



Eurofood International News

Investment in Tiefkühlgemüse

Die belgische *Dujardin Foods*, eine der Grossen im europäischen Markt mit Tiefkühlgemüse, hat in Deutschland massiv in eine neue Tiefkühlfabrik investiert. Die Fabrik, bekannt als *Biopolis* soll der Verarbeitung und Distribution von biologischem Gemüse dienen. Die Lieferung und Verteilung von biologischem Gemüse in Grossbritannien soll von Dujardins Ableger *Icefresh Food* wahrgenommen werden.

Barry Callebaut kauft in Deutschland ein

Der Schweizer Schokolade- und Kakaoproduzent *Barry Callebaut* hat die Akquisition der deutschen *Stollwerk-Gruppe* bekannt gegeben. Die Transaktion hat einen Wert von 256 Mio. Franken. Darin eingeschlossen sind auch nicht spezifizierte Verpflichtungen. *Barry Callebaut* wird anfänglich 96% der Aktien von *Stollwerk* übernehmen, die zurzeit von der *Imhoff-Industrie-Holding* und der gemeinnützigen *Imhoff-Stiftung* gehalten werden.

Öffentliches Angebot

Sobald die Akquisition bestätigt worden ist, wird *Barry Callebaut* den restlichen Aktionären ein öffentliches Angebot machen, um auch die restlichen 4% zu übernehmen.

Barry Callebaut rechnet mit einmaligen Restrukturierungskosten von 80 Mio. Franken, die in das laufende Fiskaljahr, das im August zu Ende geht, eingehen werden. Die Dividende soll davon nicht beeinflusst werden. *Stollwerk* ist einer der führenden Schokoladeproduzenten Deutschlands mit einem letztjährigen Umsatz in der Grössenordnung von 1,5 Mia. Franken.

Unilever plant den Verkauf von Loders Croklaan

Der englisch-holländische Konsumgüter-Riese *Unilever* gab bekannt, dass das internationale Spezialöl- und Fettgeschäft, die *Loders Croklaan-Gruppe*, im Rahmen der «Wachstumspfad»-Strategie verkauft werden soll. Die Strategie fokussiert stark auf die Kernkompetenzen.

Loders Croklaan verfügt über Fabriken in Amsterdam und Chicago und kleinere Produktionsanlagen in Toronto und Kairo. Die Gruppe betreibt Verkaufsorganisationen in weiteren sieben Ländern. Insgesamt beschäftigt die Gruppe 600 Personen, bei einem Umsatz von 265 € im Jahre 2001.

Loders Croklaan ist eine selbständige, hochinnovative Firma. Traditionellerweise bedient sie weltweit die Süss- und Backwarenindustrie. Daneben hat es auch eine Sparte, welche die Nahrungsmittelindustrie mit Standard-Ölen und Fetten beliefert.

Unilever sagt, die Zukunft des Unternehmens könnte am besten von einer Mutterfirma wahrgenommen werden, welche die Kapazität hätte, um das Potential der Firma weiterentwickeln zu können.

Unilever hat die Deutsche Bank beauftragt, sie beim Verkauf zu unterstützen.

Philip Morris wird in Altria Group umbenannt

Der US-Multi *Philip Morris*, mit der namengebenden Tabakfirma *Philip Morris*, der Nahrungsmittelfirma *Kraft Foods*, dem Brauer *Miller Brewing* hat einen neuen Namen für den Konzern bekannt gegeben.

Die Aktionäre haben dem Vorschlag zum Namenswechsel in *Altria Group* zugestimmt. Der neue Name wird auf Ende des laufenden Jahres eingeführt werden. Wie der Konzern mitteilte, werden jedoch alle Konsumgüterfirmen ihre bestehenden Namen beibehalten.

Weisse Bohnen – fünfmal am Tag?

Eine kontroverse Marketingkampagne des US-Nahrungsmittelkonzerns Heinz beinhaltet die Aussage, das Essen einer (kleinen) Dose von «baked beans» habe denselben Gesundheitseffekt wie das Essen einer Portion Gemüse oder Früchte.

Die *British Dietetic Association* (BDA) arbeitete mit Heinz zusammen, um die Gesundheitsziele der Kampagne «fünf Portionen Früchte und Gemüse täglich» (Take five a day) zu popularisieren.

Frische, gefrorene, eingedoste, getrocknete oder zu Saft verarbeitete Produkte: sie alle zählen gemäss BDA zu den angestrebten fünf Portionen täglich.

Logo

Gemäss dem BDA hat Heinz ein Logo entworfen, um auf rund 70 Produkten die Konsumenten zu informieren, wie viele der besagten Portionen in einer Packung enthalten sind. Die Kampagne, welche am 18. April begann,

hat die volle Unterstützung des BDA, welche unterstrich, dass der Konsum von einer oder zwei Gemüseportionen aus der Dose ein praktischer Weg sei, um das «five a day»-Ziel zu erreichen.

