKEN
*punktuell als **WACHS-**
TUMSTREIBER,
z.B. vegane Tafel-
schokolade*



VEGANE SEGMENTE 2020 IM ÜBERBLICK



Quelle: IRI Handelspanel [LEH Total >=200qm + DM]; * "SB-Fleischersatzprodukte" (inkl. vegetarische Produkte) exklusive DM



CORONA-JAHR 2020
als **BOOSTER** für
vegane Produkte



MARKEN-DOMINANZ
in Mehrheit der
vegane Märkte



für 14,4 % der Verbraucher ist
„vegan“ eine sehr **WICHTIGE**
PRODUKTEIGENSCHAFT**

Fotos: AdobeStock/Simone Schuldis, He2, deernka studio, Esfir,
HaseHoch2, Lubo Ivanko, Unternehmen

** Quelle: IRI Shopper Studie; Welle 3; April 2021; n= 1.062

FLEISCHALTERNATIVEN VOM FEINSTEN!

Sieben Supermärkte betreibt Familie Zurheide zwischen Düsseldorf und Oberhausen. Im Düsseldorfer Markt in der Berliner Allee hat Rüdiger Zurheide auf 800 Quadratmetern eigens ein vegetarisches und veganes Sortiment eingerichtet.



ZUR PERSON

Rüdiger Zurheide, Geschäftsführer von Zurheide Feine Kost, erklärt, warum er im Markt an der Berliner Allee 800 m² für das Sortiment bereitstellt und mit welcher Expertise die Mitarbeiter zum Erfolg beitragen.

Welche Produkte sind Ihrer Erfahrung nach in der Advents- und Weihnachtszeit besonders gefragt?

Wir haben festgestellt, dass in der Weihnachtszeit die Nachfrage nach glutenfreien bzw. veganen Fertigmischungen für Kuchen oder Kekse sehr stark ist. Ein beliebtes Produkt ist beispielsweise die Brownie-Backmischung der Firma Bauckhof. Daneben wächst auch jährlich das Sortiment bzw. das Angebot an veganen oder glutenfreien Weihnachtsartikeln, wie bestimmte Mehlsorten oder saisonale Gewürzmischungen, z. B. Spekulatius.

Gibt es einen Trend zu „Festsaison veggie/vegan“? Rechnen Sie damit, dass auch zu solchen Fest-Terminen der Trend zu Fleischalternativen anhält bzw. sich verstärkt?

Wir beobachten grundsätzlich einen gewachsenen Bedarf an Fleischalternativen und das vor allem vor Festtagen. Mittlerweile bedient sich auch die Zielgruppe der „Flexitarier“ gerne an unserem breiten Angebot auf über 800 m² Fläche, auf der sich unser Bio-, vegetarisches und veganes Sortiment sowie Allergikerprodukte befinden. Wir haben eine große Kühltheke, in

der wir ein vielfältiges Angebot an Fleischalternativen anbieten sowie ein spezialisiertes Mitarbeitererteam, das teilweise selbst vegetarisch oder vegan lebt und so unserer Kundschaft viel Produkt-Know-how, Warenkunde sowie Tipps für fleischlose Gerichte vermitteln und geben kann. Bei uns im Trend ist auch ein regionaler, veganer Glühwein aus Düsseldorf, der nicht nur gut schmeckt, sondern auch mit einem schönen Design punktet und sich als genussvolles Geschenk zur Weihnachtszeit bestens eignet. Dieser Glühwein war innerhalb kürzester Zeit ausverkauft und mancher Kunde hat selbst außerhalb der Saison danach gefragt. Generell zu beobachten ist, dass die Produkte immer vielfältiger werden und es für fast alles mittlerweile eine passende vegetarische oder vegane Produktalternative gibt. Zudem achten die Hersteller verstärkt auf eine nachhaltige Produktverpackung, und das nicht zum Nachteil des Designs. Ganz im Gegenteil, die Gestaltung ist oftmals sehr kreativ und attraktiv. Auch unser veganes Biowein-, Schaumwein- und Spirituosensortiment wächst weiter. Durch die kontinuierliche Erweiterung des Sortiments ist auch hier eine



Üppig, appetitlich, knackig: Eine Frischeabteilung, die das Herz des Vegetarier höher schlagen lässt.

gewachsene Nachfrage zu beobachten und das nicht nur durch die Zielgruppe der Vegetarier oder Veganer.

Welche dieser Alternativprodukte zu Fleisch und Käse erleben einen Zuwachs?

Wie bereits erwähnt, bieten wir unseren Kunden eine große vegetarisch-vegane Kühltheke an, in der wir viele Käse- und Fleischalternativen zum Entdecken offerieren können. Beim Käseersatz hat sich insbesondere die Marke „Simply“ bewährt. Bei den Fleischersatzprodukten punktet „Like Meat“, hier sind die Regale am Ende des Tages fast leergeräumt, da mittlerweile immer mehr Konsumenten, die sonst Fleisch essen, diese Produkte für sich entdeckt haben. Diesen Trend beobachtet auch unser Mitarbeiter Alan Soljkanovic, der mir für dieses Interview einiges an Input direkt aus der Abteilung mitgegeben hat.

