

GELITA

UPTO DATE

Das Magazin für Kunden von GELITA

#40

Produktinnovation

NOVOTEC® –
Effekt

Mehr auf Seite 6

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

neue Anlagen und neue Produkte zeigen: GELITA ist auf Wachstumskurs. Allein dieses Jahr investieren wir 56 Millionen Euro in unsere Werke. Der Löwenanteil fließt in die Erweiterung unserer Kapazitäten. Damit sind wir bestens für den stark wachsenden Markt der Kollagenpeptide gerüstet und können jederzeit in der gewohnt erstklassigen GELITA Qualität liefern. Apropos Qualität: Wussten Sie, dass die Arbeitssicherheit eine wichtige Rolle für die Produktqualität spielt? Warum das so ist und welchen Vorteil unsere Kunden von unseren hohen Ansprüchen an Arbeitssicherheit haben, erklärt German Heil, Global VP Manufacturing im Interview.



Kaum zu glauben: BODYBALANCE® und regelmäßiges Krafttraining bringen den Körper wieder in Form – und zwar sogar ohne (!) die Ernährungsgewohnheiten umzustellen. Warum wir unseren Kunden dennoch empfehlen, diesen Aspekt in ihrer Kommunikationsstrategie nicht zu berücksichtigen, lesen Sie im Artikel über Fokusgruppen.

Unsere NOVOTEC® Familie ist innerhalb kürzester Zeit auf drei Produkte angewachsen. NOVOTEC® CL800, NOVOTEC® CR800 und NOVOTEC® CB800 kühlen, schmieren, trennen, reinigen und schützen umweltfreundlicher als bisherige Mittel. Das Tolle daran ist: Die innovativen Protein-Produkte schonen sogar die Budgets der Unternehmen.

Wachsen Sie mit GELITA! In diesem Sinne wünschen wir Ihnen einen erfolgreichen Sommer.

Michael Teppner

Global VP Marketing & Communication
GELITA AG

GELITA Fokusgruppen:
Marktpotenzial
gezielt nutzen

uptodate sprach mit German Heil,
Global VP Manufacturing

NEWS [12]
Investitionen,
Arbeitssicherheit, Erfolge
und mehr



[10]

Interview [3]
„In der Individualisierung
steckt ein großer Mehrwert
für den Kunden“

GELITA „Global betrachtet“
So genießt die
Welt Kaffee [15]



[8]

Innovation
Der NOVOTEC®-
Effekt



Applications
GELITA bringt
Geigen zum Klingen



[6]

Interview

„Unser großer Vorteil: Wir können Kunden auf der ganzen Welt bedienen“

Mit 20 Produktionsstätten auf allen Kontinenten erreicht GELITA praktisch alle Märkte. German Heil, Global VP Manufacturing, erklärt im Interview, welchen Vorteil die Kunden von den Investitionen des Global Players haben, wie sie von den hohen GELITA Standards in puncto Arbeitssicherheit profitieren und warum die Kommunikation in der Produktion jetzt noch besser funktioniert.

Herr Heil, Sie sind seit August 2016 bei GELITA. Was fiel Ihnen zuerst an der Produktion auf?

Mich beeindruckt die hohe Fertigungsbreite. GELITA hat das Know-

how, um von Lebensmitteln über Pharma- bis zu Medizinprodukten alles herzustellen und kann somit ganz verschiedene Kunden und Standards bedienen. Ebenso außergewöhnlich ist die erhebliche Ferti-

gungstiefe vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt. Nicht zuletzt waren die Unternehmenskultur und der große Erfahrungsschatz der Mitarbeiter wichtige Gründe, warum es mich zu GELITA gezogen hat.

„In unseren Produkten kumuliert sich unsere gesamte Erfahrung“

Welche Schwerpunkte setzen Sie in der Produktion?

An erster Stelle steht die Arbeitssicherheit. Sie bedeutet nicht nur, dass die Mitarbeiter so gesund nach Hause gehen, wie sie zur Arbeit gekommen sind, sondern auch, dass die Prozesse sicher sind. Stabil laufende und zertifizierte Prozesse sind Voraussetzung für die hohe Qualität, für die GELITA steht. Ebenso wichtig ist für uns das Thema Operational Excellence. Darunter verstehen wir unser Streben nach optimalem Service für unsere Kunden und größtmöglicher Effektivität und Effizienz unserer eigenen Prozesse.

dem Markt beziehen können. Viele Studien bestätigen zum Beispiel die Performance unserer Kollagenpeptide. Gerade weil wir die

„Große Kunden sehen uns als starken Partner, weil wir weltweit alle Standards erfüllen“

gesamte Fertigungskette abdecken und kontinuierlich investieren, können wir Produkte von so hoher Qualität anbieten. In unseren

