



Innovative Feinkost

Die ganze Bandbreite des internationalen Feinkost-Sortiments wurde in den Hallen der Fine Food, der größten Fachmesse unter dem Anuga-Dach, geboten. Eine kleine – natürlich subjektive – Auswahl zeigt, was es auf den Ständen zu sehen gab.

Mit einem umfassenden Sortiment war der Stuttgarter Feinkosthändler Di Gennaro in den Kölner Messehallen vertreten. Als langjähriger Partner von Di Gennaro war als Mitaussteller die renommierte Spezialitäten-Metzgerei Villani aus Modena ebenfalls vor Ort. Im Zentrum des Messeauftritts standen auch in diesem Jahr die Spezialitäten der Eigenmarke „Selezione Di Gennaro“. Gemein ist den Produkten der „Selezione“ neben ihren traditionellen Rezepturen ihr Design mit dem charakteristischen schwarzen Markenband.

Unter dem Motto „Alte Meister und junges Gemüse“ zeigte der italienische Feinkostspezialist seine erntefrischen Antipasti-Variationen aus Apulien – beispielsweise sonnengetrocknete Tomaten von Hand verlesen und mit Meersalz verfeinert, aromatische Artischockenherzen oder süß-sauer eingelegte Zwiebeln in nativem Olivenöl. Präsentiert wurden auch die naturbelassenen Grill- und Kochschinkenspezialitäten der Familie Meggiolaro aus Venetien, deren kleine Manufaktur ein ausgezeichnetes Beispiel dafür ist, wie zeitgemäß ursprünglich-traditionelle Produkte sein können.



Ursprünglich-traditionell hergestellte Kochschinkenspezialitäten präsentierte der Familienbetrieb Meggiolaro aus Venetien auf dem Stand von Di Gennaro.

Die Rila Feinkost-Importe folgte mit der Marke Jürgen Langbein dem anhaltenden Bio-Trend. Gestartet wurde mit fünf Bio-Suppen aus kontrolliert biologischem Anbau und ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe. Die vier veganen Sorten Kohl-, Linsen-, Kartoffel- und Gemüsesuppe sowie die vegetarische Sorte Tomaten-Creme-Suppe werden im kleinen Tochterunternehmen in Kaltenkirchen bei Hamburg hergestellt. Nur kurze Zeit später folgten die Bio-Fonds in den Sorten Braten, Gemüse, Geflügel, Rinder und Fisch. Die Fonds werden ohne Zusatz von Zucker angeboten.

Kichererbsen und Tahini

Vorgestellt wurden auch das Sortiment „Daily Meal Soup“. Die sechs Suppen im Glas der Marke Langbein's sind ohne Konservierungsstoffe 24 Monate ungekühlt haltbar. Das Angebot reicht von Zucchini/Gemüse und Süßkartoffel/Kokos über Kürbis/Mango und Paprika/Chili bis zu Tomate/Basilikum und Erbse/Kokos. Das matte schwarze Etikett der Suppen, die in der Langbein Manufaktur schonend gekocht werden, ist an Kreidetafeln in der Gastronomie angelehnt.

Bei Feinkost Dittmann lag ein Schwerpunkt auf der Marke Obela Hummus, deren deutschen Vertrieb das Diezer Familienunternehmen übernommen hat. Obela Hummus schmeckt dank original orientalischer Rezepte authentisch. Sorgfältig



Für die Kühlregale des deutschen Lebensmittel-einzelhandels gibt es Obela Hummus in fünf Sorten – beispielsweise „Orientalische Art“.

ausgewählte Kichererbsen werden dabei mit Tahini, einer Paste aus feingemahlten Sesamkörnern, zu einem cremigen Hummus gemixt. Der einzigartige Ge-



Die Langbein-Bio-Fonds in den Sorten Braten, Gemüse, Geflügel, Rinder und Fisch werden ohne den Zusatz von Zucker angeboten.



Die Form der neuen Pierogi von Steinhaus ist halbkreisförmig und im Aussehen den italienischen Cappelletti ähnlich.

schmack wird durch aromatische und mediterran-inspirierte Garnituren – zum Beispiel sonnengetrocknete Tomaten, geröstete Pinienkerne oder Knoblauch – abgerundet. Obela Hummus ist eine natürliche Quelle an pflanzlichen Proteinen, reich an Ballaststoffen und zudem vegan, glutenfrei und kosher zertifiziert. Auf Farbstoffe und Geschmacksverstärker wird verzichtet. Für die Kühlregale des deutschen Lebensmitteleinzelhandels werden fünf Sorten angeboten: Classic, Sonnengetrocknete Tomaten, Geröstete Pinienkerne, Gerösteter Knoblauch und Orientalische Art.

