



Kulinarische Weltreise

Reisen bildet, heißt es – auch in Sachen Kulinarik. Spannende Zutaten und Gewürze, innovative Zubereitungsmethoden und originelle Darreichungsformen begeistern viele Deutsche Jahr für Jahr auf ihren Urlaubsreisen. Wir stellen die Küchen in drei der populärsten Destinationen vor: USA, Mittelmeer und Asien.

So unterschiedlich wie die Menschen in den jeweiligen Regionen der Welt, so vielfältig und eigen sind auch deren Esskulturen. Diese eindrucksvolle Erfahrung machen deutsche Konsumenten regelmäßig in den Sommermonaten während ihrer Urlaubsreisen. Zurück in der Heimat versuchen dann nicht wenige, die kulinarischen Freuden des besuchten Urlaubslands in die eigenen vier Wände zu holen – und stellen damit auch besondere Ansprüche an den LEH.

Einige der beliebtesten Ziele der Deutschen liegen bekanntermaßen in Europa, aber auch in manchen Regionen Asiens und in den Vereinigten Staaten fühlen sich viele Bundesbürger seit Jahren überaus wohl.

Mittelmeer, Amerika und Asien

Aus diesem Grund widmen wir uns in unserem diesjährigen Special zu Internationalen Spezialitäten sowohl der Mittelmeerregion als auch US-amerikanischen und asiatischen

Gaumenfreuden. Dabei beleuchten wir die spezifischen Merkmale der jeweiligen Länder beziehungsweise Regionalküchen, stellen typische Gerichte sowie Produkte vor und geben spannende und nützliche Hintergrundinformationen.

Für zusätzliche Inspiration bei der Gestaltung und Präsentation Internationaler Spezialitäten am PoS lohnt sich deshalb ein Blick auf unsere drei Schwerpunkt-Regionen allemal. Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre! □

Foto: stock.adobe.com/ThorstenSchmitt

Inhalt

46 Mittelmeer: Viele Lebensmittel aus dem Mittelmeerraum bilden die Grundlage für eine ausgewogene Ernährung. Warum das Segment trotz Preiskrise punkten kann.

48 USA: Die amerikanische Küche reicht von Burgern und Steaks zum BBQ, über Pancakes zum Frühstück bis zu Apple Pie zum Dessert.

50 Asien: Welche Basics für asiatische Rezepte sollten zum Kochen bereitstehen? Und wieso liegt K-Food, also Korea-Küche, extrem im Trend?

METAXA®

GENIESS IHN PUR – ODER ERFINDE IHN NEU.



METAXA PEACH SPRITZ

So einfach geht's:
4 cl METAXA 7* in ein Aperitif-Glas
mit 2–3 Eiswürfeln geben und mit
einem Spritzer Tonic, drei Spritzern
Pfirsichsaft und 4 cl Prosecco
aufgießen. Kurz umrühren,
mit Pfirsichspalte garnieren
und genießen.

Drink responsibly

Jetzt METAXA Produkte für das Sommergeschäft sichern!

*GfK Consumer Panel CP +2.0 FMCG, Spirits/Vermouth, D total, Zeitraum: 2020–2021.



+6%
Absatz
vs. YA*



+16%
Käuferreichweite
vs. YA*



Attraktive
Onpacks in der
Weihnachtszeit



Aufmerksamkeits-
starke Regalwobblers



Zweitplatzierungs-
offensive mit
neuem Display



Sampling Days
im Handel für mehr
Probierkontakte



TV- und Streaming-
Sponsoring
Offizieller Sponsor
von Prince Charming,
vsl. ab Sept. 22



Aktivierung in
der Gastronomie
mit METAXA
POS-Materialien

Taste the unexpected

Eggers & Franke GmbH · Reidemeister & Ulrichs GmbH · Bremen · www.egfra.de

Text: Dominique Snjka

Genuss ganz authentisch

Mit frischem Fisch, schonend gegartem Gemüse und Hülsenfrüchten bietet die Mittelmeerküche viele Vorteile für die Gesundheit. Deutsche Verbraucher scheinen sich vor allem nach authentischen Gerichten zu sehnen, die einfach zubereitet werden können. Was jetzt im Trend liegt.