Lucie Daniels, die Präsidentin der BDA, sagte beim Kampagnenstart: «Die Leute in Grossbritannien essen durchschnittlich nur drei Portionen Früchte und Gemüse täglich. Und das ist einfach nicht genug.»

Kein Kompromiss

Wie das BDA offiziell erklärte, berührt die Zusammenarbeit mit Heinz ihre Unabhängigkeit nicht. Es seien auch keine Kompromisse eingegangen worden. Das eingenommene Geld werde genutzt, um Ausbildungsunterlagen zu finanzieren.

Pasta-Proteste

Ein Proteststurm in Italien, ausgelöst von den Frisch-Pasta-Herstellern und den italienischen Medien, zwingt Italien, sich von einer EU-Regelung zu distanzieren, welche besagte, als Frisch-Pasta dürfen auch Produkte mit einer Haltbarkeit über 5 Tagen bezeichnet werden. Dies entgegen der italienischen Tradition.

Die Kontroverse brach aus, nachdem Italien die EU-Standards akzeptierte und daran ging, die eigenen Gesetze entsprechend zu modifizieren. Doch die Proteste führten dazu, dass die Vorschriften entsprechend korrigiert wurden, sodass die geliebte «Pasta fresca» in Italien auch frisch bleiben wird. Die Italiener behaupten, dass sonst die gewünschte Qualität – verkauft im Bulk, frisch und ohne Verpackung – und dadurch mit einem speziellen Geschmack – aus dem Markt verschwinden würde.

Die EU-Vorschrift würde es erlauben, verpackte Massenware mit irgendwelchen Zusätzen aus Industrieproduktionen als frisch zu verkaufen und dadurch hunderte kleiner Frisch-Pasta-Hersteller aus dem Markt zu werfen.

United Milk vor der Einweihung einer neuen Molkerei

Der gegenwärtige Kollaps der britischen Milchpreise unterstreicht die Bedeutung der eigenen Prozesskapazität der Milchfarmer. Dies ist die Meinung von Don Morris, dem CEO von *United Milk*.

United Milk ist im Begriff, in Westbury eine neue Molkerei mit einer 800-Mio.-Liter-Kapazität für Butter und Magermilchpulver in Betrieb zu nehmen.

United Milk kündigte für April einen Milchpreis von 13.4 Pence/Liter (30.8 Rp.) an, was dem Preis entspricht, den sie auch von anderen Milchkäufern nach Abzug der Saison- und Transportkostenabzüge erwartet.

Die britischen Farmer sind seit jeher schlechte Verkäufer, wie Morris sagt. *United Milk* gehört den Farmern und ist auch von diesen kontrolliert. Der Westbury-Molkerei primäre Funktion ist die «Produktion von hochwertigen Ingredienzien für die Nahrungsmittelindustrie in Grossbritannien und in Übersee, doch wird sie bei Bedarf leider auch die Kapazität haben, grosse Milchmengen zu Butter und Magermilchpulver zu verarbeiten».

Morris meint, dass die erste Milch im Mai in die Westbury-Molkerei fliesen wird, und dass 60% der Kapazität im Juli und 100% im Herbst genutzt werden kann.

US-Konsumenten klagen gegen Quorn

Eine US-Konsumentengruppe hat beim FTC, der *Federal Trade Commission* Klage gegen das Fleischsubstitut Quorn eingereicht.

Das *Center for Science in the Public Interest* (CSPI) glaubt, Quorn sei ein Fall von irreführender Etikettierung. Auf der Packung stehe, das Produkt stamme von Hutzpilzen («mushroom based»), während dem das Produkt ein Eiweisskonzentrat sei, das aus submersen Kulturen von niederen Pilzen gewonnen wird («fungal based»).

Quorn, das in Europa erfolgreich vermarktet wird, erhielt erst kürzlich die Zulassung der FTC und soll in den USA mit einer 7,98 Mio. € teuren Anzeigenkampagne eingeführt werden. In Europa ist Quorn heute eine 150-Mio.-\$-Marke. CSPI behauptet auch, das Produkt sei nicht auf Allergien getestet.

David Wilson, der Vizepräsident und General Manager von Quorn Foods antwortete mit Enttäuschung auf die Beschwerde und meinte, das CSPI hätte Quorn als grossen Köder in der Märzangabe verwendet und dass auf der Packung von Quorn mit einem Stern markiert stehe, das Mikroprotein sei «mushroom in origin», also pilzlicher Herkunft.

Bei diesen Eurofood Informationen handelt es sich um einen aus dem Englischen übersetzten Auszug aus dem 14täglichen erscheinenden Eurofood Report von Agra Europe. Möchten Sie den Eurofood Report näher kennenlernen, benutzen Sie bitte die Karte auf dem Deckblatt, oder fragen Sie die Redaktion.