

GELITA

UPTO DATE

Das Magazin für Kunden von GELITA

#32

Celebrate!
45 Jahre
GELITA Mexico

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

gleichzeitig in aller Welt präsent sein und doch nah an den Wünschen der Kunden bleiben – das ist für GELITA mehr als ein Versprechen. Auf dem zweitägigen „GELITA Symposium on Food, Health & Nutrition“ in Heidelberg durften wir dies erneut unter Beweis stellen. Dazu luden wir führende Experten zum zukunftsweisenden Thema Proteine ein und informierten über den aktuellen Stand der Forschung. Gleichzeitig konnten wir im Gespräch mit unseren Gästen und globalen Brancheninsidern mehr über die Bedürfnisse der Kunden erfahren.

Global Vice President Sales Staffan Månsson formuliert es so: „Wir brauchen 360° Rundumsicht, um erfolgreich auf Kunden- und Beschaffungsseite zu sein.“ Dabei zählt er auf seine Mitarbeiter, die lokale Kompetenz mit globalem Denken verbinden. Wie Månsson und sein Team weltweite Potenziale erschließen und die Beschaffungskosten effizienter gestalten, erfahren Sie im Interview.

Neues von GELITA MEDICAL: GELITA-CEL® Fibrillar und GELITA-CEL® X-SORB erweitern die Möglichkeiten im OP. Sicherheit, Schnelligkeit und Effizienz sind hier die alles entscheidenden Kriterien. Auf Nummer sicher geht auch der Londoner Hologramm-Hersteller Colour Holographics Ltd. Für seine innovativen holografischen Anwendungen, wie sie zum Beispiel in der Sicherheits- oder Messtechnik benötigt werden, zählt er auf die Top-Qualität der GELITA Fotogelatine. Der Trend zu gesunden Gelatineprodukten hält Einzug auf den weltweiten Märkten: Fortified Gummies heißt das ausbaufähige Erfolgsrezept der Health-and-Nutrition-Branche. Probieren Sie es selbst einmal – und gehen Sie mit uns auf Erfolgskurs!

Michael Teppner,
Global Vice President Marketing & Communication
GELITA AG



Jubiläum in Mittelamerika:
45 Jahre GELITA Mexico



GELITA – weltweit
Mexiko



Social Commitment
**UNESCO Charity
Gala**

GELITA MEDICAL mit GELITA-CEL®
Fibrillar und GELITA-CEL® X-SORB



Gelatine Applications
Holographie

Interview [3]
Staffan Månsson,
Global Vice President Sales

Unternehmens-Werte [10]
**Symposium
in Heidelberg**



A middle-aged man with short brown hair, wearing a dark blue blazer over a light blue striped shirt and dark trousers, stands on a balcony. He has his hands resting on a wooden handrail. The background consists of large windows with white horizontal blinds, through which some greenery is visible. The lighting is bright and natural, suggesting an indoor or semi-outdoor office environment.

Interview

Interview mit Staffan Månsson, Global Vice President Sales

„Wir sind mit den richtigen Produkten zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort.“

Staffan Månsson erklärt, wie sich gesellschaftliche Veränderungen auf den Konsum von Joghurt und Nachspeisen auswirken, wie Sales der Spagat zwischen Globalität und Kundennähe gelingt – und wieso seine Arbeit bei GELITA auch nach 35 Jahren immer noch interessant ist.

„Sales bildet die Brücke zwischen Kunde und Unternehmen.“

Herr Månsson, im vergangenen Jahr steigerte GELITA seinen Umsatz um 26 Prozent. Was steckt hinter diesem hohen Zuwachs?

Zunächst einmal bedeutet dieses enorme Umsatzplus leider nicht, dass GELITA auch einen entsprechend höheren Gewinn verbucht hätte. Die hohe Nachfrage nach knappen Rohstoffen verursachte im letzten Jahr einen drastischen Anstieg der Rohstoffpreise von sogar mehr als 26 Prozent. Dadurch waren wir gezwungen, unsere Preise zu erhöhen. Dies stellte unsere Kunden, wie auch uns, vor eine große Herausforderung.

GELITA Sales sieht sich als Bindeglied: Es gehört zu unseren Aufgaben, die Bedürfnisse unserer Kunden zu verstehen und sie ins Unternehmen zu tragen. Deshalb wusste GELITA natürlich auch, welche die Schwierigkeiten diese Kostenentwicklung auslösen würde und hat gegengesteuert.