Alle Werksleiter und Führungskräfte treffen sich zweimal im Jahr zu großen Meetings. Neu haben wir sogenannte Drumbeat Meetings für die Regionen West, East und Europa eingeführt. In diesen zweiwöchentlichen minutiös strukturierten Webkonferenzen analysieren wir das Tagesgeschäft und konzentrieren uns auf die jeweiligen Top-Ten-Prioritäten. Wenn Sie 26 Mal im Jahr miteinander reden, ist das etwas anderes, als wenn Sie einmal im Jahr Kontakt miteinander haben. Die Kollegen lernen sich besser kennen und bekommen viel mehr vom Unternehmen und den Märkten mit. Sie wissen zum Beispiel, ob sich eine Rohstoffknappheit in Mexiko auf die USA auswirken kann. Oder wie sich die Rohstoffpreise weltweit verändern. Wir aktivieren so bisher ungenutztes Wissen.

„In der Individualisierung steckt ein großer Mehrwert für den Kunden“

Welche Rolle spielt die Digitalisierung für GELITA?

Wir beschäftigen uns intensiv mit diesem Thema. Um genau zu wissen, was die Digitalisierung für uns bedeuten kann, haben wir uns angeschaut, was Technologieführer machen, uns mit anderen Unternehmen ausgetauscht und unabhängige Institutionen besucht. Dabei haben wir festgestellt, dass die Digitalisierung uns helfen kann, unsere Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Dies geschieht durch das Managen oder Reduzieren von Komplexität und den Einsatz von ausgewählten digitalen Technologien. In einem nächsten Schritt werden wir einen Plan mit den für uns wichtigen Megatrends entwickeln. Wir werden die um digitale Informationen erweiterten Business-Cases definieren, die einen Mehrwert für GELITA bringen. Bis Ende November soll unsere Strategie stehen.

Was bedeutet das Internet der Dinge für den Kunden?

Immer mehr Unternehmen begreifen das Internet der Dinge als Chance, zusätzliche Umsätze zu generieren, durch neue Produkte oder durch neue Dienstleistungen. Sie ermöglicht größere Variantenvielfalt und kleine

Welches Thema beschäftigt Sie aktuell am meisten?

Ein Fokus liegt auf unserem globalen Manufacturing Footprint. Wann ist das richtige Timing für Kapazitätserweiterungen? Wie passen wir unsere Werks- und Technologielandschaft an die Marktgegebenheiten an? Der Bau neuer Werke und die Einführung neuer Technologie erfordern eine lange Vorlaufzeit und einen hohen Einsatz. Allein in diesem Jahr investiert GELITA weltweit über 56 Millionen Euro in neue Anlagen.

Welchen Vorteil haben die Kunden von diesen Investitionen?

GELITA stellt Produkte in einer Vielfalt und Qualität her, die Sie nirgendwo anders auf

Produkten kumuliert sich unsere gesamte Erfahrung.

Welchen Einfluss haben Ihre Kunden auf die Produktion?

Viele Kunden fordern Standards wie Halal, Koscher, FSSC 22000 oder eine Zertifizierung nach DIN ISO Normen 9001, 13485, 14001 oder 50001. Außerdem erwarten global aufgestellte Kunden, dass auch wir weltweit präsent sind und mit ihnen wachsen können.

GELITA produziert weltweit an 20 Standorten. Wie funktioniert die Kommunikation untereinander?



Stückzahlen zu vernünftigen Preisen. Die Industrie spricht auch von Massenproduktion in Losgröße eins. Auf die Spitze getrieben heißt das: Ein einzelnes Produkt lässt sich genauso effizient produzieren wie ein Serienprodukt. In dieser Individualisierung steckt ein großer Mehrwert für den Kunden.

„Wir wollen noch häufiger agieren anstatt zu reagieren“

Welche Herausforderung sehen Sie in der Zukunft?

Die Qualitätsstandards steigen immer weiter und die Volatilität der Rohstoffmärkte wird zunehmen. Wir wollen noch häufiger agieren anstatt zu reagieren und mit guten Modellen, bei denen uns die Digitalisierung helfen könnte, Entwicklungen früher als bisher antizipieren.

Eine weiteres Thema für GELITA ist der demographische Wandel in den nächsten zehn Jahren. Die Mitarbeiter halten unserem Unternehmen weltweit sehr lange die Treue. Wir planen zwar die Nachfolgen sehr früh, dennoch ist es eine Herausforderung, das Know-how der langjährigen Mitarbeiter an die nachfolgende Generation weiterzugeben.

Was reizt Sie besonders an Ihrer Aufgabe als Produktionsleiter?

Die Produktion ist ein sehr dynamisches Arbeitsfeld, das viel Gestaltungsraum bietet und das den Erfolg unmittelbar sichtbar macht. Außerdem habe ich sehr gern mit Menschen zu tun.

Wie schalten Sie von Ihrem Arbeitsalltag ab?

