

# Ernährungswirtschaft zeigt Flagge

**FACHMESSE** 18 Unternehmen aus dem Oldenburger Münsterland auf der Anuga

Die Unternehmen präsentierten neue natürlich Produkte. Rund 160 000 waren gekommen.

**OLDENBURGER MÜNSTERLAND/KÖLN/PL** – Mit 18 Unternehmen aus dem Oldenburger Münsterland war die regionale Ernährungswirtschaft auf der Anuga in Köln wieder zahlreich vertreten. Insgesamt präsentierten mehr als 7400 Aussteller den rund 160 000 Fachbesuchern ihre Produkte.

Beim Informationsbesuch des Verbundes Oldenburger Münsterland freuten sich die Unternehmen aus den Landkreisen Cloppenburg und Vechta über einen sehr guten Messeverlauf und betonten den internationalen Charakter der Messe. Einen Schwerpunkt legten die Aussteller neben Ihren Produktneuheiten in diesem Jahr vor allem auf Nachhaltigkeit.

Dank kreativer Produktentwickler konnte die Plukon Food Group aus Visbek mit den Marken Stolle, Friki und Fairmast den Fachbesuchern eine ganze Reihe neuer Produkte bei Frischgeflügel sowie im Tiefkühl- und Wurstbereich präsentieren. „Neu im Programm sind zum Beispiel die verschiedenen Varianten an Wurst Crossies. Damit bieten wir Street Food für Zuhause“, informierte Marketingleiterin Ulrike Rücker.

Heidemark präsentierte unter dem Motto „Pute hat immer Saison“ ein breites Sortiment an Putenspezialitäten. Den Fachbesuchern stellte Europas Branchenführer neben trend- und bedarfsorientierten Grillfleischprodukten viele weitere Kreationen vor. Für die kommende Grillsaison rückt Heidemark die „SteaXs“, saftige Hack-Patties „klassisch“ und „griechisch“ in den Vordergrund. „Die Verbraucher sehen Putenfleisch immer mehr als Teil ihrer bewussten, ausgewogenen Ernährung. Diesen gesunden Trend unterstützen wir ab dem kommenden Jahr mit unserem Verzicht auf Palmöl“, erklärt Franz Heyer, Geschäftsführer Vertrieb.

Auf dem Messestand der Rechterfelder PHW-Gruppe erläuterte Dr. Ingo Stryck, Geschäftsführer Marketing bei WIESENHOF: „Nach der Einführung der ersten fünf Produkte in den Lebensmitteleinzelhandel im Frühjahr dieses Jahres wurde das Sortiment der Wiesenhof Chicken



Am Wernsing-Stand informierten Sarah Schmidt (Marketingleiterin Wernsing) und Stefan Wernsing (Geschäftsführer Wernsing) Landrat Johann Wimberg (Landkreis Cloppenburg), Landrat Herbert Winkel (Landkreis Vechta) und Geschäftsführer Jan Kreienborg (Verbund OM, von links) über die neuesten Trends.

BILD: VERBUND

Schmiede um drei weitere Produkte erweitert: Geflügel-Liebhaber können sich auf die Hau weg Steaks, Meister Medallions und den Big Burger freuen.“ Aber auch pflanzenbasierte Innovationen wurden präsentiert. „Wir wollen sowohl unser Kerngeschäftsfeld durch die Weiterentwicklung unseres konventionellen Geschäftes sowie durch die Steigerung unserer Tierwohlkonzepte vorantreiben, als auch gleichzeitig den Bereich der alternativen Proteinquellen stark ausbauen“, erklärt Peter Wesjohann, Vorstandsvorsitzender der PHW-Gruppe.

Wernsing Feinkost aus Essen präsentierte auf der Anuga die rustikalen „Black Pepper Waves“. „Die Black Pepper Waves mit grobem Pfeffer sind extra kross und besonders zum Snacken geeignet. Durch den besonderen Schnitt mit der Wellenstruktur und die vorhandene Schale werden sie zum echten Hingucker“, so Marketingleiterin Sarah Schmidt. Für Wernsing

wird der Exportmarkt immer relevanter. Die Anuga sei daher eine Pflichtveranstaltung, erklärte Geschäftsführer Stefan Wernsing.

Schneefrost aus Lönningen steht für tiefkühlfrische vegetarische Produkte und Kartoffelspezialitäten aus Deutschland für die Gastronomie. Das Sortiment umfasst mittlerweile mehr als 300 Produkte mit einem Exportanteil von 30 Prozent. Schneefrost stellte auf der diesjährigen Anuga die neuen Avita Gemüse-Hanf-Sticks für den Einzelhandel vor, für die das Unternehmen in diesem Jahr auf der Messe mit dem Preis „Anuga Taste Innovation“ ausgezeichnet wurde. „Wir sind mit dem Messeverlauf sehr zufrieden. Kartoffel- und Gemüseprodukte liegen derzeit voll im Trend“, so Geschäftsführer Ernst-Rainer Schnetkamp.

Auch VION aus Emstek präsentierte in diesem Jahr wieder ein Produktsortiment, welches frisches Schweinefleisch und Rindfleisch sowie auf dieser Basis veredelte Pro-

dukte für Retail, Foodservice und die Fleischwarenindustrie umfasst. Für VION stand der diesjährige Messeauftritt unter dem Zeichen der Transparenz in der Prozesskette.

Neben dem klassischen Sortiment rund ums Schwein, Qualität und Handarbeit stand die neue Marke „glücksatt“ im Vordergrund des Messeauftritts des Familienbetriebs Schulte – Lastruper Wurstwaren. „Unter dieser Marke bietet wir seit Kurzem Fleisch- und Wurstwaren auf handwerklich höchstem Niveau, mit transparenter und ehrlicher Wertekette, bewusster Verantwortung, einem echten Mehr an Tierwohl und ganz viel Geschmack – und das alles außerhalb der Nische mit einem sehr breiten Sortiment an unterschiedlichsten Fleisch- und Wurstwaren“, so Geschäftsführerin Sarah Dhem.

Biofino aus Emstek präsentierte als deutscher Marktführer im Bereich Bio-Geflügel das neue Convenience-Sortiment „Küchenhelden“, für das eigens ein neuer Standort in Bad Zwischenahn erschlossen wurde.

Bei der Sprehe Gruppe stehen in diesem Jahr mit der Marke Bernard Matthews Oldenburg Convenience-Produkte im Vordergrund. Das Sortiment wurde um gefüllte Frikadellen-Bällchen und beispielsweise orientalisch gewürztes Geflügelfleisch erweitert. Den Produkten sei zudem ein neuer, frischer Look verpasst worden, erläuterte Marketingleiter Siegfried Kaiser.



Ernst-Rainer Schnetkamp nahm eine Auszeichnung entgegen

BILD: VERBUND



Peter Wesjohann setzt aufs Kerngeschäft und alternative Proteinquellen.

BILD: VERBUND