„Unsere Mitarbeiter treffen lokale Entscheidungen mit globalem Know-how.“

Welche Hebel hat GELITA in Bewegung gesetzt?

Wir initiierten Programme zur Kostenreduzierung, die es uns ermöglichen, noch effizienter zu arbeiten. So nahmen wir beispielsweise die Kosten der gesamten Beschaffungskette unter die Lupe.

Wir verbesserten außerdem unsere Fette, Proteine und Mineralien, kurz FPM genannt, und erhöhten ihren Wert. Die daraus resultierenden Mehreinnahmen nutzten wir, um die Erhöhung der Rohstoffpreis abzumildern. Ohne die Kostenreduzierungen und die Erlöse unserer FPM Produkte hätten wir die Preise für unsere Produkte stärker anheben müssen.

Welche Länder zählen aktuell zu Ihren Kernmärkten?

Wir sind weltweit in allen wichtigen Märkten präsent. Obwohl wir global aufgestellt

sind, haben wir den Anspruch nah am Kunden zu sein, was einem Spagat gleichkommt. Zu unseren größten Erfolgsfaktoren zählt, dass unsere regional agierenden Mitarbeiter immer auch die weltweiten Zusammenhänge unserer Branche im Blick haben. Sie treffen lokale Entscheidungen mit globalem Know-how.

Wo liegen die Zukunftsmärkte?

Das größte Potenzial haben die BRIC-Staaten Brasilien, Russland, Indien und China. Hier finden ähnliche gesellschaftliche Veränderungen statt, wie vor vielen Jahren in den Industriestaaten. Die Menschen ziehen vom Land in die Städte. Dadurch ändern sich ihre Wünsche und ihr Konsumverhalten. Zudem steigt der Anteil der Menschen mit mittleren und hohen Einkommen und damit auch die Nachfrage nach den Produkten unserer Kunden. Was für ärmere Bevölkerungsschichten Luxusprodukte sind, wie Yoghurt oder

Nachspeisen, wird stärker nachgefragt.

Sales versteht sich als Bindeglied zwischen Kunden und Unternehmen. Wie sieht das konkret aus?

Eine der Hauptaufgaben von Sales liegt darin, die Kommunikation zwischen Kunde und Unternehmen zu fördern, deshalb stehen auch unsere Mitarbeiter kontinuierlich in Kontakt mit unseren Kunden. Aber auch innerhalb des Unternehmens tauscht sich Sales mit allen anderen Unternehmensbereichen intensiv aus.

Wir sind offen und respektvoll und bringen den Wünschen unserer Kunden viel Verständnis entgegen. Dadurch wissen wir jederzeit, was unsere Kunden von uns erwarten. Das gilt natürlich nicht nur für Sales, sondern für das gesamte Unternehmen, die Produktion, der Technische

Service, das Material Management, die Führungsebene und die direkten Ansprechpartner der Kunden.

Was sind die größten Herausforderungen für GELITA?

Die Verfügbarkeit von ethisch und ethnisch einwandfrei hergestellten Rohstoffen beschäftigt uns nach wie vor sehr. Es werden immer differenziertere Produkte nachgefragt und der Bedarf an koscheren oder Halal-Produkten steigt. Die Menschen legen heute größeren Wert auf die Herkunft und die Herstellungsverfahren der Gelatine. Kunden wie Konsumenten sind anspruchsvoller geworden.

In den Industrienationen nimmt das Durchschnittsalter kontinuierlich zu. Welche Chancen sehen Sie in dieser Veränderung?

Die Nachfrage wird vor allem für unsere Health and Nutrition Produkte steigen. Die Menschen möchten möglichst lange gesund und schön bleiben. Kollagenpeptide von GELITA helfen, die Beweglichkeit der Gelenke oder die Elastizität der Haut zu erhalten. Hier profitieren wir von dem Trend, dass sich die Menschen zunehmend präventiv selbst um ihre Gesundheit kümmern. Diese Entwicklung sehen wir vor allem auf den nordamerikanischen Märkten, wo immer mehr Vitaminprodukte und gesundheitsfördernde



Produkten verkauft werden. Für uns bedeutet das eine höhere Nachfrage nach Gelatinekapseln.

