

Vom Feld in die Tüte

JOHANNING SNACK Marke Heimart verbucht große Erfolge im Norden – Ziel ist nationale Distribution

Rehden. Mit Chips ausschließlich aus eigenem Kartoffelanbau bedienen die Cousins erfolgreich den Bedarf an regionalen Snacks.

Wer vor den Regalen der Supermärkte steht, trifft auf ein übergroßes, vielfältiges Chips-Angebot, das ständig wächst. In diesen Wettbewerb sind die Cousins Heiner und Martin Johanning eingestiegen. Aus ihren Namen wurde die Marke Heimart Krosse Kerle kreiert, die im Mai 2016 in 20 Supermärkten der Region und bis Jahresende 2016 bereits in mehr als 200 Supermärkten in Norddeutschland angeboten wurde. Bilanz: 200 000 Beutel wurden im vergangenen Jahr verkauft – heute werden über 500 Märkte im Norden beliefert, erste Pilotmärkte werden in Berlin und dem Ruhrgebiet bestückt. Ziel ist jetzt eine nationale Distribution.

Die beiden Cousins bewirtschaften ihren familieneigenen Kartoffelhof in Rehden in dritter Generation. 20 000 Tonnen Kartoffeln werden jährlich auf einer Anbaufläche von circa 500 ha sowie auf Testflächen im Umkreis von 50 km rund um Rehden geerntet. Früher



Authentisch: Die Chips werden aus selbst angebauten Kartoffeln produziert.

gingen je ein Drittel in den Export (beispielsweise nach Malaysia oder Thailand), in ausländische Chips-Werke und ein weiteres wurde zu Flocken verarbeitet. Heute verschiebt sich der Schwerpunkt zunehmend auf die eigene Produktion von Kartoffelchips.

Beginnen wurde mit der Herstellung von Landkartoffelchips, die 2012 zum „Kulinarischen Botschafter Niedersachsen“ gekürt wurden. Dies war der Anstoß, die neue Marke „Krosse

Kerle“ zu entwickeln, die es heute in den Geschmacksorten „Tomate & Paprika“, „Salz & Pfeffer“, „Sauerrahm & Lauchzwiebel“ und „Karamell & Salz“ gibt. Die Produkte sind jetzt zum Kulinarischen Botschafter 2017 gekürt worden. Derzeit wird zudem an einer neuen Sorte getüftelt, verrät Martin Johanning. Für die Beutegelstellung heimsten die Rehden im vergangenen Jahr sogar den Deutschen Verpackungspreis ein. *ba/lz 23-17*

Top-Seller auf Anhieb

R&R ICE CREAM Positive Bilanz für Lizenzmarken

Osnabrück. Mit dem umfangreichen Sortiment von R&R können alle relevanten Speiseeis-Produktbereiche abgedeckt werden.

Europaweit ist R&R Ice Cream größter Produzent für Handelsmarken-Eiskrem und steht ebenso für einen bedeutenden Anteil am Speiseeis-Markengeschäft. Das Angebot reicht von Preissteigerungsprodukten bis zu Premium-Produkten. In Deutschland ist das Unter-

nahme ein führender Anbieter in den Segmenten Haushaltspackungen und Multipacks – unter anderem mit Stieleis, Eis-Sandwiches und Waffelhörnchen, mit denen der stationäre Handel und der Heimdienst beliefert werden.

Vor allem die Eiskrem-Produkte unter den Lizenzmarken Oreo, Milka und Daim von Mondelez International haben sich nach Unternehmensangaben „ausgezeichnet am Markt etabliert“. Insbesondere Oreo Stieleis mit original Oreo Keksstückchen und Kekส์überzug haben sich auf Anhieb als schnelldrehender Top-Seller erwiesen. Auch das Segment der Familienpackungen habe sich positiv entwickelt, vor allem die Marke Landliebe. Neu eingeführt wurde jetzt eine Snack-gerechte Multipackung und neue Kreationen in Haushaltspackungen für den „Zuhause-Genuss“. Zudem produziert R&R Ice Cream nach eigenen Angaben zahlreiche neue Konzepte für Handelsmarken, um „unsere Position als Innovationsführer auf dem Speiseeis-Markt zu stärken und weiter auszubauen“, so Geschäftsführer Dr. Gotthard Kirchner.