Seit Jahrzehnten wird sie von Medizinern und Ernährungswissenschaftlern gefeiert, ihr Name ist weniger appetitanregend: „Mittelmeerdiet“ klingt nach Verzicht und Magenknurren. Dabei hat diese Ernährungsform, die sich an Essensgewohnheiten in den Ländern rund um das Mittelmeer orientiert, viele gesundheitliche Vorteile: Auf dem Speiseplan der Mittelmeerküche stehen vor allem viel frisches, schonend gegartes Gemüse, Obst, Hülsenfrüchte, Getreide, Nüsse, Fisch und Meeresfrüchte, zubereitet mit kaltgepresstem Olivenöl. Milchprodukte und Geflügel werden

in Maßen verzehrt, eher selten auf dem Tisch stehen rotes Fleisch und Süßigkeiten. „Olivenöl dient in der mediterranen Ernährungsweise als Hauptfettquelle und ersetzt fast alle anderen Fette inklusive Butter und Margarine“, sagt Astrid Donalies von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung. Diese Ernährungsweise soll das Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen und Krebs senken. Donalies: „Der hohe Anteil an einfach gesättigten Fettsäuren ergibt zusammen mit den über den Fischverzehr zugeführten mehrfach ungesättigten langkettigen Fettsäuren eine günstige Fettsäurezusammensetzung.“ Auch deswegen liegt die mediterrane Küche in Deutschland im Trend, nicht nur in den Sommermonaten, wenn die Sehnsucht nach Salz in der Luft und Sand unter den Füßen groß ist. Und nicht erst seit dem ersten Lockdown, als das Interesse am Kochen deutlich

wuchs. Jörg Saalwächter, Marketingdirektor im Importhaus Wilms, beobachtet bei Konsumenten eine hohe Experimentierfreude in der Küche, einen Wunsch nach „mediterraner Authentizität“ und einen Trend zur Einfachheit, „weg von komplexen Gerichten, hin zu einfachen und authentischen Spezialitäten“. Deutsche Verbraucher probierten gerne etwas Neues, insbesondere Jüngere, glaubt Igor Simunic, Marketingverantwortlicher bei dem kroatischen Lebensmittelhersteller Podravka: „Neben der traditionellen deutschen Küche steht die mediterrane Küche ganz oben auf der Liste ihrer Vorlieben.“

Lieber weniger, dafür besser

Auch bei Feinkost Dittmann sieht Marketingleiter Henrik Jäger einen Trend zur einfacheren Küche: „Lieber wenige, dafür qualitativ höherwertige Zutaten statt komplexer Gerichte, die nur mit hohem Zeitaufwand selbst zubereitet werden können.“ Dementsprechend setzt sich das Sortiment der Mittelmeerspezialitäten im Lebensmittelhandel zusammen. „Klassische Lieblinge deutscher Verbraucher aus der mediterranen Küche sind natürlich Oliven und Olivenöl,



Fotos: stock.adobe.com/Grum-Juni; Unternehmen; RU-Archiv



Trends und Informationen

Die Trends im Segment Mittelmeerspezialitäten und Informationen rund ums Thema finden Sie auch unter: www.rundschau.de



Rund 67 Prozent
des weltweit erzeugten Olivenöls
stammen aus der EU.

Quelle: Europäische Kommission

Balsamico-Essig, eingelegte Antipasti, Weinblätter oder Knoblauch“, sagt Jäger. Neue Impulse erhält das Sortiment durch luftgetrockneten spanischen Serrano-Schinken oder Trüffelspezialitäten aus Italien.

Rewe-Kaufmann Sahin Karaaslan hat mit „delikatessa“ eine eigene Feinkostmarke für mediterrane Spezialitäten etabliert. Sie wächst exponentiell, ist inzwischen bei der Rewe Group in Strecke National gelistet, aber auch bei Edeka und Hit erhältlich. Die aktuelle Krise verursacht zwar auch im Segment Feinkost höhere Kosten, aber: „Wenn ich mir die Preiserhöhungen bei Fleisch und Milchprodukten anschau, dann ist die Preiserhöhung bei mediterranen Produkten sehr gering“, sagt

Karaaslan. „Mediterrane Produkte sind ohnehin nicht im teuren Segment.“ Eigentlich eine gute Voraussetzung für eine Ernährung, die auf Frische und Abwechslung setzt.