Was unternimmt GELITA, um erfolgreich zu bleiben?

Als Global Player sieht sich GELITA in der Verantwortung, die durch die demografische Entwicklung und das Bevölkerungswachstum steigende Nachfrage zu befriedigen. Deshalb investieren wir kontinuierlich in neue oder die Erweiterung bestehender Anlagen. GELITA arbeitet außerdem daran, als Kunde für die Rohstofflieferanten noch attraktiver zu sein als bisher. Gleichzeitig suchen wir nach alternativen Rohstoffen.

Wer erfolgreich sein will, benötigt eine 360° Rundum-Übersicht, wie sie ein Berggipfel bietet, er muss alles im Blick haben, die Kunden- und die Beschaffungsseite.

Da wir weltweit aktiv sind, kennen wir die Trends der Zukunft. GELITA verfügt über das Know-how, mit den richtigen Produkten zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort präsent zu sein.

Sie halten GELITA bereits seit 1978 die Treue. Was macht es für Sie so spannend, für GELITA zu arbeiten?

(lacht) Nach 35 Jahren stellt sich mir natürlich die Frage, warum ich immer noch jeden Morgen mit einem



Lächeln zur Arbeit fahre. Ich finde es nach wie vor interessant, für ein globales Unternehmen tätig zu sein. Außerdem sagen wir in unserer Branche: Gelatine haftet. Wer einmal in unserem Bereich gearbeitet hat, kommt schwer wieder davon los. So kenne ich viele der Mitarbeiter und Kunden von Anfang an. Einerseits gibt es diese Stabilität, andererseits ist unser Geschäft so komplex, dass es eine ständige Herausforderung ist, Schritt zu halten. Diese Kombination macht meine Arbeit bei GELITA jeden Tag wieder reizvoll.

Staffan Månsson fing 1978 im Bereich FPM bei GELITA in Schweden an. 1984 übernahm er die Leitung von GELITA Sales, Schweden. 2011 wurde er Global Vice President Sales und pendelt seitdem zwischen GELITA Deutschland und Schweden.

**Staffan
Månsson**

Global Vice President
Sales, GELITA AG

Vitamine zum

Gesunde Weichgummis statt Vitaminpillen. Dieses Konzept geht allein schon wegen des Geschmacks auf. Mit GELITA® Gelatine gelingen die besten Variationen der leckeren Nahrungsergänzungprodukte.

— Diese Gummibärchen sind in den USA ein Renner und überzeugen auch anderswo immer mehr gesundheitsbewusste Verbraucher: Weichgummis mit funktionalen Inhaltsstoffen auf Basis von GELITA® Gelatine. Sie enthalten wichtige Nährstoffe für den Körper in leicht konsumierbarer Form. So können sie beispielsweise mit Vitamin C, Omega-3-Fettsäuren und Probiotika angereichert werden. Die Industrie entwickelte die Bärchen ursprünglich für Kinder, die kein Obst oder Gemüse mögen, um ihnen auf diese Weise gesunde Vitamine zuzuführen. Doch auch bei anderen Konsumenten kommen die Leckereien gut an. Sie genießen lieber gesunde Weichgummis, statt Vitamintabletten zu schlucken. Gerade älteren Konsumenten fällt es so leichter, ihre Zusatzvitamine einzunehmen.

Trendprodukte kreieren

Die gesunden Weichgummis bereichern im Vorreiterland USA schon das Diät- und Gesundheits-Sortiment der Drogerie- und Supermärkte. Da die meisten Menschen ihre Nahrung sinnvoll ergänzen möchten, folgen die neuartigen Weichgummi-Produkte einem Trend, der sich weiter ausbauen lässt. Mit GELITA® Gelatine, die selbst geschmacksneutral ist, lassen sich viele neuartige Rezepturen auch ohne Zucker zusammenstellen. In welcher Form und Geschmacksrichtung die beliebten Weichgummis den Markt der

Nahrungsergänzungsmittel bereichern und welche Vitamin- und Mineralstoffkomplexe sie enthalten, bleibt den Herstellern überlassen. Rosige Zeiten für die Entwicklung innovativer Gesundheitsprodukte!



