



## TORSTEN NEUMANN

**Geschäftsführer Vertrieb,  
Marketing & Produktentwicklung,  
Schne-frost, Löningen**

**1.** Aufgrund der Corona-Situation konnten wir in den letzten beiden Jahren unsere Neuheiten nicht wie geplant in den Fokus stellen. Somit ist für uns die INTERNORGA jetzt eine tolle Möglichkeit, unsere neuen Produkte zu präsentieren. Es ist auch an der Zeit, neue Themen aufzunehmen und mit interessanten und innovativen Konzepten zu punkten. Die Herausforderungen bleiben, aber wir wollen unverändert Flagge zeigen – und das

dort, wo sich die Branche trifft. Wir sind und leben Foodservice.

**2.** Hinsichtlich der zu erwartenden Besucherzahlen lassen uns überraschen. Das Wochenende wird mit Sicherheit schwierig, und die Zahlen vom 2019 werden hier voraussichtlich nicht erreicht. Darauf stellen wir uns ein, aber für uns zählt vor allem auch die Qualität der Besucher\*innen. Und da sind wir unverändert positiv gestimmt.

**3.** Bei den Schne-frost-Neuheiten steht das Thema Snacking im Fokus. Ergänzend zu den erfolgreichen klassischen Hash Brown Fries, präsentieren wir zwei weitere innovative Sorten: Hash Brown Fries Cheese & Chili und Hash Brown Fries Vegetable. Außen knusprig und innen angenehm soft, begeistern die neuartigen Rösti-Sticks im Pommes-Look alle Snack-Fans und auch Vegetarier. Sie sind ein perfektes Fingerfood für zwischendurch oder to-go, aber auch eine piffige Beilage, zum Beispiel zu Burgern. Bei unserer Marke Avita sorgen wir mit drei neuen Green Protein-Burgern für pflanzliche Highlights auf dem Teller. Zur INTERNORGA haben der Edamame-Burger, der Kichererbsen-Burger sowie der Linsen-Burger ihre Premiere. Die trendigen, veganen Produkte überzeugen mit viel Geschmack und attraktiver Optik und passen ideal zu den Ernährungsansprüchen moderner Konsumenten.

**4.** Wir konnten einiges durch andere Geschäftsfelder auffangen, sind aber glücklich, dass es jetzt mit dem Foodservice-Geschäft wieder bergauf geht. Themen wie Preisgestaltung und Rohstoffversorgung werden in den nächsten Monaten eine Herausforderung darstellen. Aber wir sind davon überzeugt, dass die Endkunden die Dienstleistung und den Service in der Außer-Haus-Verpflegung wieder mehr nutzen wollen und vor allem auch nutzen dürfen.

**5.** Der Krieg in der Ukraine hat auf die Beschaffungspreise eine sehr starke Auswirkung. Alle landwirtschaftlichen Produkte werden deutlich teurer werden: von der Kartoffel über Molkereiprodukte bis zu Panaden und Stärken. Das gilt nicht zuletzt auch für Energien. Das ist alles in allem eine große Herausforderung, der wir uns in Zukunft gemeinsam mit den Kunden stellen müssen.



Schne-frost zeigt in Hamburg Innovationen wie Green Protein-Burger von Avita und neue Hash Brown Fries