

Orior AG sieht in Deutschland große Chancen für das fleischfreie Sortiment



Bereits 6,5 Mio. Deutsche sind Vegetarier und schon neun Millionen Bundesbürger sehen sich als Teilzeitvegetarier, schätzen die Market-Scouts der schweizerischen **Orior AG**, Zürich. Daher sind die Eidgenossen seit 2006 dabei, ihre Fleischersatz- und Fleischalternativprodukte unter der Marke *Natur Gourmet* im hiesigen Handel zu lancieren. Das Sortiment ist mittlerweile auf 13 Convenience-Produkte angewachsen, wie z.B. Cordon Bleu, gefüllte und gewürzte Schnitzel, Nuggets sowie diverse Würstchensorten. Alle Produkte sind 100 % vegetarisch und tragen das offizielle Logo der Europäischen Vegetarier Union (EVU).

Hintergrund

Die Orior AG ist aus dem schweizerischen Tabakkonzern **Rinsoz & Ormond Holding S.A.** hervorgegangen. Seit 1990 konzentriert sich die Gruppe ausschließlich auf die Herstellung von Lebensmitteln. Heute spielt der Konzern im Schweizer Markt eine führende Rolle im Bereich Premium Convenience Food für den Detailhandel und die Gastronomie. Hauptsegmente sind Wurst-Spezialitäten, Frischteigwaren, Pasteten und Terrinen, Geflügel, Schweinefleisch und vegetarische Produkte.

Ein wenig hadern die Züricher allerdings noch mit der Neigung der Deutschen, bei Lebensmitteln eher sparsam zu sein. „Der deutsche Markt ist äußerst komplex und sehr preissensibel; sogar Kunden mit hohen Ansprüchen sind zurückhaltend, wenn es darum geht, für Qualität mehr zu bezahlen. Dies bildet unsere große Herausforderung, denn das Interesse und die Resonanz bei wichtigen Entscheidungsträgern im Handel sind durchweg positiv“, wird **Oliver Schostak**, Leiter Verkauf Deutschland, im jüngsten Orior-Newsletter zitiert. Im kommenden Jahr will Orior die *Natur Gourmet* Produktlinie weiter ausbauen. Neben vegetarischen Fertiggerichten sind weitere Grillspezialitäten geplant.

Natur Gourmet-Produkte werden von der **Fredag AG**, einer Tochter der Orior AG, hergestellt. Neben dem vegetarischen Sortiment werden auch frische, gekühlte Geflügelfertigprodukte produziert. Nach Angaben des Unternehmens ist Fredag mit 85 % Marktanteil Schweizer Marktführer für Frische- und Convenience-Produkte.

Essen retten: Lebensmittelbank holt Ware kostenlos und schnell

Seit Herbst 2005 gibt es die **Stiftung Deutsche Lebensmittelbank**, Aachen, doch noch immer kennen nicht alle Hersteller die Einrichtung, sagt **Fritz Niehsen**. Der Mann ist im Hauptberuf ein Unternehmensberater für die Lebensmittelindustrie, doch daneben ist es ihm ein Anliegen, so viele verzehrfähige Lebensmittel vor der Vernichtung zu retten wie möglich. Wenn sie, z.B. wegen falscher Etikettierung oder Überschussproduktion, nicht verkauft werden können, sollen sie lieber an bedürftige Menschen verteilt werden. „Es gibt keinen Produzenten, bei dem nichts anfällt“, weiß Niehsen. Die Lebensmittelbank ist nicht zu vergleichen mit den vielen regionalen Tafeln. Sie arbeitet in weitaus größerem Stil: Die schnelle und kostenlose Abholung großer Mengen, Lkw-Ladungen und Palettenware von Großherstellern, das ist die Kompetenz der Lebensmittelbank. Dann folgt die Weiterverteilung an etwa 40 Tafeln und karitative Einrichtungen.

Damit es mit der Logistik läuft, stellt vor allem die Logistikfirma **Dachser** aus Kempten ehrenamtlich ihre Fahrzeuge für den Lebensmitteltransport zur Verfügung. Für das Engagement haben die Kemptener sogar ein separates jährliches Budget festgesetzt.

