



GELITA

# UPTO DATE

Das Magazin für Kunden von GELITA

#30

GELITA Wellnessdrinks:

Schönheit  
tanken

# Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

Die Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung stellt eine der größten Herausforderungen der Zukunft dar. Dies ist keine abstrakte Vision, sondern konkretes Faktum. Bis zum Jahr 2030 soll der Lebensmittelbedarf um 50 Prozent steigen, bis zum Jahr 2050 wird eine Verdoppelung des Proteinbedarfs erwartet. Aus diesem Grund erhöht sich die Nachfrage nach hochwertigen Kollagenprotein-Produkten stetig – dies sind Gelatinen für Lebensmittel- und Pharma-Anwendungen, aber auch Kollagenpeptide für Produkte, die die Gesundheit fördern und Proteindefizite bei älteren Menschen und Sportlern ausgleichen. Zu der Problematik des Bevölkerungswachstums kommt hinzu, dass sich unser

Lebensstandard verbessert und wir entsprechend unsere Ernährungsgewohnheiten verändern. Wir werden immer älter und wollen bis ins hohe Alter aktiv und gesund sein. Wer das Marktpotenzial dieser Trends ausschöpfen will, braucht innovative Produkte, wie wir sie anbieten. Wir haben zum Beispiel Getränke mit Kollagenpeptiden VERISOL® (Beauty from within) oder FORTIGEL® (Gelenkschutz) angereichert und ihnen somit einen Mehrwert verliehen: Sie machen Schluck für Schluck schöner oder erhöhen die Gelenkbeweglichkeit. Aber GELITA Produkte halten nicht nur jung und fit, sie bringen auch süße Leckereien in locker-schaumige oder bissfeste Form und sorgen für den zarten Schmelz vieler Feinkost-Produkte.

Ein Thema, das uns seit einiger Zeit beschäftigt, sind die knapper werdenden Rohstoffe. Wir von GELITA verfolgen unterschiedliche Strategien, um unseren Bedarf zu sichern. Diese reichen von eigener Rohstoffsammlung über Lieferantenpartnerschaften bis hin zu Joint Ventures. Auf Synergieeffekte setzen wir auch, was unsere neu strukturierten Innovationsprozesse angeht: Der Fokus liegt noch mehr im Benefit für den Kunden, oder noch besser, im Nutzen Ihrer Kunden. Deshalb möchten wir Sie in Zukunft noch stärker in unsere Innovationsprozesse einbinden.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und einen schönen, aktiven Sommer.

## Michael Teppner

Global Vice President Marketing & Communication  
GELITA AG



Dr. Franz Josef Konert,  
Vorstandsvorsitzender GELITA AG



**Produktideen**  
Wellnessdrinks der Zukunft

<p>GELITA-Vielfalt <b>Trendprodukt</b> Protein</p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">[12]</p>	 <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">[11]</p>	<p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">[4]</p> <p>Interview „Wir setzen auf Entwicklungs- Partnerschaften.“</p>
<p>GELITA® Kollagenproteine <b>Schöne neue</b> Candy-Welt</p>	 <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">[15]</p>	 <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">[13]</p>
 <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">[8]</p>	<p>GELITA – weltweit <b>Südafrika</b></p>	<p>Kreativ <b>Soundeffects</b> So gut klingt Gelatine</p>



Intern

# An einem Strang ziehen

Alle GELITA-Mitarbeiter weltweit haben sich am internen Projekt „ONE GELITA“ beteiligt. Dessen Ziel ist es, die Mitarbeiter stärker einzubeziehen und an den Unternehmensleitlinien mitwirken zu lassen – und dadurch noch enger zu einem Unternehmen – zu „ONE GELITA“ – zusammenzuwachsen.

■ Ausgangspunkt des Projektes war die Frage: Was können wir besser machen? In Workshops an allen GELITA-Standorten weltweit erarbeiteten die Mitarbeiter ihre Ideen dazu und hielten diese auf einem Plakat fest. Als Abschluss jeder Veranstaltung wurden die Mitarbeiter zusammen mit ihrem Plakat fotografiert. Aus diesen Fotos hat das Unternehmen ein Gesamtkunstwerk geschaffen: Der Schriftzug „ONE“ steht als hinterleuchtetes Relief für jeden sichtbar im Foyer in der Unternehmenszentrale in Eberbach. Fast 600 Mit-

arbeiter sind darauf mit ihren Vorschlägen und Vorstellungen von „ONE GELITA“ abgebildet. In Zukunft will das Unternehmen jeden Standort mit großen hinterleuchteten Aufstellern und kleineren Tischvarianten von „ONE GELITA“ bestücken und damit alle Mitarbeiter weltweit daran erinnern, wie wichtig es ist, dass sie sich ins Unternehmen einbringen und dass alle an einem Strang ziehen.