Trotz der Vorzüge der mediterranen Küche haben auch in Spanien, Griechenland und anderen Mittelmeeranrainern Fast-Food-Ketten und ungesunde Ernährungsgewohnheiten Einzug gehalten: Nach einer Erhebung des WHO-Regionalbüro Europa gehören Griechenland und Spanien zu den zehn europäischen Ländern mit den meisten übergewichtigen Menschen. Übrigens wurde die mediterrane Ernährungsweise 2010 von der UNESCO in die Repräsentative Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit aufgenommen. □



INFO

Hilfreiche Tipps für Shopper

Frischen Fisch ausnehmen und richtig würzen, Hülsenfrüchte zubereiten: Die **mediterrane Küche setzt auf frische Zutaten** – und das kann zumindest weniger erfahrene Hobbyköche vor eine **Herausforderung** stellen. Rewe-Kaufmann Sahin Karaaslan findet es wichtig, es diesen Verbrauchern möglichst leicht zu machen: Bei den Hülsenfrüchten seiner Feinkostmarke „delikatessa“ findet der Käufer **Angaben zur Zubereitung bereits auf dem Etikett**. Auf der **Homepage gibt es zusätzlich Rezepte**, zu denen der Kunde direkt per QR-Code auf der Verpackung gelangt. Karaaslan empfiehlt, **mediterrane Spezialitäten gut sichtbar zu platzieren**, zum Beispiel **nach der Obst- und Gemüseabteilung**.



Vegata

„Vegata Natur für den Grill“ würzt Fleisch und Gemüse. Das Grillgewürz kommt ohne den Zusatz von Geschmacksverstärkern, Aromen und Farbstoffen aus, ist glutenfrei und vegan. UVP: 1,89 Euro



Feinkost Dittmann

Die Sonnengereiften Tomaten wurden schonend getrocknet, mit aromatischen Kräutern veredelt und in einer würzigen Marinade mit ein wenig Olivenöl eingelegt. Im wiederverschließbaren Frischebeutel. UVP: 2,99 Euro.



Osborne

Im 250. Jahr seines Bestehens lanciert Osborne Gin Gold 999,9 in einer goldenen Flasche. Der frische, aromatisch-exotische Geschmack entsteht durch die Mazeration ausgesuchter Botanicals und spanischer Mandarinen erster Güte. UVP: 34,99 Euro.

Fuchs

Die neue Produktrange Fuchs Gourmet Select bietet authentische Länderküche für zu Hause – zum Beispiel die Sorte „Antipasti“. Die Range umfasst 35 Varianten. UVP: k. A.

Text: Mirko Jeschke

Hotdogs, Burger & Co.



Fast Food, Steaks und Sandwiches kommen bei den Deutschen regelmäßig auf den Teller. Neben Premiumfleisch sorgen vor allem die passenden Zutaten für ein typisch amerikanisches Geschmackserlebnis.

Wer an die US-amerikanische Küche denkt, assoziiert damit wohl an allererster Stelle die traditionellen Gerichte der einschlägigen Fast-Food-Ketten, bestehend aus Burgern, Chicken Wings, Hotdogs, Pommes frites, Saucen, Softdrinks und Softeis-Varianten. Aber auch Premiumprodukte wie T-Bone-, Rump- und Porterhouse-Steaks, Spareribs sowie Coleslaw und Caesar Salad dürften vielen dabei in den Sinn kommen.

In jedem Fall ist American Food weit mehr als nur „schnelles Essen“. Im Land der unbegrenzten Möglichkeiten machen nämlich ganz unterschiedliche Einflüsse und Kulturen

die kulinarische Vielfalt aus. Neben den Spaniern, Engländern, Italienern, Mexikanern und Afrikanern haben allerdings vor allem die Indianer die traditionelle amerikanische Küche geprägt – mit Kartoffeln, Kürbis, Tomaten, Mais und Bohnen.

Vielseitige Südstaaten-Küche

Bekannte Vertreter des sogenannten Soul Food, der traditionellen Küche der Afroamerikaner mit viel Fett und Zucker, sind beispielsweise Spareribs, Chicken Wings, Meatballs sowie Fatback (geräucherter Speck). Generell sind die auf dem Kochstil der amerikanischen Südstaaten basierenden Gerichte in der Regel

einfach, aber auch nahrhaft. Sie bestehen aus Mais, Bohnen oder Reis, dazu gibt es Geflügel oder Fleischstücke wie Schweinefüße, Schweineohren und Innereien. Häufig verwendete Gewürze sind etwa Cayennepfeffer, Thymian, Safran, Zimt, Nelken sowie Muskat.

