

Zitrusfrüchte seien allein in Februar um 20 Prozent gestiegen, melden Branchenvertreter. Durch Schließung der polnischen Grenze sei der Import von dort komplett zum Erliegen gekommen. **Iz 10-14**

Beiersdorf baut in Mexiko und Indien

Hamburg. Um das Wachstum in Schwellenländern zu bedienen, baut der Nivea-Hersteller Beiersdorf Fabriken in Indien und Mexiko. Von Lateinamerika aus soll auch der US-Markt beliefert werden. Das bislang schwächelnde China-Geschäft steuere inzwischen positiv zum Konzern-Ebit bei, so CEO Stefan Heidenreich. **S. 14 Iz 10-14**

Carrefour erholt sich im Heimatmarkt

Boulogne-Billancourt. Der französische Handelskonzern Carrefour hat positive Zahlen für das Geschäftsjahr 2013 vorgelegt. Besonders gut entwickelte sich der viele Jahre kriselnde Heimatmarkt. Alle Sparten verzeichneten dort flächenbereinigte Zuwächse. Der Gewinn ging deutlich nach oben. **S. 10 Iz 10-14**

Rund drei Monate vor dem Start der Weltmeisterschaft in Brasilien steigt nicht nur die Vorfreude vor Ort. Multinationale Konzerne wie Fifa-Sponsor Johnson & Johnson oder Getränkemulti Coca-Cola starten ihre Kampagnen. Auch der Handel hofft auf einen satten Umsatzerfolg. Zeit sich der Faszination Fußball zu widmen – mit dem Top-Thema im Journal. **Seite 25**



FOTO: VARIO IMAGES

soll die Ware aber in den Regalen liegen, heißt es.

Während die beiden Aldi-Gesellschaften, die beim Einkauf von Bananen Hand in Hand arbeiten, bisher lediglich Bio-Ware anbieten, können Kunden beispielsweise bei Lidl schon seit Jahren auch Bio-Fair-Trade-Bananen kaufen.

Bio-Bananen mit Fair-Trade-Siegel sind Mangelware. Ihr Anteil wird von Transfair auf rund 5 Prozent geschätzt. Die Hauptmengen kommen derzeit aus Peru. **Seite 18 ff/Iz 10-14**

Aldi forciert Hygiene-Checks

Discounter fordert unangekündigte Tests bei Lieferanten

Frankfurt. Aldi Nord und Süd fordern von ihren Lieferanten, sich neuen unangekündigten Hygienetesten des Sicherheitsstandards IFS zu unterwerfen. Auch Edeka will bald mitziehen.

Mit Aldi Nord, Aldi Süd und Edeka hat das Zertifizierungsunternehmen IFS starke Partner zur Einführung eines neuen Programms zur Schnellüberprüfung von Hygienestandards bei Private-Label-Herstellern gefunden. Aldi Süd macht die Anmeldung seiner Lieferanten für die unangekündigten Tests ab April zur Voraussetzung für seine Kon-

trakte in ganz Europa. Nach Einschätzung von IFS zieht auch Edeka bald nach. Das einst vom Handel ins Leben gerufene Standardisierungsunternehmen erwartet, dass dadurch die gestiegene Zahl an individuellen Handelsaudits wieder sinken könnte. Die Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie begrüßt zwar alle Maßnahmen, die Missstände verhindern, welche die gesamte Branche in Verruf bringen. Gleichzeitig kritisiert der Verband die Kostenaufteilung für Audittierungen als „unausgewogen“. Auch die Anzahl der Audits, mit denen Hersteller „belastet“ werden, habe zugenommen. **Seite 12 itz/Iz 10-14**

Wirtschaft ringt um Mindestlohn

Anhörungen im Bundesarbeitsministerium gestartet

Berlin. Die Konsumgüterwirtschaft führt Bundesarbeitsministerin Andrea Nahles die drastischen Folgen einer nicht abgeforderten gesetzlichen Lohnuntergrenze vor Augen.

Weitere Ausnahmeregelungen sowie das Einbinden geltender Branchen- und Regionaltarifverträge – das sind die Forderungen, mit denen Branchenverbände versuchen, das Ruder beim Mindestlohn herumzureißen.

Bei Gesprächen mit Staatssekretär Thorben Albrecht haben der Handelsverband Deutschland (HDE), sowie die Arbeitnehmervereinigung Nahrung und

Genuss diese Woche die drastischen Folgen einer nicht abgeforderten Mindestlohnpolitik deutlich gemacht.

Dabei stehen der Mittelstandsschutz sowie die strukturellen Auswirkungen der geplanten allgemeinen Lohnanpassung zum Januar 2015 im Blickpunkt. HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth prognostiziert ein Ladensterben in strukturschwachen Regionen und einen Versorgungsnotstand.