Oft „leben“ vegane oder vegetarische Gerichte von besonderen Zutaten der internationalen Küche, oft von Hülsenfrüchten, Gemüse und Gewürzen. Wie hat sich die Nachfrage in diesem Bereich entwickelt, auch im Hinblick auf Weihnachten?

Hülsenfrüchte, Nüsse und Trockenfrüchte sind zur Weihnachtszeit natürlich immer gefragt. In den vergangenen Jahren hat sich vor allem der Trend nach weihnachtlichen Gewürzmischungen entwickelt, die sehr gerne verschenkt werden, wie beispielsweise ein Glühweingewürz, das wir von einer regionalen Gewürzmanufaktur beziehen.

Wenn Sie für Ihre Kinder Weihnachten vegetarisch oder vegan kochen würden: Was käme auf den Tisch?

Um diese Frage zu beantworten, habe ich bei unserer Mitarbeiterin Jana Mohn nachgefragt, hier ihre Antwort: Natürlich ein Traditionsgericht zur Weihnachtszeit: Kartoffelsalat mit Würstchen – nur in vegan! Das heißt mit selbstgemachter veganer Mayonnaise und veganen Würstchen. Das vegane Angebot und die Produktvielfalt bietet alles, was man dafür braucht. Unsere neue Mitarbeiterin lebt übrigens erst seit einem Jahr vegan und hat mir erzählt, dass es gar nicht so schwer ist, umzusteigen, einfach weil das vegane Angebot mittlerweile alles an Alternativen bietet, was man benötigt, um weiterhin so genießen zu können wie bisher, ohne verzichten zu müssen.



**EDEKA
FRISCHECENTER
DÜSSELDORF**
Berliner Allee 52
40212 Düsseldorf

Öffnungszeiten:
Montag bis Samstag
8 bis 22 Uhr

zurheide-feine-kost.de

karriere.zurheide-feine-kost.de



WIR BRAUCHEN „GLÜCKLICHE“ SHOPPER



ZUR PERSON

Christoph Harder ist seit drei Jahren Costumer Director bei POS TUNING, Schwerpunkte Strategieausrichtung. Seit 15 Jahren arbeitet er in der Verkaufsförderung LEH. Für ihn ist es wichtig, für die Kunden einen Nutzen zu schaffen. „Wir möchten, dass unsere Kunden eine Erleichterung haben.“

Man kann nur kaufen, was man findet. Das ist das Credo von Christoph Harder und POS TUNING. Genau deshalb werden Regalsysteme immer weiter digitalisiert und automatisiert – dem Kunden und dem LEH zuliebe.

Wie wichtig ist ein sinnvolles Regalsystem im LEH?

Es ist nicht nur wichtig, sondern erfolgsentscheidend: Kunden können nur kaufen, was sie finden. Durch Ordnung, Sichtbarkeit und Erreichbarkeit wird nicht nur das Absatzergebnis gesteigert, sondern auch viele kleine Prozesse der Inhouse Logistik verbessert. Eine schnellere Warenverräumung bedeutet automatisch Einsparpotenzial bei diesen Prozesskosten.

Wie vermittelt man dem Verbraucher Spaß am Einkaufen?

Studien belegen, dass ein immer aufgeräumtes Regal zu Mehrkäufen anregt, es finden deutlich weniger Kaufabbrüche statt und die Impulskaufrate steigt messbar an.

Ihre Vision ist „glückliches Shoppen“. Wie sieht das aus?

Shopper sind, gerade in diesen schwierigen Zeiten, „glücklich“, wenn das Einkaufen auf wenige oder nur eine Einkaufsstätte reduziert werden kann. „Was der Kunde nicht sieht, kann er nicht kaufen“, dieses Zitat habe ich von einem Tankstelleninhaber mit Shop für Produkte des täglichen Bedarfs übernommen. Ich habe dort während meiner Ausbildung gejobbt. Das gilt nach wie vor, die Kaufabbruchrate nimmt bei unübersichtlich gestalteten und vermeintlich leeren Sortimenten (Stichwort: Schattenzone) zu. Die Folge ist, dass der Shopper ein weiteres Geschäft ansteuern muss, um seine Wunschprodukte doch noch zu bekommen.

Inwieweit spielt Ökologie bei Ihren Produkten eine Rolle?

Das ist seit einiger Zeit ein sehr, sehr wichtiges Thema für unser Unternehmen. Wir können alle in Verkehr gebrachten Produkte



Christoph Harder weiß: Was der Kunde nicht sieht, kauf er nicht.

recyceln und wiederverwenden. Unser gesamter Produktionsablauf ist auf dieses wichtige Thema ausgelegt.

Ein bedeutender Mehrfilialist aus der Bio-Branche hat beispielsweise den Wunsch geäußert, die Separierung der Produkte in den Regalen mit möglichst wenig Kunststoff zu bedienen. Hier haben wir mit einem Fachteiler aus FSC-zertifiziertem Holz und einem umweltverträglichen Lack ein tolles Produkt entwickelt und einen Roll-out über mehrere 100.000 Holz-Fachteiler realisiert.