Ich laufe viel und spiele schlecht, aber leidenschaftlich Tennis. Ich beschäftige mich gerne mit Philosophie und bin ein Freund des römischen Philosophen Seneca. Gut entspannen kann ich auch beim Kochen. Außerdem erdet mich meine Familie, ich bin verheiratet und habe zwei Kinder von 16 und 18 Jahren.



German Heil

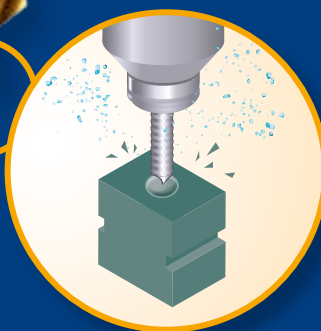
arbeitet seit August 2016 als Global VP Manufacturing für GELITA. Heil, der Maschinenbau, Fachrichtung Verfahrenstechnik, und Betriebswirtschaftslehre studiert hat, war zuvor 19 Jahre bei Unilever, CSM und Corbion beschäftigt.



Trennen und
kühlen mit
NOVOTEC® CR800



Reinigen und
schützen mit
NOVOTEC® CB800



Kühlen und
schmieren mit
NOVOTEC® CL800

NOVOTEC® CL800



NOVOTEC® CR800

NOVOTEC®-Proteine revolutionieren Industrieanwendungen

Reinigen, schmieren, trennen – verschiedenste Prozesse in Industrie und Haushalt können mithilfe von Proteinen umweltschonender und effizienter gestaltet werden. Immer mehr technische Anwendungen profitieren vom „NOVOTEC®-Effekt“.

Die Rhein-Neckar-Verkehr GmbH und die DB Regio AG Schleswig-Holstein sind schon umgestiegen: Anstelle alkalischer oder säurehaltiger Reinigungsmittel nutzen sie solche mit Proteinen, um ihre Schienenfahrzeuge zu reinigen. Dahinter steckt ein besonderer Effekt. „Er tritt auf, wenn mit speziellen Proteinen behandelte Oberflächen mit Wasser in Berührung kommen, also zum Beispiel gereinigt oder gekühlt werden“, erklärt Dr. Matthias Reihmann, Head of Global Product Management Photo/Technical bei GELITA. „Das Prinzip ist unter anderem für Reinigungsverfahren, bei der Metallbearbeitung oder für den Aluminium-Druckguss relevant“, so Reihmann weiter.

Der NOVOTEC®-Effekt

Wissenschaftler von GELITA haben festgestellt, dass sich funktionelle Proteine fest an Oberflächen wie Metall oder Glas heften und zu einem stabilen, widerstandsfähigen Film verbinden. Sobald Wasser auf die Oberfläche trifft, ziehen die Proteine die Wassermoleküle an und es entsteht eine geschlossene, hydrophile Schutzschicht. Dieses Phänomen bezeichnet man bei GELITA als „NOVOTEC®-Effekt“. Er kann dazu genutzt werden, um Oberflächen zu schützen oder trennende, schmierende und kühlende Produktionsschritte zu verbessern. Bislang haben die Experten bei GELITA Protein-Additive für drei Einsatzbereiche entwickelt: NOVOTEC® CB800 für Reinigungsmittel mit Selbstreinigungseffekt, NOVOTEC® CL800 für Kühlschmierstoffe ohne Öl und NOVOTEC® CR800 für Formtrennstoffe ohne Wachse.

Wirtschaftlich und umweltschonend reinigen

Der mikroskopisch dünne Schutzfilm, der durch Interaktion der Proteine entsteht, macht Oberflächen weitgehend schmutzabweisend. Schmutzpartikel können nicht haften, sie werden bei Kontakt mit Wasser einfach weggespült. Dieser Selbstreinigungseffekt verlängert Reinigungsintervalle ganz erheblich. Die DB Regio AG Schleswig-Holstein beispielsweise konnte ihre Reinigungszyklen von zwei Tagen auf zwei Wochen ausdehnen. Umweltbelastung und Ressourcenverbrauch wurden deutlich reduziert.

Effektiver kühlen und schmieren

In der Metallbearbeitung können funktionelle Proteine Öl oder synthetische Schmiermittel in Kühlschmierstoffen ersetzen. Durch die Bindung von Wasser kühlen sie einerseits deutlich effizienter als ölbasierte Produkte. Andererseits schützt der Proteinfilm die Oberfläche während der Bearbeitung, ohne die sonst üblichen Rückstände zu hinterlassen. Das Ergebnis sind saubere Werkstücke – bei weniger Verschleiß und bis zu 40 Prozent weniger Verbrauch an Kühlschmierstoffen. Auch Umwelt und

Mitarbeiter profitieren: NOVOTEC®-Proteine sind frei von Allergenen und lösen keine Hautirritationen aus. Ebenso sind die auftretenden Dämpfe unbedenklich.