Mit dieser Telefonnummer erreichen Sie uns, um Lebensmittel zur Verfügung zu stellen, die in unserem Auftrag umgehend abgeholt werden:

0241-9690804

Quelle: Lebensmittelbank

Im vergangenen Jahr hat Niehsens Truppe gut 700 Paletten mit einem Gewicht von 180.000 Kilogramm umgeschlagen, 2007 wurde die 1.000 Paletten-Marke schon geknackt, das Gewicht fast verdoppelt. Zu den Unternehmen, die bereits mit der Lebensmittelbank zusammen arbeiten, gehören u.a. **Zentis**, **Lambertz**, **Kraft Foods**, **Lindt**, **Intersnack**, **Frico** und **Kronenbrot**. Neben der guten Tat sparen die Unternehmen auch das Geld das für eine Entsorgung durch spezielle Entsorgungsfirmen hingeblickert werden müsste. Weitere Lebensmittelbanken wurden kürzlich in Dresden, Stuttgart und Hamburg gegründet. Alle sind untereinander vernetzt.

► 55% tragen die **Chilled Food**-Produkte (Pasta, Quiche, Klöße und andere Fertiggerichte) für das Kühlregal bereits zum Umsatz der **Steinhaus GmbH**, Remscheid Lennep, bei, der in diesem Jahr vorraussichtlich bei rund 90 Mio. € liegen wird. Steinhaus war ursprünglich ein reiner Fleischerei-Betrieb, zur jetzigen Unternehmensholding gehören auch 18 Steinhaus-Metzgereifilialen, die vor Kurzem als eigenständiges Unternehmen aus der Steinhaus GmbH ausgegliedert wurden. Weiterhin produziert Steinhaus abgepackte Fleisch- und Wurstwaren, die über den Lebensmitteleinzelhandel abgesetzt werden. Das Unternehmen weist nach eigenen Angaben eine Exportquote von 10 % auf, mit einer Steigerung wird gerechnet. Steinhaus wächst mit den Handelskonzernen bei deren Expansion. Die Remscheider sind bei so gut wie allen Handelsketten mit ihrer Erst- oder Zweitmarke gelistet, auch Handelsmarken werden hergestellt. Da für eine große Werbekampagne kein Budget vorhanden sei, versucht das Unternehmen das Interesse ständig mit neuen Kreationen wachzuhalten.

► Die **Eisbär Eis GmbH**, Apensen (die tatsächlich in der Eisbärstraße 1 residiert) hat Expansionspläne. Laut einem Pressebericht wollen die Geschäftsführer **Helmut Klehn** und **Martin Ruehs** insgesamt 20 Mio. € in die Hand nehmen. In einem ersten Schritt solle ein Hochregallager für sieben Millionen € gebaut werden. Später sei die Erweiterung der Produktion geplant. Der niedersächsische Landtagsabgeordnete **Helmut Damman-Tamke** (CDU) will sich dafür einsetzen, dass EU-Fördermittel fließen. Das 1955 gegründete Unternehmen verkauft seine Produkte vor allem über die Discountschiene. Produziert wird an zwei Standorten in Apensen und Riebnitz-Dammgarten. Mit 220 Mitarbeitern werden pro Jahr etwa 50 Mio. Liter Eis gefertigt, der Umsatz liegt bei 65 Mio. €. Zum Vergleich: die **Rosen Eiskrem GmbH**; Heinsberg, produziert 230 Mio. Liter und kommt auf einen Umsatz von 250 Mio. €.

► Der genossenschaftsbasierte Lebensmittelhersteller **Royal Cosun** im niederländischen Breda hat den Geschäftsbereich **Unifine Sauces & Spices** veräußert. Käufer ist die Investmentgesellschaft **Clearwood B.V.**, Rotterdam, die für den Kauf die Firma **Intertaste** gegründet hat, in die das Saucen- und Würzmittelgeschäft nun eingegliedert wird. Clearwood will eine Expansionsstrategie für Intertaste erarbeiten. Von dem Verkauf sind 300 Mitarbeiter in zwei Werken in Puffershoek und Nijkerk betroffen. Arbeitsplätze sollen nicht abgebaut werden. **Gert de Raaf**, Direktor Unternehmensentwicklung bei Cosun, begründet den Verkauf damit, dass die Akquisition des **CSM**-Zuckergeschäftes in diesem Jahr die Cosun-Kerngeschäftsfelder (Zucker, Kartoffeln, Alkohol und Ingredients) weiter gestärkt habe. Die Herstellung von Soßen und Gewürze für Lebensmitteleinzelhandel, Industrie und Foodservice würde hingegen nicht mehr als Kerngeschäft angesehen. „Unifine Sauces & Spices ist ein ge-