Und: Wir haben in diesem Jahr begonnen, unsere Firmenwagenflotte auf 100% E-Mobilität umzustellen, das Laden der E-Fahrzeuge wird über firmeneigene Photovoltaikanlagen generiert, außerdem fördern wir unsere Mitarbeiter bei der Anschaffung eines E-Bikes, welches wiederum am Firmensitz aufgeladen werden kann.

Unterdessen gibt es große Regale mit vegetarischen und veganen Produkten. Was ist hier bei der Präsentation besonders wichtig?

Für den Erfolg eines Sortimentes ist mitunter die Übersicht und Ordnung sowie die Verfügbarkeit aber auch die Authentizität wichtig. Sprich das „Story

telling“ der jeweiligen Kategorie muss passen, daher wäre eine möglichst nachhaltige und ressourcenschonende Warenpräsentation zu empfehlen.

Wie sehen Sie die Umsatzentwicklung von vegetarischen und veganen Produkten?

Den Statistiken zufolge zeigen die Absatzzahlen dieser Kategorien ganz klar nach oben und gewinnen somit immer mehr an Bedeutung, insbesondere in der Zielgruppe der sogenannten Millennials, die einen großen Wert auf einen umweltfreundlichen Lebensstil legt.

Veganer Genuss zum Fest – ist das ein Widerspruch?

Nein, sicher nicht. Es gibt so viele vegane Alternativen, um einen kulinarischen Genuss zu kreieren.

Vegane Plätzchen, Stollen und Kuchen. Wie sehen Sie für Weihnachten die Chancen, solche Produkte an den Verbraucher zu bringen? Und gibt es spezielle Trends?

Nachdem der Trend und die Zielgruppe vorhanden sind, dürfte es sicher jetzt und in Zukunft auch sehr gute Absatzchancen für diese Produkte geben.

POSTUNING®

POS TUNING UDO
VOSSHENRICH
GMBH & CO. KG
Am Zubringer 8,
32107 Bad Salzufen

Telefon:
+49 (0) 5222 369650

postuning.de

NATÜRLICHKEIT IM TREND



Natürliche Zutaten,
klimaneutraler Footprint und
abwechslungsreiche Sorten:
Mit dem Gurkenkonzept
„Pure“ trifft Kühne die Trends
– und bringt Millennials auf
den Geschmack.

Köstlich zu Käsefondue und der
Renner zu Raclette: Die neuen „Pure“
Cornichons von Kühne in gleich drei
abwechslungsreichen Sorten.



Der Trend im Gurkenmarkt:
Natürlichkeit. Vor allem junge
Konsument:innen greifen
verstärkt zu Produkten mit
natürlichen Zutaten, die frei
von Zusatzstoffen zu ihrem
steigenden Ernährungs-
bewusstsein passen. Mehr
als zwei Drittel der 25-39
Jährigen ist eine kurze und
verständliche Zutatenliste
wichtig.

**Und auch mit Blick auf
die Umwelt wächst das
Bewusstsein:** Eine klima-
neutrale Produktion und
Verpackung gewinnt bei der
Kaufentscheidung am Regal
zunehmend an Relevanz.
Verantwortung zahlt sich
also aus – für Marke, Kon-
sument:innen und Umwelt.
Gleichzeitig weiß Kühne, dass
guter Geschmack und Genuss
durch Abwechslung nicht
zu kurz kommen dürfen. Der
Mix macht's! Umsatzpoten-
zial steckt insbesondere bei

Cornichons, die bei jungen
Konsument:innen hoch im
Kurs stehen: Rund ein Drittel
des Umsatzes der Kühne Cor-
nichons 370 ml geht auf das
Konto der unter 39-Jährigen.

Mit dem neuartigen
Cornichon-Konzept „Pure“
in drei köstlichen Varien-
ten bedient Kühne diese
Consumer-Trends gleich-
ermaßen – und setzt einge-
legte Gurken auf die Agenda
der konsumbewussten
Zielgruppe.

**Auch bei der Kommunika-
tion überzeugt Kühne mit
hohem Zielgruppen-Fit:**
Ein aufmerksamkeitsstarker
Produktpot und eine
reichweitenstarke Social-
Media- und Influencer-Kam-
pagne bringen die „Pure“
Cornichons auf die TV- und
Smartphone-Bildschirme –
und ins Mindset der Millen-
nials.

„PURE“ CORNICHONS VON KÜHNE: 100 % NATÜRLICHE ZUTATEN, SONST NICHTS.

Wenn großer Geschmack ganz einfach ist: Unter „Pure“ legt Kühne Cornichons mit 100 % natürlichen Zutaten ein – ganz ohne Aromen, Konservierungsstoffe, Geschmacksverstärker oder E-Nummern. Das Ziel: junge Konsument:innen nachhaltig auf den Geschmack der knackigen Gäurkchen bringen.



1. Kühne „Pure“ Cornichons mit Kräutern | vegan



2. Kühne „Pure“ Cornichons mit Blütenhonig | vegetarisch



3. Kühne „Pure“ Cornichons mit Jalapeño | vegan



KLIMANEUTRAL
Die „Pure“ Cornichons von Kühne tragen das Label „klimaneutral“: CO₂-Emissionen, die im Produktlebenszyklus der Cornichons verursacht werden, gleicht Kühne mit der Unterstützung von Klimaschutzprojekten aus.