Schnell und sauber trennen

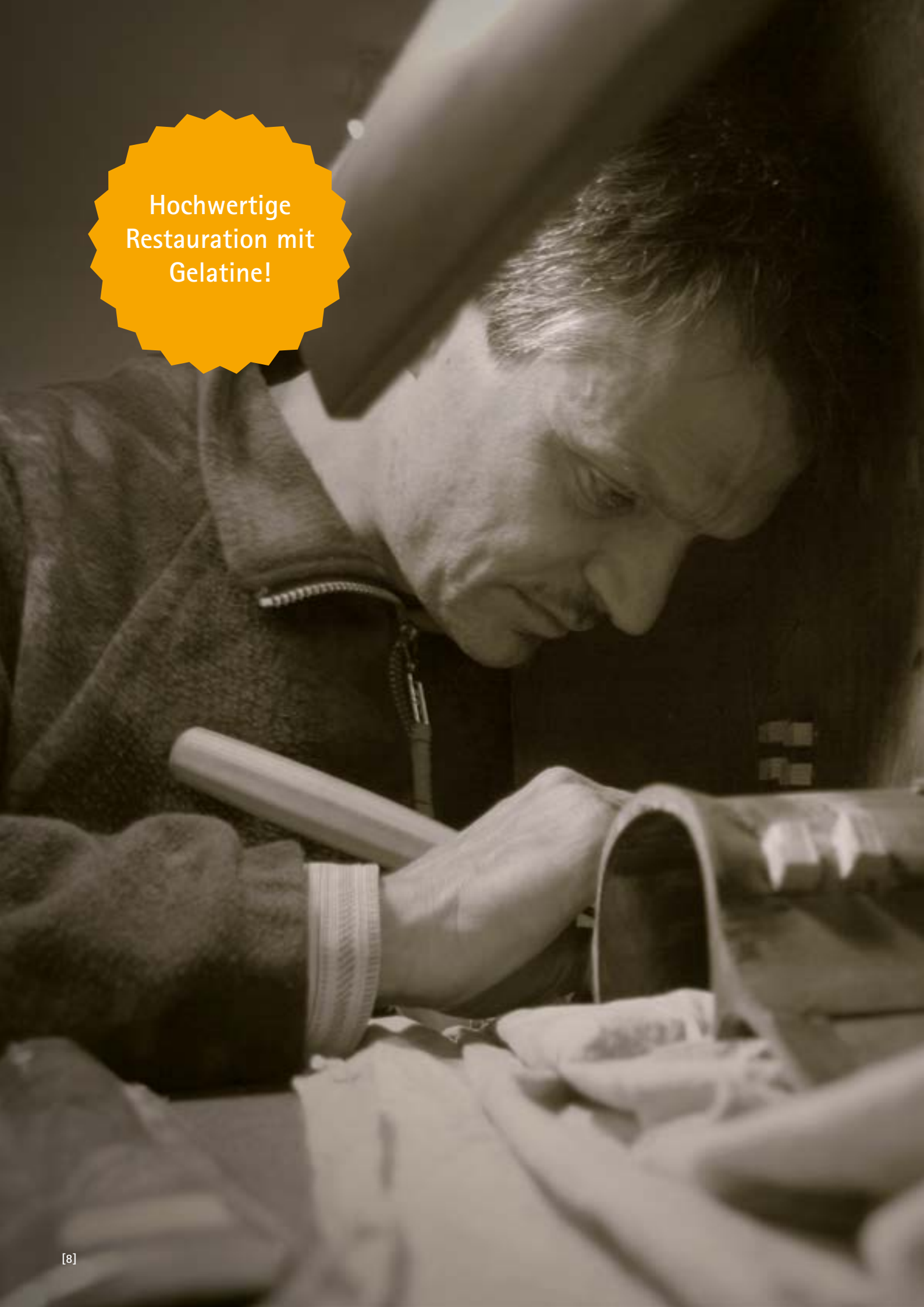
Im Aluminium-Druckguss können die Proteine Öle oder Wachse in Formtrennstoffen ersetzen. Diese dienen zwar zur Trennung, reduzieren aber durch ihr wasserabweisendes Verhalten die Kühlung, was die Taktzeit verlängert. „Kollagene Proteine sind hydrophil und beschleunigen so die Kühlung nach dem Gussvorgang. Anschließend gewährleisten sie die Trennung von Werkstück und Gussform“, erklärt Reihmann. Das führt zu kürzeren Taktzeiten sowie zur Einsparung von Wasser, Abwasser und Additiven.

Ökologisch und ökonomisch im Vorteil

Kunden, die die NOVOTEC®-Produkte bereits einsetzen, schätzen sowohl ihre ökologischen als auch die ökonomischen Vorteile, so Reihmann. „Gegenüber herkömmlichen Mitteln bieten unsere Produkte deutliche Prozess- und Kostenvorteile. Und da sie aus natürlichem Kollagen gewonnen werden, können Industrieprozesse mit ihrer Hilfe auch umwelt- und gesundheitsverträglicher gestaltet werden“, fasst er abschließend zusammen. Profitieren können Unternehmen vom NOVOTEC®-Effekt ganz einfach, indem sie eins der NOVOTEC®-Additive einsetzen.