Überaus beliebt ist in den Südstaaten das Barbecue (BBQ), das auch hierzulande seit Jahren stetig neue Fans gewinnt. Dabei wird ein großes Stück Fleisch über viele Stunden gegart, in der Regel in einem speziellen Smoker. Zu den eindrucklichsten Merkmalen der BBQ-Klassiker Spareribs (aus dem Schweinebauch), Pulled Pork (aus Schweineschulter oder Schweinenacken) und Beef Brisket (Rin-



Bull's-Eye

Die New York Style Steakhouse BBQ Sauce von Bull's-Eye aus dem Hause Heinz mit würziger Tomate, Paprika und Chili eignet sich laut Hersteller ideal für Rindersteak und Schweinefleisch.



Jack Daniel's

Der Klassiker von Brown-Forman: Jack Daniel's Tennessee Whiskey Old No. 7 ist durch Holzkohle gefiltert und in herstellereigenen, handgemachten Fässern gereift.



Block House

Der Block House American Burger (Block Foods) enthält vier tiefgekühlte Patties à 125 Gramm. Sie bestehen zu 100 Prozent aus Rindfleisch und können sofort zubereitet werden.



Die Preise für **Fleisch & Fleischwaren** lagen 2021 hierzulande **3 %** über Vorjahr. Im Mai 2022 lag das Plus bei **16,5 %**.

Quelle: Statistisches Bundesamt

derbrust) gehört der rauchige Geschmack, der durch die teils aufwendig zubereitete Marinade entsteht.

Die Regionalküche „Tex-Mex“ – eine Wortkreation aus dem US-Bundesstaat Texas und dem angrenzenden Norden Mexikos – kombiniert die Einflüsse aus beiden Regionen. Die Klassiker der Tex-Mex-Küche, für die Chilis und andere Gewürzen sowie Fleisch und Bohnen verwendet werden, sind Nachos, Burritos, Enchiladas, Tacos (aus Mais und Weizen) und Chili con Carne.

Bei der sogenannten California Cuisine, die unterschiedliche Esskulturen vereint, kommen typischerweise frische, saisonale Zutaten aus der Region zum Einsatz, darunter Meeresfrüchte und frisches Gemüse (leicht gekocht) sowie frische Früchte und Kräuter.

Frühstück: süß und deftig

Zu einem echten American Breakfast zählen sowohl süße als auch deftige Bestandteile, da-

runter Pancakes mit Ahornsirup, Frühstücksflocken, Biscuits, Toastbrot und Marmelade, aber auch kleine Würstchen, Röstkartoffeln, Eier und Bacon. Bekannte Varianten für die „wichtigste Mahlzeit des Tages“ sind zum Beispiel der Peanut Butter and Jelly Sandwich (Sandwich mit Erdnussbutter und einer Früchtemarmelade) oder ein Bagel gefüllt mit Rührei, Käse und knusprigem Speck.

Kalorienreiche Dessert-Träume

Die wohl bekannteste Nachspeise ist der Apple Pie. Der gedeckte Apfelkuchen ist in der Regel sehr süß und gilt als das Nationalgericht der Vereinigten Staaten. Daneben sind der Pumpkin Pie (Kürbiskuchen), der gerne zu Halloween, Thanksgiving und Weihnachten serviert wird, sowie der Cheesecake bei den Amerikanern überaus beliebt. Weitere Dessert-Hits sind Donuts, Brownies, Cookies, Muffins, der Sundae (Eisbecher mit Sahne, Soße und Topping), diverse Milchshakes und natürlich – nicht nur im Kino – Popcorn! □



INTERVIEW



Pamela Graviat
Marketing
Director
International
California Walnut
Commission
(CWC)

Wie groß ist der deutsche Markt für kalifornische Walnüsse?

Deutschland ist Europas größter Importeur von kalifornischen Walnüssen. Hierzulande liegt der geschätzte Pro-Kopf-Verbrauch bei etwa einer 30-Gramm-Portion pro Jahr. Mit Blick auf den Snacking-Boom der letzten Jahre sehen wir daher noch enormes Wachstumspotenzial, da die Menschen vermehrt gesündere, möglichst natürliche Lebensmittel nachfragen.

