

## Aktuelle Trends sind Standard

### HERZ KÄSE

>> Bio- und Heumilch-Produkte, Regionalität und nachhaltige Verpackungen – das sind die Schwerpunkte, die sich Herz Käse aus Altusried im Oberallgäu auf die Fahnen geschrieben hat. Und zwar nicht erst, seit diese Trends Mainstream sind, sondern: „Bei uns sind einige der aktuellen Verbrauchertrends bereits seit mehr als 180 Jahren Standard, so zum Beispiel die Verarbeitung von regionaler Heumilch. Das ist für uns keine Modeerscheinung, sondern gelebte traditionelle

Nachhaltigkeit“, heißt es klar und deutlich bei Herz. Mit dieser gelebten Philosophie treffen die Käsespezialisten immer wieder den Nerv der Zeit: Jüngstes Beispiel ist der Anfang des Jahres auf den Markt gebrachte, hochwertige Bio-Heumilch-Käse, der auch gleich nachhaltig verpackt ist. Durch den Einsatz von Papier werden bei Verpackung circa 72 Prozent Plastik eingespart, und nach dem Trennen von Folie und Papier ist die Verpackung vollständig recycelbar.



Obazda ist einer der neuen Heumilch-Protagonisten bei Herz.

Damit aber nicht genug - ab Juni kommt bei Herz der erste Obazda sowie ein Frischkäse in Heumilch-Qualität in den Markt. Tagesfrische Heumilch, beste Zutaten und die schonende Kaltherstellung sorgen beim Obazda von Herz für ein cremig-stückiges Mundgefühl und überzeugen mit ihrem herzhaft-feinen Geschmack. Da kommt Biergartenstimmung auf. Auf der Verpackung – die über die gelbe Tonne/Sack recycelt werden kann – sorgt die Holzoptik mit der Allgäuer Alpenlandschaft für die Wiedererkennung der Marke am PoS. Auf den Stülpedeckel wurde bewusst verzichtet, um Plastik einzusparen. Als Wiederverschluss kann auf die wiederverwendbaren Universaldeckel im Handel zurückgegriffen werden. „Der neue Obazda von Herz ist ein absolutes Trend-Produkt. Denn regionale Heumilch-Produkte stehen für gelebte Nachhaltigkeit. Mit unserem Obazda holt sich der Verbraucher ein Stück

bayerisches Lebensgefühl nach Hause“, sagt Ludwig Sontheim, Geschäftsführer der Käseexperten. Auch beim Frischkäse kommt nur tagesfrische Heumilch zum Einsatz und überhaupt beginnt bei Herz die Produktqualität bereits bei der Fütterung der Kühe. Diese ist an den Lauf der Jahreszeiten angepasst. Im Sommer grasen die Kühe auf grünen Weiden, in der kalten Jahreszeit dient Heu als Futtermittel. Silage ist tabu. Als weiterer Neuling reihen sich die Bio-Heumilch-Scheiben in einer nachhaltigen Kartonverpackung und in den vier Sorten Emmentaler, Butter-, Senner- und Bergkäse ins das wachsende Sortiment ein. Fortlaufend kommuniziert in Richtung Handel und Verbraucher wird natürlich auch: Hier setzen die Altusrieder Käsemacher auf Printanzeigen, Mailings, Radiospots und die Werbung via Handzettel.

>> [www.herz-kaese.de](http://www.herz-kaese.de)

... mein  henglein



▶ Einfach. Clever. Lecker.



**Einfach:** schnell zubereitet ohne Aufwand  
**Clever:** abwechslungsreich und kreativ kochen  
**Lecker:** beste Zutaten und sorgfältige Herstellung