Steinhaus hat mit einem Klassiker der polnischen Küche den Auftakt für ein neues internationales Teigwarenangebot geschaffen. Zur Entwicklung der Neuheit hat das Unternehmen mit Sitz in Remscheid eng mit seinen osteuropäischen Mitarbeitern zusammengearbeitet. Das Ergebnis sind zwei Pierogi-Varianten nach beliebten Rezepturen: die Pierogi ruskie, eine frische Teigtasche mit einer würzigen Kartoffel-Quark-Füllung, und die Pierogi kapusta i miesem, eine Teigtasche gefüllt mit einer deftigen Kombination aus gebratenem Sauerkraut und Speck.

Darüber hinaus hat Steinhaus sein „grünes“ Creazioni-di-pasta-Sortiment mit der Basilikum-Pesto-Raviolo als Ergänzung zu den bisherigen Ziegenfrischkäse- Spinat- und Grillgemüse-Raviolo erweitert. Die großen, kreisrunden Raviolo spielen bei dem Produkt eine bedeutende Geschmacksrolle, denn ihre Pastaform bietet genügend Raum für den hohen, würzigen Füllanteil. Der Inhalt ist mit Ricotta verfeinert und sorgt für ein cremiges Pesto-Vergnügen.

Mit einer Vielzahl von innovativen Ideen rund um das Thema Feinkost war das Fami-

lienunternehmen Kühlmann in Köln vertreten. Im Vordergrund der Präsentation stand die Kompetenz des Unternehmens im Bereich der Snack- und To-Go-Sortimente. So wurden moderne Fleischsalatkreationen entwickelt, die den Geschmack einer jungen und neugierigen Zielgruppe treffen sollen. Die „Jungen Wilden“ setzen nicht nur auf trendiges Verpackungsdesign, sondern auch auf emotionale Ansprache. Die drei neuen Fleischsalate heißen „Milosz“, „Giuseppe“ und „Li-Mai“ und verkörpern eine polnische, eine italienische und eine asiatische Variante.

Zum Kühlmann-Portfolio gehören auch die sommerlichen BBQ-Snacksalate, die für interessante Grillkombinationen aus Salat und Fleischkomponenten sorgen sollen. Und da die größte Käufergruppe von Grillbeilagen Frauen sind, wurde zudem ein neuer BBQ-Salat mit leichter Rezeptur ohne Mayonnaise und verspielterem Design entwickelt.

Einzigartiges Gurkenkonzept

Die kommende Barbecue-Saison wurde auch bei Kühne thematisiert, denn das Hamburger Familienunternehmen hat sein Premiumsegment im Grillsaucenmarkt ausgebaut. Für die Range „Made for Meat“, die sich durch Stückigkeit und international inspirierte Rezepturen auszeichnet, stellte Kühne als Ergänzung der fünf etablierten Geschmacksrichtungen vier Sorten in kleiner Verpackungseinheit vor. Black Garlic, Chipotle Burger Style, Sriracha Hot Chili und Smoked Pepper BBQ sollen für Abwechslung am Grill sorgen. Aufmerksamkeit erregte Kühne auch durch seine mit Gin oder Whiskey veredelten Cornichons. Das einzigartige Gurkenkonzept mit mildem, amerikanischen Bourbon-Whiskey



Die „Jungen Wilden“ setzen nicht nur auf trendiges Verpackungsdesign, sondern auch auf Personalisierung.

und feinerbem, deutschen Gin soll vor allem jüngere Konsumenten ansprechen.

Auf dem Stand von Develey wurden auch die Marken Löwensenf, Bautz'ner und Develey Foodservice sowie die Vertriebsmarken Kikkoman und Tabasco präsentiert. Erstmals dabei war Little Lunch, ein Augsburger Start-up für Bio-Convenience Food, das seit September das Vertriebsportfolio erweitert. Komplette überarbeitet wurde die Ausstattung des Develey-Sensfortiments. Der neue Look vereint den hohen Qualitätsanspruch mit dem Traditionsbewusstsein der Marke. Klare Linien mit farblichen Akzenten garantieren die entsprechende Sichtbarkeit im Regal; das Siegel „ehemals Königlich Bayerischer Hoflieferant“ unterstreicht die lange Tradition der Marke. Als Neuheit wurden zwei Saucen in außergewöhnlichen Geschmacksvarianten gezeigt – Sweet Chili mit einer fruchtigen Limettennote und einer rauchigen Red Bean Western.



Sorge auch auf der Anuga-Innovationsplattform „Taste“ für Furore: mit Gin oder Whiskey veredelte Cornichons.