# „Unser Fokus liegt auf

Trotz schwieriger Weltwirtschaftslage konnte GELITA seinen Umsatz im Jahr 2011 um 16,5 Prozent auf 510 Millionen Euro steigern. Dr. Franz Josef Konert, Vorstandsvorsitzender von GELITA, erklärt, was das Unternehmen so erfolgreich macht, welche Megatrends die Branche prägen und wieso die Rohstoffbeschaffung eine besondere Herausforderung ist.

■ Herr Dr. Konert, GELITA ist Weltmarktführer. Was unternehmen Sie, um dauerhaft die Nummer eins zu bleiben?

Wir wollen unsere Marktposition behaupten, indem wir konsequent eine klare Unternehmensstrategie verfolgen und eine Vision haben, was wir erreichen wollen. Dazu gehört vor allem unsere Wachstumsstrategie, die auf den drei Säulen Innovationen, Kundenmanagement und Unternehmensakquisitionen beruht.

In welche Richtung will GELITA zukünftig expandieren? Und wie sieht diese Expansion aus?

Zunächst geht es um eine Fokussierung auf unser Kerngeschäft, auf die Produktion von kollagenen Proteinen, was deshalb so wichtig ist, weil wir hier über bestes Know-how verfügen. Wir streben

natürlich auch ein Wachstum in allen Geschäftsfeldern der Gelatineanwendung an, wie im Pharmabereich oder in technischen Bereichen oder im Bereich der Kollagenpeptiden, wo es um Schönheit oder Mobilität geht. Extern wollen wir durch Zukäufe wachsen. Das interne Wachstum treiben wir durch eine neue Strukturierung unserer Innovationsprozesse voran.

Was beinhaltet diese Neustrukturierung der Innovationsprozesse?

Wir haben weltweit neue Prozesse eingeführt, die uns ermöglichen, die Ideen unserer Mitarbeiter schneller umzusetzen. Und zwar nicht nur auf die Produkte, sondern auf die gesamten Abläufe bezogen. Wir messen die Veränderungen und die Innovations-Quote, die wir in den letzten zwei Jahren kontinuierlich steigern konnten. Allerdings haben wir

unsere Ziele noch nicht erreicht. Es ist ein langfristiges Projekt, denn es gilt auch die Verhaltensweisen der Menschen zu verändern. Wir beziehen ebenso unsere Kunden in die Innovationsprozess ein und setzen auf Entwicklungs-Partnerschaften, um unsere Produkte kontinuierlich zu verbessern.

„Wir beziehen unsere Kunden in unseren Innovationsprozess ein.“

China gilt als der Wachstumsmarkt schlechthin. Welches Potenzial steckt für GELITA in diesem Markt? Und welche Herausforderung?

Chinas Markt mit seinen zweistelligen Zuwachsraten ist eine wichtige Säule für

# f 'Made by GELITA.'



„Wir forcieren  
den Know-how-  
Transfer.“

Dr. Franz Josef Konert,  
Vorstandsvorsitzender von GELITA



uns. Aktuell haben wir einen Standort in Nordchina, zwei Standorte in Südchina sowie ein Verkaufsbüro in Shanghai. Der interkulturelle Austausch ist natürlich eine große Herausforderung. Wir schulen unsere Mitarbeiter, um sie mit der chinesischen Kultur vertraut zu machen. Wir forcieren aber auch den Know-how-Transfer und investieren viel in die Weiterbildung unserer chinesischen Ingenieure, denn wir wollen diese Werke von Chinesen führen lassen.

**Welche anderen neuen Märkte bieten vielversprechende Chancen für GELITA?** Asien, Indien und Vietnam haben ein großes Potenzial. Und wir glauben, dass auch Afrika im nächsten Jahrzehnt einige Chancen bieten wird.

**Welche Megatrends sind absehbar?**

Für unser Unternehmen sind sechs Megatrends relevant. Allen voran, das Wachstum der Weltbevölkerung und der damit einhergehende erhöhte Proteinbedarf. Dann die demographische Entwicklung. Da die Menschen immer älter werden, brauchen sie auch länger Proteine. Und, das ist der dritte Megatrend, die Menschen arbeiten länger. Deshalb müssen wir als Arbeitgeber Voraussetzungen schaffen, die ältere Mitarbeiter berücksichtigen. Ein weiterer Aspekt ist der Wellness- und Fitness-Trend. Die Menschen wollen gesund älter werden. Hier sind Produkte gefragt, die den Wunsch nach

Schönheit und Mobilität unterstützen. Der fünfte Megatrend ist die Entwicklung in den BRIC-Staaten Brasilien, Russland, Indien und China. Wir sind in Brasilien schon seit Jahrzehnten gut vertreten, in China mittlerweile auch. Aber der Aufbau eines Werkes in einem neuen Land ist für einen Mittelständler wie GELITA ein Kraftakt, was die Finanzierung und das Management angeht. Und schließlich ist die Konzentration auf der Lieferantenseite zu nennen. Die Lieferanten schließen sich zu globalen Großunternehmen zusammen. Sich gegen diese Verkaufsmacht zu behaupten, ist eine große Herausforderung.