Die Tarifpartner Verdi und die Gewerkschaft NGG könnten in der weiteren Diskussion das Zünglein an der Waage sein. Akzeptieren sie Sonderregelungen, könnte die Politik womöglich nachziehen. **Seiten 2,22 hkr/Iz 10-14**

Schmeckt wie selbstgemacht

HENGLEIN

TOP MARKE 2013

Lebensmittel Zeitung

www.topmarke.de

Teigwaren gekühlt

Kategorie

Lecker aufgelegt!

HENGLEIN frischer Pizzateig im praktischen XXL-Format 30 x 40 cm ist ideal für die schnelle Familien-Pizza.

30 x 40 cm

30 x 40 cm

550 g e

Auf Backpapier

Hans Henglein & Sohn GmbH, D-91183 Aalenberg, www.henglein.de

NEUE PRODUKTE

LZ 10 7. März 2014

Barilla Deutschland
Barilla**Produktbeschreibung**

Mit zwei neuen Sorten setzt „Barilla“ weitere Impulse in der Kategorie der ungekühlten Fertiggerichte. „Fusilli al Pesto“ und „Tortellini“ sind ab KW 14 im Lebensmittel-einzelhandel erhältlich.

Preis

UVP ca. 2,49 EUR

Größe und Verkaufsverpackung

Einzelpackung: 300 g
Verpackungseinheit: 9er-Tray

Einführung

National im April 2014 (Supermärkte)

Werbliche Unterstützung

Anzeigen, Fernsehspots, Internet, PR, Gewinnspiel, Verkostung, Zweifplatzierungs-Displays, Zugabe-Aktionen

Kontakt

Barilla Deutschland, Köln
<http://www.barilla.de>

Dr. August Oetker Nahrungsmittel

Dr. Oetker**Produktbeschreibung**

Die Zahl der Zwei-Personen-Haushalte wächst. Das neue „Dessert nach Art Herrencreme“ von „Dr. Oetker“ wird diesem Trend gerecht. Von nun an kommt die traditionelle Nachspeise mit feinem Vanille-Rum-Geschmack und knusprigen Schokostückchen in zwei Dessertschälchen schnell und unkompliziert auf den Tisch.

Preis

UVP ca. 0,89 EUR

Größe und Verkaufsverpackung

Einzelpackung: 62 g
Verpackungseinheit: 12 Packungen

Einführung

National im März 2014 (Super-, Verbrauchermärkte)

Werbliche Unterstützung

Anzeigen, Fernsehspots, Internet

Kontakt

Dr. August Oetker Nahrungsmittel, Bielefeld, <http://oetker.de>

Hans Henglein und Sohn
Henglein**Produktbeschreibung**

„Henglein“ liegt mit dem neuen „Frischen Strudelteig, Filo- oder Yufkatteig“ voll im Trend. Der hauchdünne frische Teig aus der Kühltheke lässt sich schnell zubereiten und heimische oder südländische Teig-Gerichte wie herzhafte Böreks oder süße Baklavas gelingen kinderleicht. Ein besonderes Plus: Der neue „Frische-Teig“ ist laktosefrei und so auch bei Laktoseintoleranz unbeschwert genießbar.

Preis

UVP von 1,39 bis 1,49 EUR

Größe und Verkaufsverpackung

Einzelpackung: 300 g
Verpackungseinheit: 7 Packungen/Karton

Einführung

National im März 2014 (C+C, SB-Warenhäuser, Super-, Verbrauchermärkte)

Werbliche Unterstützung

Beratung durch eigenen nationalen Außendienst und haus-eigene Frische-Logistik, vielfältige Promotionsmaßnahmen, Verkostung

Kontakt

Hans Henglein und Sohn, Wassermungenau
<http://www.henglein.de>

Beemster Käseerei - Cono Kaasmakers
Beemster**Produktbeschreibung**

Die kleine nord-holländische Traditionskäseerei vergrößert ihr Sortiment um „Beemster“ Orange, einen cremig-geschmeidigen Lächerkäse. Er wird aus nord-holländischer Weidemilch vom UNESCO-geschützten Beemster-Polder hergestellt, in offenen Wannen von Hand gerührt und natürlich auf Fichtenholzplanen gereift. Zum Marktstart steht schönes, orangefarbenes Werbematerial im Holland-Look für die Bedientheken bereit.

Preis

UVP von 12,90 bis 13,90 EUR pro Kilogramm

Größe und Verkaufsverpackung

Einzelpackung: Lab à 13 kg
Verpackungseinheit: 1

Einführung

Regional in Baden-Württemberg, Berlin, Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Schleswig-Holstein im Februar 2014 (Kauf-, SB-Warenhäuser, Spezialisten, Super-, Verbrauchermärkte, Marktthändler)

Werbliche UnterstützungAerzener Brot- und Kuchen
Natreen