100 % natürliche Zutaten, 100 % guter Geschmack: Die „Pure“ Cornichons bringen gleich in drei köstlichen Varianten Abwechslung – als Snack direkt aus dem Glas, klassisch zur Brotzeit oder Beilage zu Käsefondue und Raclette zur Festtagssaison:

1. **Petersilie und Majoran** veredeln die „Pure“ Cornichons mit Kräutern.
2. Die „Pure“ Cornichons mit **Blütenhonig** punkten mit mild-süßem Geschmacksprofil.
3. In der Variante **Jalapeño** werden die Cornichons pikant abgeschmeckt.

Die drei „Pure“ Varianten sind für 2,49 Euro (UVP*) im 327-ml-Glas erhältlich.

DIE ZUKUNFT DER SNACKKULTUR

Mit Green Date hat die Frostkrone Food Group eine vegane Food Range herausgebracht, die ausschließlich natürliche Zutaten verwendet. Statt klassischem Fleischersatz setzt das Unternehmen auf innovative Ideen bei Rohstoffen und Herstellung.



Frédéric Dervieux,
CEO der Frostkrone
Food Group

Die Idee dahinter: Zutaten, die man sehen und schmecken kann. Von Erbsen, Karotten, Paprika, Zucchini über Süßkartoffeln bis zu Grünkohl reicht die Auswahl der verarbeiteten Gemüsesorten. Um möglichst viele ihrer nährstoffreichen Inhaltsstoffe zu schützen, werden sie besonders schonend verarbeitet. Für das knackige Bissvergnügen und den unglaublich leckeren Geschmackskick sorgt eine Zutat, die zur Kategorie Superfood zählt: die Erdmandel. Eine Knolle, die frei von Allergenen, Gluten und Laktose ist.

Frédéric Dervieux, CEO der Frostkrone Food Group, dazu: „Free from ist ein stark wachsender Trend, den wir auch für den Snack-Bereich neu erlebbar machen. So entstand die Idee zu Green Date. Wir wollten Produkte entwickeln, die etwas Besonderes bieten, statt nur einen Fleischersatz darzustellen.“

Die tiefgefrorenen Produkte gibt es in verschiedenen Formaten, z. B. als Coins, Croquettes, Balls und als Burger-Paddies, mit und ohne Coating. Sie sind vielseitig kombinierbar, z. B. als kleiner Snack zwischendurch, zum Salat oder als

vollwertiges Burger-Menü, ganz im Street Food Style.

„Green Date verbindet Natürlichkeit und Snack Appeal perfekt miteinander: der Verbraucher bekommt sofort Lust, reinzubeißen. Wir bieten unseren Kunden in Handel und Food Service damit vegane Fingerfood- und Snackprodukte, die dem Endverbraucher auch im Free-from-Sektor mehr Auswahl, Abwechslung und Genuss bringen“, erklärt Frédéric Dervieux.

Alle Green-Date-Produkte sind glutenfrei sowie frei von Konservierungsstoffen und Geschmacksverstärkern und nicht vorfrittiert.



VIEL JUNGES GEMÜSE

Sechs verschiedenen Sorten gibt es zu entdecken – mal fruchtig-leicht mit Curry, mal herb und bodenständig mit Grünkohl und Süßkartoffeln oder im BBQ-Style mit Kidneybohnen und roten Zwiebeln. Sie sind mit und ohne Coating erhältlich.



1. Garden Quickie



2. Kale Crush



3. Beet Affair



4. Curry Kiss



5. Smoky Touch



6. Sunset Flirt



Die Frostkrone Food Group ist innovativer Schrittmacher im Bereich Convenience Tiefkühlkost. Ihre große Fingerfood- und Snack-Vielfalt ist weltweit im Lebensmitteleinzelhandel und Food-Service-Bereich erhältlich. Die Unternehmensgruppe verfügt über mehrere Standorte in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und den USA.

1. Garden Quickie aus frischen Karotten, Brokkoli, Spinat und Erbsen mit dem inspirierenden Kick der aromatischen Kräuter-Erdmandel-Zubereitung.

2. Kale Crush: Da wird selbst Grünkohl sexy. Das deftige Gemüse punktet im Doppelpack mit Süßkartoffeln und einer würzigen Erdmandel-Zubereitung.

3. Beet Affair: Ein heißes Genussvergnügen aus Roter Bete, Karotten und Äpfeln vereint mit aromatischer Meerrettich-Erdmandel-

Zubereitung. **4. Curry Kiss:** Aus nährstoffreichen Edamame Bohnen in Curry-Mango-Erdmandel-Zubereitung, kombiniert mit Äpfeln, Karotten, Kokosnussraspeln und Zwiebeln.

5. Smoky Touch: Der volle Geschmack von Kidneybohnen, Zwiebeln, Mais und rotem Pfeffer. **6. Sunset Flirt:** Eine Komposition aus Karotten, Paprika und Pilzen in Paprika-Erdmandel-Zubereitung mit krossem Coating aus Thymian, Basilikum und Zwiebeln.