**Womit wir bei der Rohstoffbeschaffung wären. Wie kommt es, dass diese zunehmend schwieriger wird?**

Das liegt im Wesentlichen daran, dass die Schlachtnebenprodukte Lebensmittel sind und in vielen Ländern konsumiert werden. In Mexiko werden aus Schweineschwarten Chips gemacht. In China sind Schweinefuß und -haut eine Delikatesse. Insofern konkurrieren wir mit den Lebensmittelmärkten. Ein weiterer Rohstoff ist der aus Rinderhaut gewonnene Rinderspalt. Wir benötigen die mittlere Lage für unsere Produkte. Hier stehen wir in Konkurrenz mit der Automobil- und Modeindustrie, da die Gerbereien die Haut oft nicht mehr spalten, sondern das Fell komplett verkaufen. So entgehen uns Unmengen von Rinderhäuten, die wir gerne verarbeiten würden, und landen in der Lederindustrie.

**„Bei den Rohstoffen konkurrieren wir mit anderen Märkten, das macht das Thema so schwierig.“**

Hinzukommt, dass die agraren Nutzflächen für Rinder oder Schweine nirgendwo zunehmen. Im Gegenteil: Durch das Bevölkerungswachstum werden Flächen in Wohn- oder Industriegebiete umgewandelt, mit der Konsequenz, dass der Bestand an Tieren nicht in dem Maße mitwachsen kann, wie er es müsste, um die Weltbevölkerung ausreichend mit Proteinen oder Fleisch zu versorgen. Ein weiterer Aspekt sind die großen Märkte

China und Russland. Wenn diese ihren Fleischbedarf nicht selbst decken können, importieren sie Schweine aus den USA und Europa und Rinder aus Südamerika. Dann ist die Schwarte weg, denn es werden nur halbe oder ganze Tiere importiert.

**Und wie sichern Sie Ihren Rohstoffbedarf?**

Wir wenden unterschiedliche Strategien an. Wir versuchen längerfristige Lieferbeziehungen und Rahmenlieferverträge mit den Lieferanten aufzubauen bis hin zu Joint Ventures in China. In Europa haben wir ein Sammelsystem, das wir selbst auch betreiben. In Deutschland geht unsere Logistik direkt zu den Schlachtereien und holt die Rohware ab. Im Wesentlichen versuchen wir die Rohstoffsicherheit über Partnerschaften mit Vorlieferanten bis hin zu Gemeinschaftsunternehmen zu garantieren. Nebenbei arbeiten wir daran neue Rohstoffe, wie Huhn oder Fisch, zu bewerten, um neue Proteinquellen für uns zu erschließen.

**Viele Innovationen entwickelt GELITA am Hauptsitz in Deutschland. Welche Rolle spielt dieses „made“ oder besser „engineered in Germany“ in anderen Ländern?**

Wir müssen vor allem Qualitäts- und Sicherungsprozesse in den Fabriken weltweit implementieren, die unseren sehr hohen deutschen Standards entsprechen. Denn wir wollen gewährleisten, dass die Qualität, für die GELITA als Marke steht, auch an jedem Standort weltweit hergestellt wird. „Made by“ im Sinne von „made nach den Prozessen“, die wir etabliert haben, ist die wichtige Voraussetzung. Unser Fokus liegt auf „Made by GELITA“ und nicht auf „Made in Germany“.

Was die Innovationen angeht, so haben wir drei Entwicklungszentren, das größte befindet sich in Eberbach, die beiden anderen in Süd- und Nordamerika. Und wir werden sicherlich auch in China ein Innovationszentrum aufbauen, um Innovationen gemäß der lokalen Anforderungen vorantreiben zu können. Denn die Anforderungen in Süd- und Nordamerika oder China sind zwar nicht generell, aber in gewissen Teilbereichen

anders. Wer in Südamerika Fruchtgummi herstellt, benötigt dafür eine andere Gelatine, weil die Luftfeuchtigkeit anders als in Europa ist. Insofern müssen wir auch Know-how vor Ort etablieren.

**Wie wichtig ist für GELITA als globales Unternehmen die Präsenz vor Ort?**

Wir produzieren dort, wo die Rohstoffe sind. In Mexiko oder Südamerika finden wir entsprechende Rohstoffkonzentrationen und Strukturen vor. Wir brauchen Schlachthöfe, einen Bestand an Tieren und Strukturen. Um ein Beispiel zu nennen: Es gibt in Vietnam 35 Millionen lebende Schweine, aber bisher macht es keinen Sinn, dort ein Gelatine-Werk aufzubauen, weil die Strukturen nicht vorhanden sind. Die Tiere werden oft bei 30 °C geschlachtet, mit dem Moped transportiert und auf kleinen Märkten verkauft.