Gesunde Weichgummis

WEITERE INFORMATIONEN:

Lara Niemann
Tel. ++1 712 943 1692
lara.niemann@gelita.com

Vernaschen



Verführerisch:
gesunde Nahrungs-
ergänzung

Körper-formend:
Laser trifft auf
Gelatine



Im Hologramm wie im Original

GELITA® Fotogelatine in der Holografie

Gelatine mit 3-D-Effekt

Der Londoner Hologramm-Hersteller „Colour Holographic Ltd“ verwendet die hochauflösende Fotogelatine von GELITA für seine ultrafeine Hologramm-Platten-Beschichtung. Mit sichtbarem Ergebnis: höchste Brillanz bei industriellen oder musealen Anwendungen.

■ Gibt es eine Gelatine mit Präzision? Ja, die in der Holografie verwendete Fotogelatine von GELITA. Während es bei Fotos nur auf die Schärfe des Abbildes ankommt, erfordert die überzeugende dreidimensionale Darstellung eine extrem feine Auflösung. Für diese Tiefenwirkung setzt Colour Holographic auf GELITA® Fotogelatine, da sie eine hohe Gelfestigkeit und sehr gute Transmissionseigenschaften (Durchlässigkeit für optische Wellen) bietet. Geschäftsführer Mike Medora schätzt ihre „Reinheit und immer gleichmäßige Qualität, auf die wir bei unserem Herstellungsprozess angewiesen sind.“

Von der zweiten zur dritten Dimension

Wie funktioniert dieser Prozess, der Objekte greifbar erscheinen lässt? Ähnlich wie die Fotografie: eine Schicht, die auf einem Trägermaterial aufgebracht ist, wird belichtet und entwickelt. Colour Holographic beschichtet dazu Glasplatten mit einer Emulsion aus feinsten Silberhalogenidkristallen und Gelatine. Nun



Gelatine macht's möglich: Museumsreplikate

kommen drei Laser zum Einsatz, deren Lichtwellen die Form und Beschaffenheit des Objekts nachzeichnen. Durch die unterschiedliche Wellenstruktur des auftreffenden Lichts entsteht ein naturgetreues Abbild in der Emulsion. „Die Hologrammplatte muss eine riesige Informationsmenge aufnehmen können, was früher nur mit dichromatischer Gelatine gelang, einem Material, das nicht auf die Farbe Rot anspricht und auch wenig empfindlich auf Licht im Allgemeinen ist“, vergleicht Medora mit heute: „Unsere hochwertige Silberhalogenid-Emulsion konnte das früher verwendete dichromatische Material ersetzen – es weist eine hohe Empfindlichkeit auf und ist real panchromatisch.“ Dafür muss die Rezeptur der fotografischen Schicht bis ins Detail stimmen.

„Die Emulsion wird bei uns in einem Computer-kontrollierten Verfahren nach strengen Parametern hergestellt – so erzielen wir eine sehr hohe Auflösung und wir können die heißen blauen Wellenlängen ohne Rauschen aufnehmen“, so Medora. Durch die Gelatine von GELITA gelingt es, Silberhalogenidkristalle im Nano-Bereich herzustellen – und das spätere Hologramm wirkt besonders realistisch und detailgenau.

Holografie à la Hollywood

Einige Museen haben die Holografie schon für sich entdeckt: Sie hilft, Versicherungskosten beim Versenden von Originalen zu sparen. Oder sie erweitern ihre bestehenden Sammlungen mit holografischen Replikaten aus anderen Museen. Die Holografie findet auch unter Filmliebhabern ihre Anhänger – Moviposter

von Colours Holographics werden regelmäßig für Kino-Foyers genutzt, um aktuelle Filme zu bewerben. Beispiele dafür sind die Harry-Potter-Serien, Troy, Ocean's Eleven und die meisten Film-Bestseller der vergangenen Jahre.

Eine andere Anwendung sind Schaufenster-Displays, die Produkte bewerben. In der Auslage von Juweliersgeschäften bieten holografische Abbilder von kostbarem Schmuck oder teuren Uhren Schutz vor Diebstahl.

Das Unternehmen produziert auch Hologramme für die Industrie: hier sind es messtechnische Instrumente. In der Medizintechnik beispielsweise ein Gerät zur Glaukom-Bestimmung, das sich mit Hilfe der Holografie im kleinen Format produzieren lässt.