Wie gesund sind Walnüsse?

Laut der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit liefern Walnüsse viele nützliche Nährstoffe, Mineralien, Antioxidantien und Vitamine für eine ausgewogene Ernährung. Die Walnuss ist die einzige Nuss mit einem hohen Gehalt an pflanzlichen Omega-3-Fettsäuren von 2,7 Gramm pro 30-Gramm-Portion und die einzige Nuss, die in der EU eine gesundheitsbezogene Angabe machen darf.

**EINZIGARTIGER
GESCHMACK,
VIELFALT FÜR IHR
SORTIMENT.**

Jetzt würzigen Umsatz sichern mit Jack Daniel's Bonded – der Premium-Neuheit des Marktführers*



BOTTLED-IN-BOND

MIND. 4 JAHRE GEREIFT
IN AUSGEWÄHLTEN FÄSSERN

ABGEFÜLLT BEI
100 PROOF

VIELSCHICHTIGER GESCHMACK
UND ANGENEHME WÜRZE

JACK DANIEL'S
BONDED
TENNESSEE WHISKEY

Bitte genießen verantwortungsbewusst.

Jack Daniel's ist eine eingetragene Marke. ©2022 Jack Daniel's. Alle Rechte vorbehalten.

*Quelle: NielsenIQ, Markenfrank, Whisky inkl. Zusatz, Jack Daniel's Old No. 7 Tennessee Whisky, Umsatz, LEH • ILM • TS • Top GAM, Deutschland, MAI W22 2022

Text: Johanna Wies

K-Food ist in aller Munde

Was haben der in seinem Welthit „Gangnam Style“ verrückt tanzende Rapper Psy, der Oscar-prämierte Film „Parasite“ und der Netflix-Serienhit „Squid Game“ gemeinsam? Sie alle tragen dazu bei, dass weltweit die koreanische Kultur, mitsamt ihrer Küche, immer populärer wird. Asien-Küche ist in, K-Food ganz besonders.

Angefacht durch eine neue Ernährungskultur und eine wachsende Reisewelle siedelten sich in den 1960er-Jahren eine Vielzahl von asiatischen Restaurants in den deutschen Großstädten an. Zunächst chinesische und japanische, seit den 1970er-Jahren auch indische, thailändische und vietnamesische.

Must-haves für asiatische Gerichte

Doch nicht nur in der Gastronomie sind die Länderküchen Asiens heiß begehrt, sondern zunehmend auch in der Küche zu Hause. Das

Sortiment mit den passenden Produkten im LEH wächst seit Jahren rasant. Was gehört in eine Grundausstattung von Asia-Kochfans? Die Basis aller Asiengerichte sind Reis oder Nudeln, die es jeweils in zahlreichen Varianten gibt. Unverzichtbar sind Sojasauce, das asiatische Grundgewürz, und Fischsauce. Mittlerweile gibt es auch eine vegane Variante, die No Fish Sauce, auf Basis von Meeresalgen. Weitere Must-haves sind Currypasten, Oystersauce, Chilisaucen, Ingwer, Koriander, Zitronengras, Limonen, Kokosmilch oder Sesamöl und getrocknete Pilze. Bei den Genussentdeckern von Rila sind alle Länderküchen der Marke

Lien Ying wie auch der indischen Marke Sabita im Pandemiejahr überproportional gewachsen. Laut Rila haben insbesondere die Länderküchen, die für eine besonders gesunde Ernährung stehen, wie Japan und Vietnam, gepunktet. „Die absatzstärksten Warengruppen im Jahr 2021 waren Kokosprodukte, asiatische Nudeln, Soja- und Würzsaucen sowie untrennbar damit verbunden die asiatischen Gewürze. Fazit: Die Klassiker der asiatischen Küchen sind und bleiben die absatzstärksten Warengruppen“, heißt es.