**HENGLEIN darf in keinem Kühlregal fehlen.**

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

## Problemlöser für den heimischen Herd

### HENGLEIN

>> „Schmeckt wie selbstgemacht“ heißt der Slogan von Henglein aus dem mittelfränkischen Abenberg und entsprechend der vielen Zeit, die wir im vergangenen Jahr alle zu Hause und in der heimischen Küche verbracht haben, gehe es Henglein „prinzipiell gut“: „Wir können die Verluste aus dem GV-Bereich im LBH kompensieren und unsere Marktanteile im wachsenden LBH-Markt ausbauen. Um die Nachfrage bedienen zu können, sind wir kontinuierlich damit beschäftigt, weitere Kapazitäten zu schaffen sowie unsere Infrastruktur den Anforderungen anzupassen. So werden wir dieses Jahr neben einer neuen Lagerhalle auch zwei Produktionslinien für den Bereich Gnocchi am Standort Wassermungau in Betrieb



Klein und fein sind die Minis von Henglein. Sie sind Basis für viele kreative Kochideen.

nehmen“, fasst Geschäftsführer Eckhard Voth zusammen. Das ist aber längst nicht alles: Das auf (halb-)fertige Kartoffel- und Nudelprodukte spezialisierte Familienunternehmen will in diesem Jahr seine Listungen und die Distribution bei bestehenden Produkten weiter verdichten.

Sollte gelingen, denn Henglein liegt mit seinen Produkten voll im Trend. „Mit unseren Convenience-Produkten ist jeder in der Lage, sich in kurzer Zeit mit wenig Aufwand eine gesunde und vollwertige Mahlzeit auf den Tisch zu bringen“, so Voth. Henglein übernimmt dabei den Part der Teigherstellung und -formung – das kreative Belegen, Verfeinern und Kombinieren der weiteren Zutaten bleibt dem Verbraucher überlassen. „So bleibt das individuelle Kocherlebnis erhalten, und damit entsprechen unsere Produkte sowohl den Trends nach einer schnellen und gesunden Küche als auch dem übergreifenden Trend der Selbstoptimierung“, sagt Voth.

Deshalb geht man bei Henglein auch davon aus, dass der Trend zur schnellen Küche weiter an Fahrt gewinnt. Das Sortiment orientiert sich an den Ansprüchen der Verbraucher und sorgt zudem für Abwechslung: Im vergangenen Jahr wurden beispielsweise erfolgreich vorgeformte Mini-Seidenknödel im Handel eingeführt, die sich durch einen noch feineren

Geschmack und ihre Struktur auszeichnen und die nur noch kurz erhitzt werden müssen. Die Minis seien bei einer breiten Zielgruppe beliebt, erklärt Voth. Ebenfalls neu und erfolgreich wurde der Henglein Butterblättereig platziert, bei dem – wie es der Name verspricht – Butter das entscheidende Qualitätskriterium und der Geschmacksträger ist.

Für September hat Henglein weitere Pfeile im Köcher, und es sind – mehr wird noch nicht verraten – für September zwei neue Produktlinien mit jeweils drei Sorten geplant, die, so Voth, „den aktuellen Verbrauchertrends entsprechen“.

Natürlich rühren die fränkischen Feinkostspezialisten auch in diesem Jahr die Werbetrommel. „Bedingt durch die aktuelle Situation haben wir als Anbieter von convenienten Lösungen für die tägliche Küche unsere Onlinekooperationen im Rezeptbereich deutlich ausgebaut“, berichtet der Geschäftsführer. So werde auf der Unternehmenswebseite [www.henglein.de](http://www.henglein.de), dem Onlinerezeptportal Chefkoch.de sowie dem eigenen Instagram-Kanal „mein\_henglein“ ein breites Spektrum an Rezepten, Informationen und Gewinnspielen angeboten, „um unsere Kompetenzen vielschichtig kommunizieren zu können“.

>> [www.henglein.de](http://www.henglein.de)



**Funsch**  
seit 1936

Genuss & Präsente  
aus feinstem Edelmarzipan

- Wertvolle Handarbeit in Konditorei-Qualität
- Für alle Aktionsthemen; auch Private Label möglich
- Umfangreiches zertifiziertes BIO-Sortiment
- Auditiert nach IFS Global Markets Food

**BIO**  
Wir sind natürlich auch

**IFS**  
CDID 46329

**Funsch Marzipan GmbH**  
Karl-von-Linde-Straße 2  
D-95447 Bayreuth  
Telefon 0921/13232 Fax 0921/13014  
[www.funsch.com](http://www.funsch.com)