Zukunftsweisend

„Holografie findet heute in vielen Bereichen Verwendung. Wir glauben, sie hat eine große Zukunft, da sie oft die einzige mögliche Lösung für spezielle technische Herausforderungen ist. So haben wir schon klobige optische Linsen durch holografische Elemente ersetzt“, sagt Mike Medora. Ob in der Sicherheitstechnik als 3-D-Passbild oder der Computer-Industrie – mit den vielfältigen holografischen Anwendungen kommen auch auf Gelatine von GELITA neue Aufgaben zu.

MEHR INFORMATIONEN:
Dr. Christoph Simon
Tel. +49(0)627184-2535
christoph.simon@gelita.com



GELITA Symposium im



Zeichen der Proteine



„Proteine – zentrale Bausteine der menschlichen Ernährung“ – unter diesem Motto lud GELITA Teilnehmer führender Unternehmen der Branche zum GELITA Symposium. Sie diskutierten unter anderem, wie mit moderner Ernährung den Herausforderungen einer älter werdenden Bevölkerung begegnet werden kann.



Geselliges Get-together im Heidelberger Schloss.

80 Gäste aus Asien, Europa sowie Nord- und Südamerika kamen am 4. und 5. Juni nach Heidelberg ins historische Alte Hallenbad. Nach der Begrüßung durch GELITA Vorstandsvorsitzenden Dr. Franz Josef Konert sprachen renommierte Protein-Experten über den wichtigen Gesundheits-Baustein.

Programm mit Protein-Profis

In den Vorträgen ging es um das Thema, wie Proteine in Lebensmitteln, Nahrungsergänzungsmitteln oder Pharmazeutika die Märkte der Zukunft maßgeblich gestalten. Die Ernährungsexperten und Wissenschaftler – die US-Amerikanerin Cristiana Paul, Dr. Volker Heinz vom Deutschen Institut für Lebensmitteltechnik (DIL) und Professor Dr. Daniel König von der Universität Freiburg gaben dazu aufschlussreich Antwort. Gerard Klein Essink von Bridge2Food zeigte, wie Proteine optimal eingesetzt werden können, um unterschiedliche Ernährungsgewohnheiten zu bedienen.

Modell Kalifornien

David Sutherland, Gründer des Launch Institute in Atlanta, stellte innovative Ideen von kalifornischen Start-ups vor, die an Protein-Ernährungskonzepten arbeiten. Und die Heidelberger Bestseller-Autorin Anja Förster („Alles, außer gewöhnlich“) machte zum Abschluß Appetit auf zukunftsorientierte Unternehmensführung und Mitarbeitermotivation.

Veranstaltungsleiter Oliver Wolf: „Die Vorträge kamen sehr gut an und die Teilnehmer schätzten den Austausch mit den Kollegen aus aller Welt.“

INTERESSE AN DEN PROTEIN-THEMEN?

Ihr Ansprechpartner:

Oliver Wolf

Tel. +49(0)6271 84-2194

oliver.wolf@gelita.com

Fixiert und zugenäht!



Sie dürfen in keinem Operationssaal fehlen: GELITA-CEL® FIBRILLAR und GELITA-CEL® X-SORB. Die innovativen Produkte von GELITA MEDICAL stoppen Blutungen schnell und effektiv – und geben Ärzten mehr Handlungsspielraum bei chirurgischen Eingriffen.

— Kommt es bei der OP zu stärkeren Blutungen, sind die behandelnden Ärzte und Helfer auf rasche und kontrollierte Blutstillung angewiesen. Die Hämostatika von GELITA MEDICAL aus 100% organischer, oxidiertes Zellulose, sorgen hier sofort für Abhilfe. Ein Griff mit der Pinzette nach dem blutstillenden Material genügt – und die Operation kann schnell weitergehen. Die extrem saugfähigen Produkte eignen sich für jeden chirurgischen Eingriff und wirken antibakteriell. Ideal: Der Körper nimmt das Material gut an und baut es vollständig ab.