PFLANZLICHER PUDDING VOM DESSERTSPEZIALISTEN

Der Bielefelder Dessertspezialist Dr. Oetker hat im Februar 2021 mit LoVE it! seinen ersten veganen Pudding auf den Markt gebracht. Was das Produkt besonders macht, erzählt Claudia Freier, Junior Brand Managerin im Bereich Marketing Dessert.



Claudia Freier,
Junior Brand
Managerin

Dr. Oetker hat im Februar mit LoVE it! in den Sorten Schokolade und Bourbon-Vanille ein veganes Fertigdessert auf den Markt gebracht. Was war der Grund dafür?

Wir beobachten den Markt für pflanzliche Dessert-Alternativen bereits seit einiger Zeit und haben festgestellt, dass dort ein dynamisches Wachstum stattfindet. Als Spezialist für Desserts mit langjähriger Erfahrung ist Dr. Oetker prädestiniert, den Konsumenten auch eine pflanzliche Alternative anzubieten. Da Pudding eines unserer ersten und nach wie vor beliebtesten Produkte ist, war es naheliegend, zunächst einen veganen Pudding zu entwickeln.

Es gibt bereits ein breites Angebot von veganen Desserts im Kühlregal.

Wie differenzieren Sie sich vom Wettbewerb?

LoVE it! steht für vollmundigen, cremig-leckeren Dessert-Genuss! Durch den Fokus auf die beliebten Sorten Schokolade und Bourbon-Vanille sprechen wir neben Veganern auch die breite Zielgruppe der Flexitarier an. Immer mehr Menschen verzichten zumindest zeitweise und ganz bewusst auf tie-

rische Produkte und freuen sich, wenn sie dabei auf bekannte und vertraute Marken zurückgreifen können. Darüber hinaus bietet die von uns verwendete Zutat Mandel gegenüber den Dessert-Alternativen auf Kokos-, Haselnuss-, oder Soja-Basis, die bereits vielfach im Markt verfügbar sind, geschmackliche Vorteile. Die Mandel bietet eine neutrale, natürlich süße Basis und liefert somit die Grundlage für den vertrauten, sortentypischen Puddinggeschmack. Darüber hinaus fällt der 400-Gramm-Becher mit seinem emotionalen und trotzdem natürlichen Design am Regal auf und weist durch die Verpackungskomponenten, die einfach voneinander zu trennen und entsorgen sind, eine gute Recyclingfähigkeit auf.

Werden Sie künftig verstärkt pflanzliche Produkte anbieten?

Wir haben das Bestreben in Food-Kategorien, in denen uns Konsumenten die Kompetenz dafür zusprechen, auch ein Angebot an veganen Produkten anzubieten. Das Feedback zu LoVE it! ist sehr positiv. Im Oktober wird das Sortiment um einen Line Extender, den LoVE it! Grieß Pudding Natur, erweitert.



**DR. AUGUST OETKER
NAHRUNGSMITTEL KG**

Lutterstraße 14
33617 Bielefeld

Telefon:
+49 (0) 521 155-0

service@oetker.de

oetker.de

DESSERTKLASSIKER VEGAN INTERPRETIERT

Mit LoVE it! bietet Dr. Oetker gekühlte vegane Desserts für alle Puddingfans, die für pflanzliche Ernährung aufgeschlossen sind. Ganz egal ob Veganer, Vegetarier oder Flexitarier – LoVE it! bietet Genuss für jeden ganz ohne schlechtes Gewissen!



1. LoVE it! Pudding
Bourbon-Vanille



3. LoVE it! Grieß Pudding
Natur



2. LoVE it! Pudding
Schokolade



V-LABEL

Alle Sorten von Dr. Oetker LoVE it! sind mit dem europäischen V-Label gekennzeichnet und somit unmittelbar als vegane Produkte zu erkennen. Das attraktive, natürliche Verpackungsdesign greift das pflanzliche Konzept auf und spricht sowohl Veganer als auch Flexitarier an.

Seit Februar sind die beiden Sorten **Schokolade** und **Bourbon-Vanille** von Dr. Oetker LoVE it! im Kühlregal erhältlich. Im Oktober wird das Sortiment durch den Line Extender **LoVE it! Grieß Pudding Natur** erweitert. Die Produkte sind die richtige Wahl für alle Liebhaber von Dessertklassikern, die auf pflanzliche Alternativen zurückgreifen und dabei gleichzeitig vollen Genuss möchten. Alle drei Sorten werden mit Mandeln

und braunem Rohrzucker hergestellt und durch die sortentypischen Zutaten, wie echter Bourbon-Vanille oder veganer Schokolade, abgerundet.

1. LoVE it! Pudding Bourbon-Vanille
2. LoVE it! Pudding Schokolade
3. LoVE it! Grieß Pudding Natur

Die unverbindliche Preisempfehlung (UVP) für einen Becher Dr. Oetker LoVE it! pflanzlicher Pudding (400 g) beträgt 1,99 Euro.

DAS LEBENSGEFÜHL SIZILIENS – BIO & VEGAN!