Hallyu, die koreanische Welle

Laut Rainer Göths, Sales Director von Kreyenhop & Kluge, liegt weiterhin die Japan-Küche im Trend, nicht nur mit Sushi, sondern vor allem mit Ramen-Suppen. Außerdem achten die Verbraucher seit der Pandemie stärker auf die Zutatenlisten und die Nährstoffe. „Dieser Herausforderung stellen wir uns, auch in den Bereichen Vegan und Vegetarisch. In Asien wird Nachhaltigkeit sehr groß geschrieben, zum Beispiel gibt es nun die veganen Sriracha-Jackfruit-Produkte. Auch den Omnipork-Bereich greifen wir verstärkt auf, also Fleischalternativen. Hier sind die Asiaten mit sehr hochwertigen Produkten ganz vorne mit dabei“, so Göths. Seit zwei, drei Jahren gebe es einen weiteren, klaren Trend: die Korea-Küche: „K-Food ist in aller Munde“, so der Asienkenner. Für das Trockensortiment empfiehlt Göths, Produkte wie Bulgogi, Kalbi, Gochujang oder Pepper Paste mit aufzunehmen. „Und man sollte im Tiefkühlbereich definitiv das Thema Mandu



Fotos: stock.adobe.com/Kongsak, Unternehmen; RU-Archiv



Mehr Infos zur Asien- & Korea-Küche

Mehr Informationen und Erklärungen zur Asia- und insbesondere zu der im Trend liegenden Korea-Küche gibt es auf unserer Website: www.rundschau.de



aufgreifen, koreanische Teigtaschen. Das ist die neue Art zu essen: Man bereitet sie abends gemeinsam zu und isst sie bei einem Glas Wein oder Singha-Bier zusammen“, erklärt Göths. Auch ganz wichtig für ein trendorientiertes Segment: Kimchi, fermentiertes, scharf eingelegtes Gemüse, das man in Korea zum Frühstück isst. Die wachsende Begeisterung für die Popkultur, den Lifestyle, die Mode und das Essen aus Korea hat sogar einen eigenen Namen: „Hallyu“, die „koreanische Welle“. Sehr beliebt ist hierzulande Bibimbap, eine Art Reis-Bowl mit verschiedenen Gemüse-

Toppings, Tofu oder Fleisch, der Chilipaste Gochujang und Ei. „Der Trend geht aus unserer Sicht ganz klar zur Nachhaltigkeit – vor allem in Verbindung mit Bio-Qualität. Die asiatischen Produzenten sind da sehr weit, auch in Produktionsabläufen oder erneuerbaren Energien. Das möchten wir gerne forcieren. Konkret möchten wir unser Sortiment Südkorea weiter ausbauen, danach kommt Japan. Der Fokus liegt für uns auf dem Ausbau der Tiefkühlware als auch der Fertiggerichte – wir versuchen den gedeckten Tisch zu spielen, inklusive Singha-Bier“, so Rainer Göths. □



INFO

Fusion Kitchen

Die Kategorie der Länderküchen verändert sich. „Die Verbraucher verweilen immer länger bei den Länderküchen. Deutlich ist der Trend Fusion Kitchen: Es geht nicht mehr darum, wer eine Currypaste oder Ostersauce hat. Es geht vielmehr darum, wie wir einzelne Küchen miteinander vermischen. Das ist sehr spannend und macht Spaß“, sagt Rainer Göths von Kreyenhop & Kluge.



Lien Ying

Klassische Ming-Chips bestehen aus gemahlenen Garnelen; die vegane Variante von Lien Ying besteht aus Tapiokamehl und Kartoffeln. Lecker als fernöstliche Knabberei oder als Beilage zu exotischen Gerichten.



Yondu

Die Yondu Gemüse Umami Würzsauce aus Südkorea ist eine gute Alternative zu Fischsauce, Sojasauce, Austernsauce, Bouillon und Brühe. Bio, gentechnikfrei, glutenfrei und ohne künstliche Inhaltsstoffe.



Fairment

Das Kimchi von Fairment ist vegan, ohne Fischsauce und mild scharf. Mit sauer eingelegtem Chinakohl, Chiliflocken, Knoblauch, Paprika und Salz, haltbar gemacht durch Milchsäuregärung. Aus deutschem, regionalem Anbau.



Naked

Ein geringer Salz- und Fettgehalt und Geschmacksvarianten aus Korea, Japan, Thailand oder Malaysia: Naked, die neue Premiummarke von Newlat, steht für asiatische Instant-Convenience-Produkte wie Japanese Style Katsu Curry (Abb.).