Das Vlies: GELITA-CEL® FIBRILLAR

Blitzschnell abziehen und auf die Wunde legen – die lagenförmige Struktur von GELITA-CEL® FIBRILLAR macht es möglich. Das Vlies passt sich exakt der Wundtiefe an und eignet sich auch hervorragend zum Abtupfen. Der Chirurg sieht

dabei jederzeit hindurch und hat sein Operationsfeld gut im Blick. Die einzelnen Fasern von GELITA-CEL® FIBRILLAR haften sicher und fest aneinander – doch nicht am Handschuh des Arztes. Nach dem Auflegen verwandelt sich das Produkt in eine gallertartige Masse und nimmt schnell die Konturen des Gewebes an.

Die Gaze: GELITA-CEL® X-SORB

Perfekt für eine flächendeckende Wundversorgung: GELITA-CEL® X-SORB. Mit seiner großen Aufnahmekapazität, der hohen Dichte und einem umfangreichen Kontaktbereich sichert es die Wunde ab. Es haftet sofort auf den offenen Stellen und behält dabei seine Flexibilität, ohne sich einzurollen oder an den Instrumenten zu kleben. So kann es jederzeit neu positioniert werden. GELITA-CEL® X-SORB kann vernäht werden.



GELITA MEDICAL-Produkte gibt es in mehr als 70 Ländern.

WEITERE INFORMATIONEN:
 Anna Bruns
 Tel. +49 (0)6271 842023
anna.bruns@gelitamedical.com
www.gelitamedical.com

Neues Info-Material

QYRA® verbessert nachweislich die Elastizität der Haut und mildert Falten. Das Beauty-Produkt für die Schönheit von innen besteht zu 100 Prozent aus dem Kollagen VERISOL®. Seit einem Jahr ist QYRA® erfolgreich auf dem deutschen Markt: Die Schönheitsdragees kommen bei den Kunden sehr gut an und das Feedback der Verwenderinnen ist durchweg positiv. GELITA Health möchte diesen Erfolg gerne teilen und sucht weltweit Partner, die QYRA® in ihrem Land vermarkten. Info-Material finden Interessenten auf www.qyra.info oder im Salesfolder: Beide Medien enthalten Ergebnisse der Marktforschung, wissenschaftliche Hintergründe und Studien sowie die verschiedenen Darreichungsformen.

Ebenso informativ: Die neue GELITA Kompakt-Broschüre, die einen kurzen Überblick über unser Unternehmen und unsere Produkte gibt. Die GELITA Kompakt-Broschüre und den QYRA® Salesfolder können Sie hier downloaden: www.gelita.com/service/downloads



GELITA sponsert UNESCO Charity Gala

40.000 Euro für notleidende Kinder – so viel spendeten Prominente und Sponsoren bei der 12. UNESCO Golf Charity „swing for kids“ im April in Heidelberg. Unter den Sponsoren: GELITA mit QYRA® – und Vertriebspartner Quiris mit CH-Alpha®. Die Gala-Veranstaltung auf Initiative von Deutschlands Charity-Lady Dr.h.c. Ute Ohoven unterstützt mit dem Erlös 300 Bildungsprojekte in

armen Ländern. Die geladenen Gäste, darunter Bro'Sis Sänger Ross Anthony, Schauspieler Marielle Ahrens, Box-Star Sven Ottke oder Fußball-Ikone Karl Allgöwer kamen gerne – oder putzten für den guten Zweck den Ball auf dem Golfplatz ein. Die Mitarbeiter von CH-Alpha® informierten die Golfspieler darüber, wie sie mit einer CH-Alpha®-Ampulle wieder fit für den nächsten

Abschlag werden und versorgte die Sportler im Golf Club Heddesheim mit dem gesunden Gelenkprotein.



Luisa Hartema, Gewinnerin Germany's next Topmodel 2012



Rechts: Marielle Ahrens, deutsche Schauspielerin



Das Ergebnis zählt:
40.000 €

GELITA – weltweit

Mexiko

Standortporträt

Quirlige Mehrmillionen-Städte, menschenleere Hochebenen, tropischer Regenwald, fulminante Vulkanlandschaften und feinsandige Traumstrände: Das Land zwischen Nord- und Südamerika und zwischen Pazifik und Atlantik beeindruckt durch seinen schier unendlichen Facettenreichtum. Und da sich das von den Maya für den 21.12.2012 vorausgesagte Weltende nicht ereignet hat, darf das wohl auch so bleiben. 200.000 verschiedene Tierspezies gibt es hier – das sind mehr als zehn Prozent aller weltweit bekannten Arten. Vielfalt herrscht auch bei den Exportgütern, wobei der größte Teil auf Industrieerzeugnisse und Erdöl entfällt. Hauptabnehmer sind mit 81 Prozent nach wie vor die USA. Mexiko ist die zehntgrößte Handelsnation der Erde und nimmt mit einem Bruttoinlandsprodukt von 1.155 Milliarden US Dollar (2011) den 14. Platz unter den größten Volkswirtschaften ein.