Mit viel Liebe zur Natur bewirtschaftet die Cantina Montalto rund um Kellermeister Federico Stella seine Weinberge auf Sizilien – streng biologisch. VegaVino bringt das Ergebnis mit mediterraner Frische und Leichtigkeit ins Glas.



Federico Stella,
Kellermeister
VegaVino

*VegaVino und
Urban Roots sind im
exklusiven Vertrieb der
Mack & Schühle.*

MACK & SCHÜHLE
THE WINE AND SPIRITS FAMILY

MACK & SCHÜHLE AG
Neue Straße 45
73277 Owen (Teck)

Telefon:
+49 (0) 7021 5701-100

willkommen@mus.de

Mit über 112.000 Hektar Anbaufläche ist Sizilien das größte Weinbaugebiet Italiens. Kein Wunder, denn auf der Vulkaninsel im Mittelmeer herrschen ideale Bedingungen: Das Klima ist sehr sonnig, leichte Winde sorgen immer wieder für Abkühlung und vom westlichen Ende bis in die Hochlagen rund um den Ätna bringt die große Bodenvielfalt viele verschiedene Weintypen hervor.

Diese einzigartige Landschaft gilt es zu schützen, und so erfolgt der Anbau von VegaVino unter streng biologischen Richtlinien. Gemeinsam mit Mack & Schühle engagiert sich VegaVino zudem für mehr Biodiversität – als Unterstützer des IRSR-Projekts des Global Nature Fund: das InsectResponsibleSourcing-Regions Project setzt sich für mehr Artenvielfalt ein und plant bis 2025 weltweit 700 Hektar insektenfreundliche Landwirtschaft und blühende Lebensräume zu schaffen. Dieser Idee folgend flattert und fliegt es auch auf den hübschen Etiketten von VegaVino, die ganz im Sinne der Nachhaltigkeit aus ressourcenschonendem Graspapier gefertigt sind.

Zur Range von VegaVino gehört neben dem unangefochtenen Lokalmatador Siziliens, der autochthonen Rebsorte Nero d'Avola, auch ein Pinot Grigio (Grauburgunder). Beide Weine kommen mit einer klaren Herkunft und Qualität, als Bio-Weine aus Sizilien in IGT und DOC Qualität.

**VEGA
VINO**

Typisch Sizilien:
intensiv und würzig

Frisch und
aromatisch



INNOVATION IM GLAS – 100 % NACHHALTIG!

Urban Roots kombiniert innovative PiWi-Rebsorten mit den beliebten Klassikern Grauburgunder und Frühburgunder. Das Ergebnis sind zwei großartige Cuvées aus Rheinhessen, die Nachhaltigkeit und Genuss geschmackvoll vereinen.

URBAN
ROOTS
BY
Andreas Roll

Vollmundig und
fruchtig

Harmonisch
und kraftvoll



Fotos: Unternehmen

Hinter Urban Roots steht Andreas Roll, der mit seiner Familie bereits in der 4. Generation das Weingut Gustavshof in Rheinhessen betreibt. Seit 2004 bewirtschaftet er die 18 Hektar Rebfläche zunächst ökologisch, bevor er 2012 auf einen biologisch-dynamischen Weinbau nach Demeter-Richtlinien umstellt. Heute sind sämtliche Weine aus kontrolliert ökologischem Anbau sowie komplett vegan erzeugt und ausgebaut.

Im Anbau setzt Andreas Roll nicht nur auf die typischen Rebsorten der Region, sondern auch auf innovative neue Züchtungen: als Überzeugungstäter bringt er eine lange Erfahrung im Anbau der pilzwiderstandsfähigen PiWi-Rebsorten mit. Für Urban Roots kombiniert er jetzt die PiWi-Rebsorte Johanniter mit klassischem Grauburgunder während bei dem Rotwein Frühburgunder mit Cabernet Cortis zusammenkommt.

Dahinter steht die Idee, mit Urban Roots einen Schritt weiter zu gehen: Die Weine, welche aus seinem eigenen und den Kellern befreundeter Bio-Weingüter stammen, sind ökologisch angebaut und mit größter Sorgfalt im Keller ausgebaut, natürlich vegan. Das Papier der Etiketten wird aus Gras in Deutschland gefertigt und ist besonders ressourcenschonend und emissionsarm. Zudem verzichtet die Flasche auf unnötiges Gewicht, um den CO₂-Ausstoß während des Transports so gering wie möglich zu halten.



Friederike und
Andreas Roll,
Kellermeister
Urban Roots

... WAS SIND EIGENTLICH PIWI- REBSORTEN?

PiWi-Rebsorten sind moderne Kreuzungen aus europäischen und amerikanischen Reben, die deutlich robuster gegen Pilzkrankheiten sind. So reduzieren sie nicht nur den Bedarf an Pflanzenschutzmitteln, sondern verbessern auch die CO₂-Bilanz durch weniger Traktorfahrten. Auf die Art schützen sie auch die Böden, Pflanzen und Insekten.



REZEPTIDEE

VEGGIE STÄBCHEN AUF FEINEM ZUCKERSCHOTEN- ERBSEN-RISOTTO



**ZEIT ZUR
ZUBEREITUNG**
ca. 50 Minuten



4 PERSONEN

Pro Portion
ca. 2310 kJ/
550 kcal.
E 22 g, F 23 g,
KH 59 g.