MEHR INFORMATIONEN:

Dr. Matthias Reihmann
Tel. +49 (0) 6271 84-2538
matthias.reihmann@gelita.com



Hochwertige
Restauration mit
Gelatine!

Klarer Vorteil

Schilbach. Der Name hat bei Musikern und Geigenbauern in der ganzen Welt einen guten Klang. Alexis Schilbach restauriert die mitunter millionenteuren Instrumente. Sein Bruder Benjamin entwickelt und vertreibt Produkte für den Geigenbau. Darunter auch ein Leim, der dank der technischen Spezialgelatine von GELITA besser ist, als alles, was vorher auf dem Markt war.

Bevor Alexis Schilbach in seinem Atelier am Genfer See mit der Restauration einer Geige beginnt, erstellt er ein Konzept. „Hat die Decke der Geige beispielsweise einen Riss, überlege ich, wie ich diesen durch den Einsatz verschiedener Zwingen oder Klammern schließen kann und wie ich ihn leimen will. Es geht darum, die Spannung im Holz, die den Schaden möglicherweise

für die richtige Positionierung der Zwingen bleibt. Danach muss der Riss 24 Stunden in der gezwungenen Position bleiben, bevor die Arbeit fortgeführt wird.

Weitere Schritte der Rissreparatur sind die Lackarbeiten, das Füllen und Retuschieren der Rissstelle. Die größte Herausforderung ist, dass der Riss nicht mehr zu sehen ist. Was vielleicht einfach klingt, ist sehr



Schilbach restauriert Geigen und vertreibt Produkte für Geigenbauer.



verursacht hat, zu entfernen“, erklärt der Geigenbaumeister. Erst danach beginnt die handwerkliche Arbeit. Schilbach reinigt die beschädigte Stelle zunächst mit destilliertem Wasser, dann setzt er die Zwingen an und zwar so oft und so lange, bis sein Konzept aufgeht. „In einem weiteren Arbeitsschritt lasse ich Wasserstoffperoxid und Ammoniak in den Riss penetrieren. Der radikale Sauerstoff, der durch das Gemisch entsteht, bleicht Verfärbungen, entfernt Schmutz und öffnet die Mikrostrukturen des Holzes. Diese Reaktion muss ich im richtigen Moment mit destilliertem Wasser neutralisieren. Dieser Prozess erhöht die Leimkraft“, sagt Schilbach und fügt hinzu: „Eine gute Leimung benötigt den Holz-zu-Holz-Kontakt.“ Die Leimung erfolgt unter der Wärmelampe damit der Leim länger flüssig bleibt und mehr Zeit

zeitaufwändig. Die Restauration stark beschädigter Instrumente kann ein bis zwei Jahre dauern.

Dieser Leim hält, was er verspricht

Weil Schilbach die Qualität des Leims, den er bisher verwendet hatte, nicht mehr genügte, wandte sich Benjamin Schilbach an Dr. Christoph Simon von GELITA. Dieser schickte sogleich verschiedene Proben von technischer Spezialgelatine zum Testen in die Schweiz. „Auf diese Weise haben wir schnell die Gelatine gefunden, die der Geigenbauer braucht“, sagt der

Design- und Produktmanager. Der Leim muss hervorragende Klebeeigenschaften haben, darf aber nicht spröde werden. Wichtig bei der Restauration ist zudem die Klarheit, denn die Farbe des Holzes darf nicht verändert werden. Zwei verschiedene Leime bietet Benjamin Schilbach in seinem Online-Shop an. „Der ‚LUT Universal‘ eignet sich vor allem für den Geigenneubau. Der noch klarere Leim ‚Restauration Extra‘ ist perfekt für die Restauration.“ Ein weiterer Vorteil für die Kunden: Schilbach verwendet luftdicht verschließbare Dosen mit einem beigelegten Messlöffel, welcher die Handhabung wesentlich erleichtert. „Bisher erhielt man den Leim nur in Tüten. Dies war unpraktisch und schlecht für die Haltbarkeit.“ Die Kunden wissen die neue Qualität zu schätzen. Geigenbauer aus Japan, Kanada, Europa und den USA beziehen die Produkte aus dem Online-Shop.



MEHR INFORMATIONEN:

Dr. Christoph Simon
Tel. +49 (0) 6271 84-2535
christoph.simon@gelita.com

www.schilbach.net

Marktpotenzial

Üblicherweise beschäftigen sich Unternehmen mit den Wünschen ihrer direkten Kunden. GELITA geht einen entscheidenden Schritt weiter: Das Unternehmen untersucht, wie die Zielgruppen seiner Kunden neue innovative Konzepte beurteilen – und gibt damit den Marketingexperten seiner direkten Kunden wichtige Informationen für deren Strategie an die Hand.