Natürlich hat die Nähe zum Kunden ebenso Priorität, deshalb sind unser Vertrieb und Service global aufgestellt. Wir arbeiten für weltweit agierende oder

lokale Großunternehmen. Die Kunden erwarten von GELITA globale Strukturen, einen Vertrieb vor Ort und einen Kundendienst, der Probleme direkt an den Maschinen lösen kann.

**Was ist Ihr Ausgleich zu Ihrem herausfordernden Job?**

Das ist sicherlich meine Familie. Ich habe eine kleine Tochter und zwei erwachsene Kinder. Außerdem mache ich viel Sport. Ich nutze unser eigenes Fitness-Studio, spiele Tennis und fahre Ski.

**Unterstützen Sie Ihre Fitness und Ihr Wohlbefinden auch gezielt mit GELITA® Kollagenproteinen?**

Ich bin ein täglich konsumierender Fan von CH-Alpha, weil ich nach einem sehr anstrengenden Tennisspiel oder einem langen Lauf durchaus das ein oder andere Zwicken verspüre. Seit ich täglich eine Ampulle CH-Alpha nehme, ist das weitestgehend verschwunden. Und wenn ich ab und zu koche, nutze ich gern unsere Blattgelatine.



Dr. Franz Josef Konert, Vorstandsvorsitzender von GELITA

„Produkte, die den Wunsch nach Schönheit und Mobilität unterstützen, sind gefragt.“





Feine Aufstriche und cremige Desserts

Leckere  
Verführung

# Schöne, neue Candy-Welt

## GELITA® Kollagenproteine – wie geschaffen für Produktideen

Die technologischen Vorteile der GELITA® Kollagenproteine erlauben es, von locker-schaumigen Marshmallows bis zu bissfesten Meringues schmackhafte Leckereien zu gestalten. Auch Feinkost-Hersteller werden weich, sobald sie den zarten Schmelz neuer Frischkäse-Spezialitäten testen, die sich mit Gelatineprodukten von GELITA herstellen lassen.

■ Sie heißen rosa Ferkel, blauer Schlumpf oder süßer Speck und bringen nicht nur Kinderaugen zum Leuchten. Die lustigen Figuren aus dem Süßwaren-Sortiment können auch jede andere Gestalt annehmen – denn dafür gibt es GELITA® Kollagenproteine. Ihnen gelingt es, sich in Form, Farbe und Konsistenz genau auf die jeweilige Anwendung hin auszurichten, was äußerst anregend wirkt, wenn es um die Entwicklung neuer Produktideen geht. Süße Träume gehen mit GELITA® Kollagenproteinen in Erfüllung, denn sie passen sich den Wünschen der Hersteller und dem Geschmack der Verbraucher an. Ihre hervorragenden technologischen Eigenschaften wie die Bildung thermoreversibler Gele, machen sie als Zutat unverzichtbar und universell einsetzbar: Liegt der Fruchtgummi-Tiger auf der Zunge, passt er sich sofort der Mundtemperatur an. Wann die Süßigkeiten ihren Schmelz- oder Erstarrungspunkt erreichen sollen, kann exakt festgelegt werden. Je höher der Bloomwert, desto schneller härtet die schmackhafte Masse.

### Fein, fluffig, farbenfroh

Liegen bei Naschkatzen eher die Schaumkonfekt-Mäuse im Trend? Dann wird's mit GELITA® Gelatinen und deren perfekten Aufschlageigenschaften besonders weich, leicht und formstabil. Was macht die GELITA® Kollagenproteine so ge-

schmeidig? Sie setzen die Oberflächenspannung des Wassers herab und binden die Wassermoleküle an sich. Es entsteht eine feine, glatte Oberfläche und die Lebensmittel schmecken so cremig, als ob sie Fett enthielten. Dies eröffnet neue Möglichkeiten der Produktzusammensetzung und Fettreduktion – auch für vollmundig schmeckende Milchprodukte. Als milde, streichzarte Frischkäse-Variationen in Vollfett- oder Light-Version kommen sie bei immer mehr Endverbrauchern gut an – und täglich auf den Tisch.

### Die Mischung macht's

Im Mix mit anderen Zutaten entfalten GELITA® Kollagenproteine ihre ganze Kraft: Sie lösen sich durch ihre feine Körnung perfekt auf, halten alle Inhaltsstoffe zusammen und bleiben geschmacksneutral. Ob kalt angerührt oder warm gekocht, spielt dabei keine Rolle. Als natürliche Emulgatoren gelingt es ihnen, stabile Öl-in-Wasser-Verbindungen herzustellen: Süßwaren und andere Produkte bleiben länger haltbar. Es sei denn, der Verbraucher kann der genussvollen Verführung nicht widerstehen ...