Drei bis vier Prozent Wachstum verzeichnete das Land in den vergangenen Jahren – der Gelatinemarkt allerdings wächst mit durchschnittlich fünf Prozent noch stärker.

Gelatine begleitet die Mexikaner buchstäblich von der Wiege bis ins hohe Alter: Sie ist Bestandteil der ersten festen Nahrung für Kleinkinder wie auch vieler Diäten für Senioren. Und sie ist traditionell das beliebteste Dessert des Landes: Zahllose Konditoren schaffen wahre Kunstwerke aus Gelatine, in Farbe und Form sind den Kreationen keine Grenzen gesetzt. Spektakulär wird es sicher auch bei der 45-Jahr-Feier von GELITA Mexico zugehen: In einer schönen Tradition feiert das Unternehmen alle fünf Jahre in großem Rahmen und nutzt diese Gelegenheit, um Kundenbeziehungen zu pflegen und zu intensivieren. Besonderes Augenmerk gilt den Festgebäuden. Nach dem Historischen Nationalmuseum, dem Great Hotel of Mexico City und dem Palast der Schönen Künste wird die Feier dieses Mal im eindrucksvollen, 1863 eröffneten Spanischen Casino in Mexico City stattfinden, einem der schönsten Gebäude der Stadt und aktuell das

beste spanische Restaurant am Platz. Dementsprechend wird es erstmals ein Gala-Dinner geben – sicher gekrönt von den zauberhaften Gelatine-Kreationen der besten Gelatine-Künstler Mexikos. Wir gratulieren!



Palacio de Bellas Artes



Lerma 

45 Años en México

GELITA



Lerma

Mexikaner lieben bunte Speisen und farbenfrohes Kunsthandwerk. Die Klippenspringer von Acapulco fordern täglich die Gefahr heraus.



GELITA MEXICO

GELITA Mexico besteht aus drei Einheiten: dem Werk Toluca, dem nahen Endproduktvertrieb in Lerma und dem Rohmateriallager in Leon.

Lage: Toluca Valley liegt etwa 60 Kilometer entfernt von Mexico City, 2750 m über dem Meeresspiegel. Leon liegt 400 km nordwestlich von Mexico City.

Mitarbeiter: 126 an den drei Standorten.

Produktionsvolumen: 6500 mt Gelatine (hauptsächlich vom Rind). Zusätzlicher Import und Vertrieb von 2000 mt Ware (aus Deutschland, Schweden, den USA und Brasilien).

Produkte: In erster Linie hochwertige Speisegelatine, daneben zahlreiche kosmetische Anwendungen.

Marktanteil von GELITA Mexico: 36 Prozent.

Qualität: Die Produktion erfüllt ISO 9000, ISO 14000 and FSSC 22000.

Firmengeschichte: 1968 Gründung von „Panamericana de Grenetina“, das Unternehmen ging 1996 in der Leiner Davis Group auf, seit 2002 gehört es zu GELITA.

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:

FISA Sao Paulo	06. bis 08. August 2013
Vitafoods Asia Hong Kong	04. bis 06. September 2013
NUCE Mailand	24. bis 26. September 2013
SSW Las Vegas	14. bis 15. November 2013
FIE Frankfurt	19. bis 21. November 2013

Impressum

uptodate ist eine Information der GELITA Gruppe

Herausgeber:
GELITA AG
Uferstraße 7
69412 Eberbach
Deutschland
www.gelita.com

Redaktion:
V.i.S.d.P: Stephan Ruhm,
Marketing & Kommunikation
stephan.ruhm@gelita.com
Michael Teppner,
Leiter Marketing & Kommunikation
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



Die neuen GELITA Broschüren können Sie unter www.gelita.com downloaden!

GELITA AG
Uferstraße 7
D-69412 Eberbach

www.gelita.com

GELITA
Improving Quality of Life