Im Zentrum der Untersuchung standen die Themen „Fitness und Figur“. Die positive Wirkung des hoch spezialisierten Kollagenpeptids BODYBALANCE® auf Muskelaufbau und Fettabbau wurde bereits in mehreren randomisierten, placebokontrollierten Doppelblindstudien nachgewiesen. „Darüber hinaus wollen wir zum einen die Bedürfnisse und Motivationen der Endkunden verstehen und überprüfen, wie auf BODYBALANCE® reagiert wird. Dazu wurden umfangreiche Fokusgruppen Interviews durchgeführt. Wir fragten unter anderem, was über Proteine bekannt und wie groß das Interesse an BODYBALANCE® ist“, sagt Dr. Stephan Hausmanns, VP Health and Nutrition bei GELITA.

Die 24 moderierten Diskussionen mit insgesamt über 240 Teilnehmern fanden in Deutschland, England und den USA statt. „Es ging uns nicht nur um eine gute Mischung innerhalb der Gruppen, sondern auch darum, möglichst repräsentative Länder abzudecken“, erklärt Hausmanns. Deutschland steht stellvertretend für Europa, Florida wurde gewählt, weil dort viele ältere Sportbegeisterte leben und Großbritannien, weil sich diese Ergebnisse auf Australien und die skandinavischen Länder übertragen lassen. Drei Verbrauchertypen standen im Fokus: ca. 25- bis 35-Jährige sportlich aktive, die bereits Proteinprodukte zu sich nehmen, ca. 40- bis 55-Jährige, die gelegentlich trainieren und ca. 60- bis 80-Jährige, die unter altersbedingtem Muskelschwund leiden. In mehreren Gruppen mit acht bis zehn Teilnehmern waren jeweils genauso viele Frauen wie

Männer vertreten. „Psychologisch geschulte Expertenteams haben die Fokusgruppen geleitet. Sie haben eine Atmosphäre geschaffen, in der alle sich trauten ihre Meinung mitzuteilen. Wir konnten so verhindern, dass nicht nur die dominanten Teilnehmer zu Wort kommen“, erklärt Hausmanns.

Jeder will etwas für seinen Körper tun

Die Auswertungen zeigen, dass es keine großen geschlechterspezifischen Unterschiede gibt, was die Motivation angeht: Alle wollen etwas für ihren Körper tun. Wer jung ist, will vor allem einen fitten Körper haben. Diese entschlossene und ehrgeizige Fitness-Generation ist davon überzeugt, dass die Gesellschaft die Arbeit am eigenen Erscheinungsbild erwartet. Bei den Männern und Frauen zwischen 40 und 55 Jahren dreht sich alles darum, attraktiv zu bleiben. Männer kämpfen gegen den zunehmenden Bauch an, Frauen gegen Übergewicht und den Verlust eines straffen Körpers. Der Slogan „50 ist das neue 40“ wird zwar positiv assoziiert, übt aber auch Druck aus. Für diese Altersgruppe ist es schwierig, die Zeit für Sport aufzubringen. Kinder, Karriere und Partner fordern viel Aufmerksamkeit. Dagegen herrscht in der Gruppe der 60- bis 80-Jährigen eher Resignation. Sie wissen um den Muskelschwund, haben schon viel probiert, aber nichts hat wirklich geholfen. Ihr Wunsch ist es, das Leben zu genießen, unbeschwert mit den Enkeln zu

Fokusgruppen kurz erklärt:

In einer Fokusgruppe diskutieren sechs bis zehn Teilnehmer unter Anleitung eines Moderators ein bestimmtes Thema. Ziel ist es, Erkenntnisse über die Einstellungen der Teilnehmer zu gewinnen. Durch die Interaktion der Gruppenteilnehmer kommen oft tiefergehende Informationen zutage als bei Einzelinterviews.



gezielt nutzen

spielen und möglichst lange den Alltag selbstständig bewältigen zu können.

„Wir haben herausgefunden, dass kaum jemand etwas über Proteine weiß“, erklärt Hausmanns und ergänzt: „Es war ein richtiges Aha-Erlebnis, als eine Illustration der Sehnen, Muskeln und Bänder des menschlichen Körpers gezeigt und den Teilnehmern erklärt wurde, dass Kollagen ein elementarer Baustein davon ist. In diesem Moment war die Neugier an BODYBALANCE® geweckt.“ Überraschend für GELITA war auch dieses Ergebnis: Die Teilnehmer glaubten nicht,

dass sie ihren Körper in Form bringen können, wenn sie dreimal die Woche 30 Minuten die Muskeln trainieren und täglich 15 Gramm des Kollagenproteins einnehmen, ohne (!) ihre Essgewohnheiten zu ändern. Selbst nachdem ihnen mehrfach versichert wurde, dass sie Essen können wie sonst auch, änderten sie ihre

MEHR INFORMATIONEN:

Dr. Stephan Hausmanns

Tel. +49 (0) 6271 84-2109

stephan.hausmanns@gelita.com

Meinung nicht. „Wir empfehlen deshalb unseren Kunden, diesen Aspekt in ihrer Kommunikation nicht zu betonen, da es der Glaubwürdigkeit des Produktes eher schaden könnte. Es genügt auf die Nahrungsergänzung durch BODYBALANCE® in Verbindung mit Krafttraining abzustellen“, sagt Hausmanns.