**WEITERE INFORMATIONEN:**  
Eberhard Dick  
Telefon +49(0)6271 842554  
[eberhard.dick@gelita.com](mailto:eberhard.dick@gelita.com)



Bunte Vielfalt

### Überzeugend: GELITA® Kollagen- proteine

- Selbst wählbarer Erstarrungs- und Schmelzpunkt
- Hochauflösend in kalten und warmen Produkten
- Homogene Emulsionen, lange Haltbarkeit
- Angenehmes Mundgefühl, perfekte Texturen
- Naturreines Markenprodukt, Clean Label (keine E-Nummern), nicht allergen

# Gelatine mit Reinheitsgebot

Gelatine ohne Gesundheitsrisiko – bei GELITA steht weltweit die Lebensmittelsicherheit an oberster Stelle. Das Unternehmen erfüllt freiwillig ein strenges Qualitätssicherungs-System, das weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausreicht.



Das wäre in einem GELITA-Werk nicht passiert: Anfang April fanden die Behörden in China bei mehreren chinesischstämmigen Gelatine-Herstellern Krebs erregende Chromreste in Speisegelatine. Sie gelangten durch die Lieferkette in eingedickten Joghurt, Fruchtgelee und pharmazeutische Kapseln. Die Produzenten hatten es mit der Volksgesundheit nicht so genau genommen und statt lebensmitteltauglicher Gelatine deren technische Variante, die gegerbte Lederreste enthält, ausgeliefert. 43 betroffene Fabriken mussten umgehend schließen. Teilweise verfügten sie noch nicht einmal über eine Ausrüstung zur Überprüfung des Chromgehalts.

## Alles unter Kontrolle

Dort, wo Kontrollmechanismen wenig verlässlich arbeiten, wie der Skandal in China zeigt, kommt es besonders auf die

Eigenverantwortung der Betriebe an. GELITA als global tätiges Unternehmen handelt hier in doppelter Hinsicht verantwortlich. Es erfüllt sowohl die Anforderungen an internationale und nationale Ländergesetze als auch die eigenen Ansprüche an Produktsicherheit und gesunde, bekömmliche Zusammensetzung. Die chinesischen GELITA-Werke in Cangnan und Liaoyuan, geben dafür das beste Beispiel ab. Bevor die Gelatine das eigene Haus verlässt, muss sichergestellt sein, dass sie sich für die Weiterverarbeitung in Lebensmitteln und pharmazeutischen Produkten eignet. Das geschieht bei GELITA durch strenge Rohmaterial-Selektion, die Überwachung des Produktionsablaufs und prozessorientierte Kontrollen, die verhindern, dass Schadstoffe in die menschliche Nahrungskette gelangen. Tests auf Chrom und andere Schwermetalle gehören selbstverständlich auch dazu. Den erhöhten Qualitäts-Sicherheitsstandard

gibt es bei GELITA mit Brief und Siegel: durch die Zertifizierung nach ISO-Norm 9001 und zusätzlich nach FSSC 22000 (Food Safety System Certification). Das von der international anerkannten GFSI-Initiative abgenommene, letztere Zertifizierungsverfahren fordert höchste Lebensmittelsicherheit ein. Es gilt für tierische und pflanzliche Lebensmittel mit langer Haltbarkeit und umfasst die gesamte Herstellungs- und Lieferkette einer global vernetzten Produktion. Zusammen mit ISO 9001 ergänzen sich die Verfahren perfekt in ihrer Kontrollfunktion – bis hin zum positiven Kundenfeedback.



# Schönheit tanken

Kann man sich gesund und schön trinken? Man kann! Mit innovativen Beauty- und Gesundheitsdrinks, die Kollagenproteine von GELITA enthalten. Sie sorgen für jugendliches Aussehen und stärken Knochen wie Gelenke. Vielleicht schon bald in Ihren Produkten...

GELITA geht mit positivem Beispiel voran: Die auf der Fitnessmesse FIBO und der InCosmetics vorgestellten GELITA Produktmuster zeigten, wie die Wellnessdrinks der Zukunft schmecken und aussehen können. Sie enthalten viel Wasser zur optimalen Flüssigkeitsaufnahme, erfrischende Aromen und stärkende Kollagenproteine. „CollagenWater™“ heißt die Getränke-Komposition, die den perfekten Teint fördert und den Blick in den Spiegel belohnt. Schluck für Schluck baut sich die Schönheit von innen auf, stärkt Nägel und strafft die Haut. Die Tiefenwirkung geht so weit, dass sich der natürliche Alterungsprozess des Bindegewebes verlangsamt. In der Geschmacksrichtung Litschi liegt das Getränk genau im Trend exotischer Früchte. Die Verjüngungskur durch Beauty-Drinks gelingt dank

VERISOL® Kollagenproteinen, die speziell fürs gute Aussehen entwickelt wurden – und der Körper lebt auf.