ZUTATEN

- 100 g Zuckerschoten
- 1 Zwiebel
- 1 Knoblauchzehe
- 2 EL Olivenöl
- 200 g Risotto-Reis
- Salz
- Pfeffer
- 650 ml vegane Gemüsebrühe
- 150 ml trockener Weißwein
- 100 g tiefgefrorene junge Erbsen
- 75 g veganer Reibekäse
- 1 Packung (375 g) Fisch vom Feld Veggie Stäbchen
- 1-2 EL Zitronensaft
- 3-4 Stiele Kerbel

ZUBEREITUNG

1. Zuckerschoten putzen, waschen und halbieren. Zwiebel und Knoblauch schälen. Zwiebel fein würfeln, Knoblauch hacken. 2 EL Öl in einem Topf erhitzen. Zwiebel und Knoblauch darin bei schwacher Hitze glasig dünsten. Reis zufügen und unter Rühren kurz mit anschwitzen. Mit Salz und Pfeffer würzen. Nach und nach Brühe und Wein angießen, dabei ab und zu umrühren. Nächste Portion Flüssigkeit immer erst zugießen, wenn der Reis die Flüssigkeit aufgenommen hat. Insgesamt 30-35 Minuten garen. Erbsen und Zuckerschoten ca. 5 Minuten vor Ende der Garzeit zum Reis geben und mit garen. Zum Schluss veganen Reibekäse zufügen und darin schmelzen lassen.
2. Veggie Stäbchen nach Packungsanweisung zubereiten. Risotto nochmals abschmecken. Risotto auf Tellern verteilen. Veggie Stäbchen darauf anrichten und mit etwas Zitronensaft beträufeln. Kerbel waschen, trockenschütteln und von den Stielen zupfen. Risotto mit Kerbel bestreuen und servieren.

GEERNTET, NICHT GEFANGEN!

Fisch vom Feld ist die ehrlichste pflanzliche Alternative zu Fisch, ganz ohne Aromen, Geschmacksverstärker, Farbstoffen und Konservierungsstoffen, dafür aber mit extra viel Gemüse, Hanfmehl und Leinöl. Für deine Tiefkühltruhe, für unsere Zukunft!



FISCH VOM FELD IST KLIMANEUTRAL
Bei der Herstellung unserer Produkte achten wir darauf, die Treibhausgasemissionen so gering wie möglich zu halten. Ganz ohne geht's aber leider nicht. In Zusammenarbeit mit ClimatePartner unterstützen wir deshalb ein regionales Projekt in Rostock, sowie ein international anerkanntes Klimaschutzprojekt, um die verbleibenden Emissionen im Sinne unserer Umwelt zu kompensieren. Erfahre mehr unter: fischvomfeld.de/klima

PROTEINQUELLE

QUELLE VON OMEGA-3



1. Fisch vom Feld Veggie Stäbchen



2. Fisch vom Feld Veggie Filees im Backteig



3. Fisch vom Feld Veggie Filees

Stäbchen: Der Klassiker aus der Tiefkühltruhe jetzt in vegan, mit extra knuspriger Panade. Passt perfekt zu Spinat und Kartoffelpüree. **Filees im Backteig:** Für den besonderen Crunch sind diese Filees umhüllt von einem

knackigen Backteig. Super yummy sind sie mit Pommes und Mayo. **Filees:** Die Veggie Filees sind unglaublich knusprig, besonders, wenn sie grad aus der Pfanne kommen. Kleiner Tipp: Etwas Remoulade oben drauf bringt den extra Kick.



FROSTA
TIEFKÜHLKOST GMBH
Mendelssohnstraße 15d
22761 Hamburg

moin@fischvomfeld.de

fischvomfeld.de

VERDINO KOMMT NACH DEUTSCHLAND



VERDINO GREEN FOODS
Deutschland GmbH
Warschauer Platz 11-13
10245 Berlin

vertrieb@verdinofoods.com
www.verdinofoods.com



Eberhart Răducanu,
Geschäftsführer



Die Geschichte von Verdino beginnt auf einem Erbsenfeld. Hier findet Eberhart Răducanu die Lösung für ein Problem, das ihn schon als Manager beim Lebensmitteltechnik-Konzern Döhler beschäftigt hatte: Wenn die Erde immer mehr Menschen ernähren soll, dürfen wir pflanzliche Proteine nicht länger an Tiere verfüttern, sondern müssen direkt Lebensmittel daraus machen! Und zwar besonders abwechslungsreiche und schmackhafte, damit alle gern zugreifen.

Als 2018 in seiner Heimatstadt Mediasch im rumänischen Siebenbürgen eine alte Wurstfabrik zum Verkauf steht, übernimmt Eberhart Răducanu mit seinem Geschäftspartner Raul Ciurtin die Leitung. Sie stellen die Produktion komplett auf Plant-based um: Statt der berühmten „Hermannstädter

Salami“ aus Schweinefleisch laufen jetzt Salsamis aus Erbsenprotein vom Band, außerdem diverse Bratwurst-Spezialitäten, Burger, Hack, Bacon und Mortadella. Die Produkt-Palette wächst und wächst, sogar verschiedene Pizza- und Käsesorten gibt es schon.