„Verbraucher konsumieren Eiskrem zunehmend als Snack“

Geschäftsführer Dr. Gotthard Kirchner

Die Gesamtkonzeption und der Mix der Produktionslinien im Werk in Osnabrück sind grundsätzlich so ausgelegt, dass hier nahezu alles produziert werden kann, „was man sich aus Eiskrem nur wünschen kann“, betont Kirchner. Das Eiskrem-Werk zählt zu den modernsten Europas. Nach permanenten Investitionen in den vergangenen Jahren soll auch künftig weiter Geld in den Standort Osnabrück fließen. *ba/lz 23-17*

Neue Snacksegmente erschlossen

XOX Kapazitäten verdoppelt – Sortiment wird ausgebaut

Hamel. Der Snackhersteller rüstet sich für sein angestrebtes Wachstum.

Bis 2021 hat sich der Snackspezialist Xox chreigige Ziele gesetzt: Mit einer Gesamtinvestition von 20 Mio. Euro werden in diesem Jahr die Produktionskapazitäten verdoppelt und neue Snacksegmente erschlossen. Der Einsatz neuer Produktionslinien soll die Grundlage für weiteres Wachstum schaffen und die Position als Nummer 3 im deutschen Snackmarkt ausbauen. Allein die neuerrichteten Popcorn-Linien mit vollautomatisierter Palettiertechnik, zur Fertigung von ready-to-eat Popcorn im fettreduzierten air-popped-Verfahren, bieten nach Unternehmensangaben die Kapazitäten, um den bis 2021 wachsenden gesamten deutschen Ab-

satzmarkt zu verdoppeln. Hierfür wurden rund 10 Mio. Euro investiert. Im Gegensatz zum europäischen Ausland, das durchweg salziges Popcorn favorisiert, bevorzugen 80 Prozent der deutschen Konsumenten süßes Popcorn mit neuen Geschmacksrichtungen wie etwa Cola Popcorn und Toffee Karamell. Fruchtige und würzige Kreationen sollen folgen. 2017 werden zudem zwei neue Nuss-Linien mit einer Kapazität von 2 Tonnen pro Stunde in Betrieb genommen.

Neu im Angebot ist der Quinoa Chia Snack, mit dem der Hamelner Hersteller den veganen Trend aufgreift und den gesundheitsfördernden Mehrwert der „Super Foods“ verspricht. Zur Grillsaison wurde zudem das neue Produkt „Der Tasty Snack Pulled Pork“ eingeführt, der geschmacklich an das namensgebende Fleischgericht aus den USA erinnern soll. *ba/lz 23-17*

Taktgeber sind Innovationen

EISBÄR EIS Umsatz im schwierigen Umfeld wurde erneut gesteigert

Apensen. Mit klassischem Vollsortiment, Spezialitäten und Multipacks bedient der Handelsmarken-Speiseeis-Hersteller LEH und Discount im In- und Ausland.

Martin Ruehs und Isabel Schult, Geschäftsführer der Eisbär Eis GmbH sind zufrieden: Mit ihrem Sortiment befinden sie sich zwar in einem mengenmäßig begrenzten Markt, zudem macht die Volatilität der Rohstoffpreise das Geschäft nicht leicht. Dennoch hat Eisbär seinen Umsatz um 10 Prozent auf 250 Mio. Euro gesteigert. Der Grund: die Ausweitung der Produktrange und auch, dass die Kunden des reinen Handelsmarkenherstellers expandieren. Neben dem wichtigsten Markt Deutschland werden die Erzeugnisse heute in 24 Ländern abgesetzt. Die Exportquote liegt derzeit bei 30 Prozent.

Die Apensener produzieren 60 Mio. Liter Eis pro Jahr, daraus sind etwa 250 Produkte entstanden. Hergestellt werden die verschiedensten Varianten: Als Stieleis, in Dosen oder Bechern, in Waffeln oder als Sandwich. Täglich können über zwei Millionen Eisportionen produziert und ausgeliefert werden, so Ruehs. Mit dem klassischen Vollsortiment, Spezialitäten und Multipacks werden der LEH, Discount und auch der Heimdienstmarkt bedient.

„Kreativität, eine hohe Flexibilität und kurze Entscheidungswege zeichnen uns aus“

Martin Ruehs, Geschäftsführer Eisbär Eis GmbH

Der Hauptsitz von Eisbär befindet sich in Apensen, an dem der Großteil der Produkte gefertigt wird. Die zweite Fertigung für Stieleis befindet sich in Ribnitz-Damgarten in Mecklenburg-Vorpommern. Kreativität, eine hohe Flexibilität und

kurze Entscheidungswege zeichneten das Unternehmen aus, betont Ruehs. Tatsächlich werden dank eigener Entwicklungsabteilung ständig neue Artikel kreiert und Trends aufgegriffen. „Trendy“ beispielsweise beschreibt das im vergangenen Jahr eingeführte Produkt „Cookies & Cream“.