## Knochenjob, leicht gemacht

Wie leicht kann ein gesundheitsförderndes Sportgetränk sein, ohne beim Training zu belasten? GELITA hat es ausprobiert und die Getränke-Kreation „MobilityWater“ entwickelt. Das leckere Kraftwasser enthält FORTIGEL® Kollagenproteine, die nachweislich das Gelenkknorpelwachstum fördern und dem alters- und belastungsbedingten Gelenkverschleiß entgegenwirken. Fitnesserprobte, aktive Menschen oder die Alters-

gruppe 55+ mit ihren typischen Gelenksbeschwerden profitieren von der Kraft des Gelatineproduktes. FORTIGEL® setzt bei den Schwachstellen des Körpers an, regeneriert Knochen, Knorpel, Bänder, Sehnen und Gewebe. Als sofort löslicher Zusatz in Sport- oder Wohlgefühlgetränken trägt es auch in anderen Getränkemischungen zur Festigung des Bewegungsapparates bei. In der Geschmacksrichtung „Green Lemon“ wohl-schmeckend und angenehm auf der Zunge. Welches Aroma hätten Sie denn gern?

### WEITERE INFORMATIONEN:

Dr. Stephan Hausmanns  
Telefon +49 (0) 6271 842109  
[stephan.hausmanns@gelita.com](mailto:stephan.hausmanns@gelita.com)



Durst auf neue Fitnessgetränke!



# Trendprodukt Protein

## Bereichern, ohne zu belasten



Der Siegeszug eiweißhaltiger Nahrungsergänzungs-Produkte lässt sich nicht mehr aufhalten – so der Mega-Trend für die nächsten Jahre. GELITA® Kollagenproteine liefern die gesunde Basis für steigendes Körperbewusstsein und unterstützen das Vorhaben, so lange wie möglich attraktiv und aktiv zu bleiben.

Ein schöner Body zieht nicht nur die Blicke auf sich. In ihm drücken sich Lebensfreude und ein gutes Körpergefühl aus. Das wird auch immer mehr Konsumenten bewusst und sie achten darauf, ihre Figur zu straffen. Mit gezieltem Training und veränderten Essgewohnheiten versuchen sie, ihr Ziel zu erreichen. Bei der Vorstellung der neuesten Gesundheitstrends auf der IFT Wellness 2012 in Chicago standen diese Wünsche der Verbraucher im Focus. Kalorien zählen ist out. Vielmehr legen die Konsumenten Wert darauf, lästige Pölsterchen, also Körperfett, in muskuläres Gewebe umzuwandeln. Dass dies mit Hilfe von Proteinen gelingen kann, wissen schon vier von zehn Ameri-

kanern, wie eine Studie des International Food Council (IFIC) 2011 feststellte. Sie versuchen dementsprechend, mehr eiweißhaltige Nahrung auf ihrem Speiseplan zu berücksichtigen.

### Bodystyling statt Bodybuilding

Hersteller von Lebens- und Nahrungsergänzungsmitteln dürfen sich über das in der Bevölkerung schon so weit verankerte Wissen freuen. Es bedeutet das „Go!“ für neue, proteinangereicherte Produktkreationen. Einzige Einschränkung: Ganz ohne Sport wird der Verbraucher seine Figur nicht formen und den Muskeltonus nicht stärken können. Viele Lebensmittel

zielen deshalb auf die Fitness ab: Riegel, Smoothies oder Sportgetränke. Light-Produkte wie etwa Frischkäse-Zubereitungen oder andere Schlankmacher bauen auf den schnellen Sättigungseffekt der Proteine. Auf diesen fruchtbaren Boden fällt das hochwertige Angebot der GELITA® Kollagenproteine. Sie eignen sich hervorragend dazu, flüssigen oder festen Nahrungsmitteln natürliche Proteine zuzuführen. Perfekt: PEPTIPLUS® Kollagenproteine bereichern, aber belasten den Körper nicht. In ihnen steckt die ganze Kraft der Fettverbrennung, die sich durch sportliche Aktivitäten noch besser entfalten kann – Bodystyling auf ganzer Linie.

# Wackelpudding mit Soundeffects

GELITA® Produkte zaubern die schönsten Gelatine-Kreationen zum Essen – wie wäre es, sie zum Spielen und Musik machen zu benutzen?

Pariser Industrial-Design-Studenten ließen sich von buntem Wackelpudding inspirieren und brachten ihn zum Klingen. Sie entwickelten einen Experimentierkasten mit Gussformen für die gellierende Masse – zum selbst Anrühren und Gießen. Mit farbigen Zusätzen aufgemischt, ergeben sich nach dem Aushärten hübsche Spitzkegel, gestufte Pyramiden und andere dekorative Elemente. Stellt der Spieler sie auf eine Sound-Platte, reagieren die Pudding-Gebilde auf Berührung mit unterschiedlichen digitalen Geräuschen. Stärkeres Pressen erzeugt andere Effekte als sanftes Darüber-Streichen oder Mit-dem-Finger-Klopfen. Auch durch den Farbzusatz und Salzgehalt kann der Spieler die Geleemusik steuern. Dahinter steckt ein kluger Prozessor und eine Open-Source-Software, die kinetischer Energie musikalisches Gehör verleiht. Das ursprünglich mit Agar Agar auf pflanzlicher Basis ausgestattete Paket dürfte auch mit GELITA® Instant-gelatine funktionieren und ihr ganz neue Töne entlocken. Sind Sie bereit für Experimente?



