



Seafood+Technik Neuheiten 2013

Die weltgrößte Seafood-Messe European Seafood Exposition (ESE) und die ihr angeschlossene Technikausstellung Seafood Processing Europe (SPE) setzten auch 2013 Maßstäbe. Rund 25.000 Besucher informierten sich bei etwa 1.600 Ausstellern über aktuelle Entwicklungen bei Rohwaren und Fertigprodukten, über technische Neuheiten und Trends. FischMagazin war für Sie vor Ort.

Ausweitung des Feinkost-Sortiments

Die **Ristic AG** hat sich nicht nur als Importeur von Meeresfrüchten in Deutschland und im zunehmend auch im europäischen Ausland einen Namen gemacht (30% seines Umsatzes erzielt das Unternehmen bereits auf internationalen Märkten), sondern bietet heute auch ein umfangreiches Sortiment an veredelten Produkten vom Grill-Spieß bis zum Fertiggericht. In Brüssel

stellte Ristic einige neue Erzeugnisse vor, über deren Produktion jedoch erst nach Gesprächen mit potentiellen Kunden aus den Bereichen LEH, Cash & Carry und Catering entschieden wird, wie Ristic-Vertriebsleiter Stefan Eßmann mitteilte. Ristic sei immer bereit, neue Produktideen gemeinsam mit den Kunden zu entwickeln und umzusetzen. Das gelte nicht nur für die Rezepturen und Zusammensetzungen, sondern auch für die gewünschten Größen und Verpackungen. Die in Brüssel vorge-

stellten neuen Produkte sind ausnahmslos im Segment Feinkost angesiedelt. Gerade in diesem Bereich unternimmt das Unternehmen große Anstrengungen, um die wertigen Rohwaren, hauptsächlich Garnelen aus Wildfängen und nachhaltiger oder Bio-Aquakultur, höher zu veredeln und besser zu nutzen.

Auf Interesse stießen zum Beispiel die Zubereitungsvarianten mit Garnelen (L. vannamei), zu denen Garnelen mit Dill und

Wer nach frischen, tiefgefrorenen und veredelten Seafoodprodukten aus Fischerei und Aquakultur suchte, bekam auf der ESE wie jedes Jahr viel geboten.



Kalmar-Stücke in Öl und Garnelen-Varianten. Ristic beliefert den Einzelhandel, die weiterverarbeitende Industrie und über Großhändler auch gastronomische Betriebe.

Gurke, Garnelen mit Joghurt und Orange, Garnelen in einer Cocktailsauce, in Chili-Öl mit Paprika sowie eine deftige Variante in Knoblauchöl gehörten. Hauptsächlich für den Bereich Cash & Carry hat Ristic

www.fischmagazin.de

eine „Ultrafrisch“-Serie mit Garnelen in MAP-Schale aufgelegt („Clean Label“ ohne jegliche Zusätze), die sich durch ein MHD von 7 Tagen auszeichnet. Außerdem zeigte Ristic verzehrfertige Stücke vom Lologo-Kalmar in Öl, die sich auch als Komponente für Seafoodsalate verwenden lassen.

Ristics Kompetenz im Produktbereich Garnelen ist allgemein anerkannt. Das Unternehmen managt bereits die größte Bio-Shrimpsfarm in Costa Rica, eine eigene Hatchery ist derzeit im Aufbau. 2012 hat Ristic etwa 1.000 t Biogarnelen (Produktgewicht!) verkauft. Produktion und Produktangebot im Bio-Bereich sollen aber noch stärker ausgebaut werden, wie Stefan Essmann versicherte.

Kaviarverkauf im Einzelhandel hat zugelegt

Desietra, der Stör- und Kaviarproduzent aus Fulda, hat ermutigende Erfolge mit dem Verkauf von Kaviar-Kleinpackungen im Retailbereich erzielt. Erste Versuche wurden im Jahr 2011 unternommen und schon damals fand das exklusive Produkt viel Zuspruch bei den Kunden. Das berichtete Jörg-Michael Zamek, der kaufmännische Direktor des Unternehmens, beim Besuch auf dem Messestand. Aufgrund der guten Nachfrage nahm der Handel das gleiche Produkt im Jahr darauf erneut ins Sortiment auf, jedoch in veränderter Verpackung.

Die 25 Gramm-Schraubdeckelgläser wurden in Klarsicht-Blister eingeschweißt, die den Blick auf das Produkt freigeben. Laut Jörg-Michael Zamek bietet diese Präsentationsform mehrere Vorteile. Das Produkt wird besser geschützt, über den Pappanschub im relativ großflächigen Blister kann man dem Endkunden mehr Informationen bieten, außerdem ist das kleine Kaviarglas wirksamer vor Diebstahl geschützt. In der Blisterverpackung wurden 2012 fast 600 kg Kaviar über den LEH abgesetzt, das entspricht rund 24.000 Kleinabpackungen. Und das in kurzer Zeit, denn der Kaviar wird lediglich im Saisongeschäft zum Jahresende von Anfang Dezember bis Silvester vom Einzelhandel angeboten.



Helena Geiger. Der Blister hat sich als Umverpackung des Kaviargläschens gut bewährt. In diesem Jahr wird den Kunden als zusätzlicher Kaufanreiz noch ein Incentive geboten.

Die bewährte Verpackung im Blister will Desietra auch in diesem Jahr beibehalten. Um das Produkt noch wertiger zu gestalten und zusätzliche Kaufanreize zu schaffen, soll der Blister diesmal ein „Incentive“ (engl. Anreiz, Bonus, Stimulus) enthalten, das sich in der Kunststoff-Umverpackung problemlos mit unterbringen lässt. Der Handel verspricht sich viel von dieser verkaufsfördernden Beigabe, weil sie das Produkt noch auffälliger und attraktiver macht. Außerdem lässt sich das Incentive nach dem Verzehr des Kaviars weiter verwenden, etwa als Tischdekoration. Als Beigabe ist ein aufklappbares Ei mit russisch anmutenden Motiven geplant, das an die berühmten Fabergé-Eier erinnert. Seine Größe ist so bemessen, dass darin das Kaviargläschen serviert werden kann.

Der Kaviar selbst („Baeriskaya“) stammt von Sibirischen Stören. Er wird nach traditioneller russischer Methode im Malosol Verfahren hergestellt (unter 4% Salz). Das Farbspektrum des mindestens 2,4 mm großen Kornes reicht von Grau-schwarz bis Schwarz-braun. Desietra hat 2012 rund 7,2 t Kaviar und 145 t Störfleischprodukte (frisch, gefroren Lebendfisch,) produziert, für dieses Jahr sind 11 t Kaviar und 220 t Störfleisch geplant. Der Störbestand in den Anlagen des Unternehmens beläuft sich mittlerweile auf 800 t, vornehmlich Acipenser baeri, aber auch Sterlet (A. ruthenus), Russische Störe (A. gueldenstaedtii) und Beluga (Huso huso). Etwa drei Viertel des Kaviars und des Störfleisches werden exportiert.

www.fischmagazin.de