Den Neuanfang markiert auch ein neuer Name: Verdino Green Foods. Binnen weniger Monate erobert Verdino die rumänischen Supermarkttregale, es folgen Serbien, Spanien, die Schweiz und die Niederlande.

Jetzt kommt Verdino nach Deutschland: Eine eigens gegründete Tochterfirma in Berlin treibt die Expansion voran – und vertreibt zudem die Fischalternativen der Marke *Unfished*. Schon in zwei Jahren will Verdino auch hierzulande produzieren, das neue Werk soll in Brandenburg entstehen.

NEUE FLEISCHESLUST

Ob Salami oder Mortadella, Burger oder Bratwurst, Hack oder Bacon: Verdino lässt keine Wünsche offen. Für alle, die den Geschmack von Fleisch lieben – und nach guten Alternativen suchen.



1. Vegane Hackbällchen



2. Vegane Mortadella mit Pistazien



3. Vegane Salami



4. Vegane Burger mit Schmelzfällung



5. Vegane Bratwurst Salsiccia



6. Vegane Bratwurst Hausmacher Art



7. Pizza Pepperoni mit veganer Salami



IM NAMEN DER ERBSE

Die Erbse ist eine wunderbare Pflanze! Ihr Anbau verbraucht nur wenig Wasser, produziert kaum CO₂ und verbessert die Bodenqualität. So schont Verdino die Umwelt, schützt die Tiere und fördert nachhaltige Landwirtschaft – bei vollem kulinarischem Genuss.

1. Hackbällchen, ebenfalls erhältlich: Cevapeici mit und ohne Chili
2. Mortadella und Lyoner – pur, mit Frühlingszwiebeln, Gewürzgurken, Paprika oder rotem Pfeffer **3. Salami** – gibt's auch mit Chili **4. Burger mit Schmelzfällung**, auch ohne Füllung erhältlich **5. Bratwurst Salsiccia** und **6. Bratwurst Hausmacher Art**

– weitere Sorten: Merguez, Rostbratwürstchen und Bratwurst mit Spinat. **7. Pizza Pepperoni mit veganer Salami**, weitere Sorten: Bacon, Deliciosa, Mexicana und Unfished PlanTuna.. Alle Produkte sind auf Basis von europäischem Erbsenprotein hergestellt, frei von Soja, Gentechnik und Palmöl. Sie sind auch tiefgekühlt sowie im Großgebäude erhältlich.

VISCH FOR FUTURE – DAS KOMMT MIR IN DIE TUBE!

Unter der Marke *Unfished* vertreibt Verdino auch leckere Alternativen zu Thunfisch und Lachs – aus der Dose, aus der Tube, im Salat. Ganz neu auf dem deutschen Markt!



VISCH IM TREND

Was vor einigen Jahren der Veggie-Burger war, ist heute der vegane Fisch: Binnen zwei Jahren hat sich der Umsatz mit pflanzlichen Fischalternativen in Deutschland laut Nielsen-Zahlen mehr als verdreifacht.

Vertrieb von *Unfished* in Deutschland und Österreich:

VERDINO GREEN FOODS DEUTSCHLAND GMBH

Warschauer Platz 11-13
10245 Berlin

vertrieb@
verdinofoods.com

www.unfished.eu



1. PlanTuna Vegan Spread



2. PlantZalmon Vegan Spread



3. PlanTuna in Lake



4. PlanTuna Mediterranean



5. PlanTuna mit Mayo



6. PlanTuna Mexican Salad



7. PlanTuna California Salad

1. PlanTuna Vegan Spread und **2. PlantZalmon Vegan Spread** – feine Cremes aus der praktischen Tube, gibt's auch in der Sorte PlanTuna Spread mit Chili **3. PlanTuna in Lake**, **4. PlanTuna Mediterranean** und **5. PlanTuna mit Mayo** – Thunfisch-Alternativen aus der Dose, außerdem erhältlich in den Sorten Lemon & Pepper, mit Mayo & Chili sowie

mit Chili & Ingwer. **6. PlanTuna Mexican Salad** und **7. PlanTuna California Salad** – fix & fertige Salate mit veganem Thunfisch.

Der „Thunfisch“ aus der Dose ist auf Sojabasis, reich an Proteinen und Omega-3-Fettsäuren – dank der EPA- und DHA-haltigen Öle aus der Mikroalge Schizochytrium.

#KNICK
KNACKIG

Green DATE



KALE CRUSH



BEEET AFFAIR

ALL I WANT FOR
X-MAS IS *veggie!*



www.mygreendate.de

DU WILLST MEHR?



NEU!

AB SEPTEMBER 2021



KÜHNE IDEE: 100% NATÜRLICHER UMSATZ.



PURE CORNICHONS: NATÜRLICH. KNACKIG. NACHHALTIG.



STARKE MARKE

Vom Marktführer Kühne:
22,3 % Marktanteil¹



100 % NATÜRLICH

Ohne Aromen und
Zusatzstoffe



JUNGE ZIELGRUPPE

Cleanes, modernes
Design begeistert²

JETZT ORDERN!