Fleisch- und Wurstwaren



Protein-Pulver



Milchspeisen



Diät-Getränke



Aus der Pariser  
Designschmiede  
L'ENSCI – Les Ateliers,  
entworfen von  
Raphaël Pluvinage und  
Marianne Cauvard.

Das „Noisy-Gelatine“-Video finden unter: [vimeo.com/38796545](https://vimeo.com/38796545). Foto Gelatine: Véronique Huygues

## Impressum

update ist eine Information der GELITA Gruppe

Herausgeber:

GELITA AG, Uferstraße 7, 69412 Eberbach, Deutschland, [www.gelita.com](http://www.gelita.com)

Redaktion:

V.i.S.d.P.: Stephan Ruhm, Marketing & Kommunikation, [stephan.ruhm@gelita.com](mailto:stephan.ruhm@gelita.com)

Michael Teppner, Leiter Marketing & Kommunikation, [michael.teppner@gelita.com](mailto:michael.teppner@gelita.com)

Tel.: +49(0)62 71 84-2190 · Fax: +49(0)62 71 84-2718

Konzept, Text & Gestaltung: srg werbeagentur ag, Mannheim

Druck: Metzgerdruck, Obrigheim

# DAVIS Gelatine reloaded

Frisches Design für bewährte Qualität: DAVIS Gelatine von GELITA sieht in ihrer neu gestalteten Hülle einfach appetitlich aus!

Die Verbraucher in Asien, Australien und Neuseeland dürfen sie jetzt auspacken und ihre Gerichte damit kreieren. DAVIS Gelatine stammt aus dem neuseeländischen GELITA-Werk und wird in 500g-, 125g- und 50g-Packungen angeboten. Die klare und geschmacksneutrale Pulvergelatine festigt herzhaftere oder feine Speisen. Einen leckeren Rezeptvorschlag für Panna Cotta liefert die Packung gleich mit.



## Termine:

Besuchen Sie GELITA und erleben Sie innovative Produkte für die Megatrends von morgen. In der zweiten Jahreshälfte sind wir u.a. auf folgenden Messen präsent:

FIPAN Sao Paulo	17. bis 20. Juli 2012
FISA Sao Paulo	18. bis 20. September 2012
SSW Las Vegas (SupplySideWest)	5. bis 9. November 2012
HIE Frankfurt (Healthy Ingredients Europe)	13. bis 15. November 2012

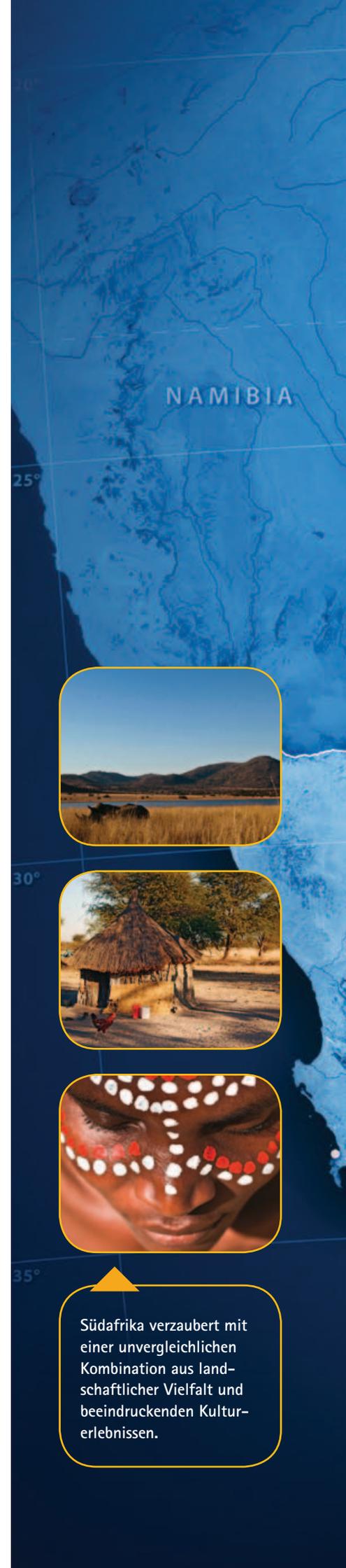
# Carbon Footprint von Gelatine und Kollagenpeptiden

Der sorgsame Umgang mit unserem Planeten ist eins der wichtigsten Themen unserer Zeit. Ob Privatpersonen oder Unternehmen – wir alle sind aufgerufen, bestmöglich die Nachhaltigkeit unseres Handelns zu verbessern.