Sie möchten mehr über alle Ergebnisse der Fokusgruppe wissen und erfahren, wie Sie das Marktpotenzial von BODYBALANCE® am besten ausschöpfen können? GELITA unterstützt Sie gern bei Ihrem Marketingkonzept.

ARRIERE

FIT SEIN

ENKEL ABHOLEN

KEINE ZEIT

Beweglichkeit

Beauty



Ein Nebenprodukt hat es in sich

Die Gelatineherstellung ist ein extrem effizientes Verfahren – aber wer hätte gedacht, dass sogar die Rückstände aus der Kläranlage, in der das Abwasser aus der Produktion gereinigt wird, noch fruchtbar sind? So fruchtbar, dass sie einen hoch effektiven Dünger ergeben: Kalkschlamm ist ein flüssiger organisch-mineralischer Stickstoff-Phosphat Dünger, der sowohl pur oder mit Gülle vermischt ausgebracht werden

kann. Der Kalk hebt den pH-Wert der Böden, sorgt für einen besseren Stoffwechsel und macht den nährreichen Stickstoff für die Pflanze verfügbar. Der Kalkschlamm von GELITA wurde 2001 von der Gesellschaft für Qualitätssicherung Landbauliche Abfallverwertung mbH (QLA) mit Gold zertifiziert. Damit die Erzeuger ein optimales Produkt erhalten, hat GELITA sich mit der Aufforderung um Feedback und Erfahrungsberichte an sie gewandt. Herausgekommen sind hilfreiche Handlungsempfehlungen für den Umgang mit diesem äußerst produktiven Rückstand.



ANSPRECHPARTNER:

Andreas Spiegel

Tel. +49 (0) 6271 84-2073

andreas.spiegel@gelita.com

GELITA geht auf Nummer sicher!

Unter dem Motto „GO SAFE – Arbeitssicherheit ist unsere Priorität Nr. 1“ hat GELITA im Frühjahr dieses Jahres eine Kampagne gestartet. Dazu wurden fünf plakative Poster entwickelt, die auf die größten Unfallgefahren aufmerksam machen. Die Motive hängen weltweit in allen Gebäuden des Unternehmens.



56 Millionen Euro für die Zukunft

— Diese Summe steckt GELITA allein dieses Jahr in neue hochmoderne Anlagen. Beispielsweise errichtet GELITA in der Nähe von Sioux City, USA, ein neues Werk inklusive neuem Sprühturm für den stark wachsenden Bereich der Kollagenpeptide. Das 22-Millionen-Dollar-Projekt wird 21 neue Arbeitsplätze schaffen. In den vergangenen zwei Jahren hatte das Unternehmen bereits einen neuen Sprühturm im Hauptwerk in Eberbach und einen in Mococa in Brasilien gebaut. Drei Sprühtürme, drei Kontinente: GELITA ist dort, wo der Rohstoff ist und wo die Kunden sind.

In den Niederlanden hat das Unternehmen seine Kapazitäten für Speisegelatine und in Deutschland die Hydrokolloid-Kapazität für Kollagenpeptide erweitert. Im Werk Eberbach wurde in vier Waschtrommeln für Rinderhäute investiert und mit dem Kapazitätsausbau der Blatttrockner antwortet GELITA auf die steigende Nachfrage nach Blattgelatine. Ein neuer Roboter und eine vollautomatische Säureverdünnungsanlage helfen, die Produktionsprozesse unter ökologischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten künftig weiter zu optimieren.

FORTIBONE® begeistert Fachwelt

Ende März nahm GELITA am Osteologie Kongress 2017 in Erlangen, Deutschland, teil. Rund 600 Ärzte, Professoren und Vorsitzende von Osteologie-Verbänden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz kamen zu der renommierten Veranstaltung. GELITA war mit einem Informationsstand über FORTIBONE® vertreten, dem Kollagenpeptid, das maßgeblich dazu beiträgt, die Knochenstabilität und -flexibilität zu fördern. In einem Vortrag erläuterte Dr. Steffen Oesser, Leiter des Kieler Collagen Research Instituts, die Ergebnisse einer Doppelblindstudie* über die Wirkung der bioaktiven Kollagenpeptide in FORTIBONE®. „Das Interesse der Teilnehmer war enorm“, freut sich Martin Walter, Produktverantwortlicher im Bereich Health & Nutrition, über die erfolgreiche Teilnahme am Kongress.

*uptodate berichtete in Ausgabe 39 darüber.