Innovationen seien ein wichtiger Taktgeber, um die Position weiter auszubauen, so die beiden Geschäftsführer. Dem immer wieder beschriebenen Unterschied zwischen Marke und Handelsmarke widersprechen die Apensener: Die Qualität sei auf hohem Niveau gleich. Im Fokus stehen Natürlichkeit, Zuckerreduzierung und die Verwendung von Extrakten. Auch vegane und laktosefreie Artikel gehören zum Sortiment. *ba/lz 23-17*

always inspiring more...

symrise

IDEENVERWANDLER

Geschmack & Genuss. In Nord & Süd. In Ost & West. Jede Region pflegt und entwickelt ihre eigenen Rezepte: spannend, lecker und individuell. Mit allen Sinnen erfahren, Traditionen & Trends aufspüren, Erfahrungen tauschen und Ideen weitergeben. Das macht das Leben vielseitig und schmackhaft. Wir entdecken jeden Tag aufs Neue, was Menschen mögen, und erfüllen so Ihre Wünsche – mit Geschmack nach Maß.

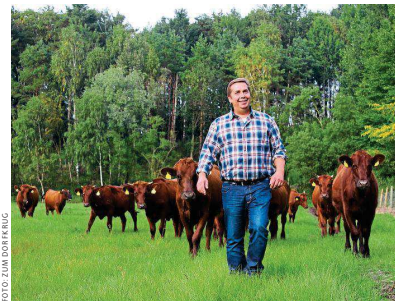
www.symrise.com

Rasanter Aufstieg in erste Liga

ZUM DORFKRUG Produktpalette wächst beständig – Einstieg in Fleischverarbeitung

Neu Wulmstorf. Von der Salatsauce aus eigener Küche hat sich Zum Dorfkrug zum Feinkostanbieter mit vielseitigem Sortiment gemauert.

Was den Umsatz betrifft, hält sich Thomas Hauschild, gelernter Koch und Erfinder der „Sylter Salatfrische“ bedeckt, „er wächst“. Seine „Sylter Salatfrische“, seit 2004 im LEH, hat sich schnell etabliert und zählt mittlerweile zu den meistverkauften Salatdressings in ganz Deutschland. Den ungewöhnlichen Erfolg der Salatsauce erklärt Hauschild einerseits durch die Qualität seines Produkts. „Wir waren die Ersten, die ein frisches Dressing auf den Markt gebracht haben, die Konkurrenten hatten nur hoch erhitzte Alternativen im Angebot.“ Aber auch der Geschmack habe zum rasant steigenden Abverkauf beigetragen. „Eine ganz neue Geschmacksrichtung und dazu in der Glasflasche“, so Hauschild.



Ganzheitlich: Geschäftsführer Thomas Hauschild setzt sich für den Gegenentwurf zu industrieller Agrarwirtschaft und Massentierhaltung ein.

Die Produktpalette rund um die „Sylter Salatfrische“, in Langenscheidts „Marken des Jahrhunderts“ aufgeführt, wurde inzwischen um etliche Feinkostprodukte vergrößert. Hinzugekauft sind weitere Salatdressings, Desserts, Saucen und Wurstwaren – allesamt her-

gestellt aus nachhaltig produzierten Zutaten und ohne Zusatzstoffe. Die Kartoffel-Salatsauce wurde zum „Kulinarischen Botschafter Niedersachsen 2017“ ausgezeichnet. Und Hauschild will seine Dachmarke „Zum Dorfkrug“ mit neuen Feinkostangeboten weiter ausdehnen.

So ist er seit einiger Zeit auch Landwirt. Auf seinem Landhof leben die vom Aussterben bedrohten Rassen „Bunte Bentheimer Schweine“ und „Angler Rotvieh“, „Texas Longhorns“, 14 verschiedene Hühnerarten, Ziegen und Bienen. Sein Ziel: Tiere möglichst ihrer Natur entsprechend zu halten, ei-

nen Kreislauf zu schaffen, in dem sich zwischen Natur, Mensch, Tier und Anbau alles ergänzt, und dabei möglichst nachhaltig Fleisch und Milch zu erzeugen.

Nachdem bereits eine eigene Molkerei aufgebaut ist, stehen jetzt die Fleischverarbeitung und eine Großküche im Fokus. Zunächst auf Großverbraucher wie Gastronomie und Kantinen ausgerichtet, können die Produkte später bei Erfolg auch für den LEH produziert werden. Eine Produktionsküche ist bereits in Betrieb. Hauschild's Vision ist beispielsweise die Herstellung von Eintöpfen und Suppen. *ba/lz 23-17*