Als Mitglied des europäischen Verbandes der Gelatinehersteller (GME) nahm GELITA an der Bestimmung der CO<sub>2</sub>-Bilanz (Carbon Footprint) der Gelatine- und Kollagenpeptid-Herstellung teil. Unter Leitung einer unabhängigen Expertenfirma wurde ein Kalkulationsmodell entwickelt um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu berechnen. Alle europäischen Werke wurden auf dieser Basis bewertet. Die Ergebnisse zeigen, dass der CO<sub>2</sub>-Ausstoß (Rohstoffbeschaffung ausgenommen) zwischen 2006 und 2010 kontinuierlich um insgesamt 4,3 Prozent verringert werden konnte. Wir sehen damit unsere Bemühungen der kontinuierlichen Verbesserung bestätigt. Als GME-Mitglied unterstützt GELITA, dass weltweit das gleiche Kalkulationsmodell angewendet werden sollte. Deshalb soll die Berechnungsmethode an alle

anderen internationalen Gelatine Verbände gegeben werden, um eine aufwändige Eigenentwicklung von eigenen – im schlimmsten Fall differierende – Kalkulationsmethoden zu vermeiden.

Innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette der Fleischerzeugenden Industrie schafft die Herstellung von Gelatine und Kollagenpeptiden einen deutlichen Wert für die Gemeinschaft als solches. Durch die Weiterveredlung der Nebenprodukte der Fleischindustrie in wertvolle Proteine, Fette und Mineralien wird die Umweltbelastung vermindert und die Wirtschaftlichkeit der Fleischerzeugenden Industrie verbessert. Fazit: Gelatine und Kollagenpeptide sind Produkte, die sich positiv auf die allgemeine Nachhaltigkeit auswirken.



Südafrika verzaubert mit einer unvergleichlichen Kombination aus landschaftlicher Vielfalt und beeindruckenden Kultur-erlebnissen.

ZIMBABWE



Moderne Produktion in einer der ältesten von Menschen bewohnten Gegenden der Welt.

GELITA-Werk in Südafrika:

Krugersdorp

**GELITA-Werk Krugersdorp**

Krugersdorp: Die Stadt mit mehr als 420.000 Einwohnern liegt in der Provinz Gauteng, etwa 40 Kilometer westlich von Johannesburg.

Mitarbeiter im GELITA-Werk: 70

Produktionsvolumen: 2000 Tonnen/Jahr

Das GELITA-Werk in Krugersdorp feierte im November 2011 sein 60-jähriges Bestehen. Es ist das einzige Gelatinewerk Südafrikas und deckt drei Viertel des Inlandbedarfs ab. Hergestellt werden sowohl Speisegelatine aus alkalischer Produktion als auch technische Gelatintypen. Als Rohstoff dienen Rinderhäute, die von Gerbereien, Schlachtbetrieben und Fleischwerken aus dem ganzen Land stammen. GELITA South Africa Pty. Ltd. bietet auch Spezialprodukte an, wie „Liquifine“, eine flüssige Gelatine für die expandierende Weinindustrie und verkauft unter anderem GELITA® Instant-Gelatine.

• Pretoria

Johannesburg

• Vereeniging

Bloemfontein

LESOTHO

Durban

## GELITA – weltweit Südafrika

Standortporträt

Südafrika ist ein unglaubliches Land. In seiner Schönheit, in seiner Vielfalt, in seinen Extremen. Über eine Million Quadratkilometer groß. Mit Landschaften, die von Wüsten bis zu Regenwäldern, von endlosen Savannen bis zu Hochgebirgslandschaften reichen – das alles angesiedelt zwischen Atlantik und Indischem Ozean mit ihren grundverschiedenen Küsten. Moderne Großstädte kontrastieren mit den anthropologischen Stätten, die als „Wiege der Menschheit“ bezeichnet werden. Wirtschaftlicher Reichtum existiert neben ländlicher Ursprünglichkeit.

Trotz mancher Spannungen im Land am Kap berichten Einheimische wie Touristen von der hohen Lebensqualität. Dazu tragen natürlich die hervorragenden Weine bei, deren Anbau und Produktion neben dem Abbau von Bodenschätzen einen starken Wirtschaftszweig ausmachen.

Die Stadt Krugersdorp, Sitz von GELITA South Africa Pty. Ltd., verdankt ihre Entstehung den Goldvorkommen in der Region um Johannesburg. Auch heute noch wird das Edelmetall hier abgebaut, daneben Mangan, Eisen, Asbest und Kalk. Ganz in der Nähe von Krugersdorp liegt die paläoanthropologische Fundstätte Kromdraai, die zusammen mit anderen Orten rund um Johannesburg als „Wiege der Menschheit“ seit 1999 zum UNESCO-Weltkulturerbe gehört. Zwei Millionen Jahre alt ist das hier gefundene Skelett. 60 Jahre alt immerhin ist das GELITA-Werk Krugersdorp. Herzlichen Glückwunsch!

GELITA FPM Ingredients.  
Improving Quality of Life.



Die neue FPM Broschüre  
können Sie unter  
[www.gelita.com](http://www.gelita.com) downloaden!

GELITA AG  
Uferstraße 7  
D-69412 Eberbach

[www.gelita.com](http://www.gelita.com)

**GELITA**  
Improving Quality of Life