TERMINE:

Besuchen Sie GELITA und erleben Sie innovative Produkte für die Megatrends von morgen. Diese Jahr sind wir u. a. auf folgenden Messen präsent:

FOODPRO, Sydney	16. bis 19. Juli 2017
FISA, Sao Paulo	22. bis 24. August 2017
Vitafoods Asia, Singapore	05. bis 06. September 2017
SupplySide West, Las Vegas	28. bis 29. September 2017
CPhi, Frankfurt	24. bis 26. Oktober 2017
FOOD MATTERS, London	21. bis 23. November 2017
FIE, Frankfurt	28. bis 30. November 2017

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



Global betrachtet

So genießt die Welt Kaffee

Für viele Menschen in aller Welt ist Kaffee unverzichtbar: ob als Muntermacher am Morgen, als Digestif nach dem Essen oder zum Genuss zwischendurch. Der Ursprung des Kaffees wird in der Region Kaffa in Äthiopien vermutet. Durch Sklavenhändler soll er dann im 14. Jahrhundert im arabischen Raum verbreitet worden sein. Die Hafenstadt Mokka – das heutige al-Mukha im Jemen – war lange Zeit das Zentrum des Kaffeehandels. Damit die Handelspartner in anderen Ländern die Bohnen nicht zum Anbau nutzen konnten, wurden sie in der Stadt durch Übergießen mit heißem Wasser keimunfähig gemacht: Die Mokkabohne war geboren. Dass Koffein die Konzentration anregt, ist durch zahlreiche Studien erwiesen. In dieser Hinsicht am förderlichsten ist es, über den Tag verteilt viele kleine Schlucke Kaffee zu sich zu nehmen. Mittlerweile untersuchen Wissenschaftler sogar, inwiefern Kaffee Entzündungsprozesse aufhalten kann. Als besonders gesund gilt Ginsengkaffee – erst recht, wenn er mit VERISOL® von GELITA angereichert wurde: Vor allem in Italien und in einigen asiatischen Ländern ist diese schönheitsunterstützende Kombination beliebt. Köstlich ist natürlich auch ein Kaffee mit Sahne und Topping – die perfekte Konsistenz gelingt dank GELITA® JELLY DIPPING.



Äthiopien, Griechenland, Türkei

Die äthiopische Kaffeezubereitung ist vermutlich immer noch dieselbe wie in den Anfängen: In einer Eisenpfanne werden die Bohnen geröstet, gemahlen und zerstampft. Das – eher grobe – Pulver wird mit Wasser und Zucker in einer Karaffe aufgeköcht, bis Farbe und Konsistenz der Zeremonienmeisterin gefallen. Den Eindruck, einer heiligen Handlung beizuwohnen, verstärkt das gleichzeitige Verbrennen von Weihrauch. Auch bei der Zubereitung des Türkischen oder Griechischen Kaffees wird das Kaffeepulver mit Zucker und Wasser aufgeköcht und ohne Filterung in kleinen Tässchen serviert.



Skandinavien, Italien, Frankreich

Rekordhalter im Kaffeekonsum sind die Finnen: 4,1 Tassen trank jeder Finne 2013 im Schnitt. Die Deutschen trinken 2,6 Tassen; immer noch am häufigsten Filterkaffee. In Italien, der Heimat von Ristretto, Caffè latte – und Ginsengkaffee –, werden überraschenderweise nur 1,9 Tassen pro Tag pro Kopf genossen. „French Press“ heißt die Zubereitung, bei der in einer Pressstempelkanne heißes Wasser auf die gemahlene Bohne geschüttet wird, die nach kurzem Ziehen auf den Boden der Kanne gepresst werden. Tatsächlich ist die Methode in Frankreich nicht verbreiteter als anderswo.



USA, Vietnam, Brasilien

Die US-Amerikaner genießen ihren Kaffee gerne süß: zum Beispiel mit Karamelltopping auf dem Sahnehäubchen. Auch in Vietnam – weltweit der zweitgrößte Kaffee-Exporteur – versüßt der Kaffee den Tag buchstäblich: Er wird mit Eis und süßer Kondensmilch getrunken, gerne kalt. Die nussig-schokoladige Kaffeesorte Catimor liefert dazu das passende Aroma. Der cafezinho in Brasilien ist geradlinig: schwarzer Filterkaffee aus einer Thermoskanne, gesüßt aus einer zweiten – erstaunlich unspektakulär für den weltweit größten Kaffee-Exporteur.



Mehr über den NOVOTEC®-Effekt können Sie unter www.gelita.com lesen und Broschüren kostenfrei downloaden!

Folgen Sie uns auf Facebook, Twitter, YouTube und LinkedIn.



Sie können die uptodate auch im Internet lesen. Alle Artikel des GELITA Kundenmagazins erscheinen in Englisch, Deutsch, Portugiesisch und Spanisch. Schauen Sie rein: Auf www.gelita-uptodate.com finden Sie die aktuelle sowie die vorhergehende Ausgabe.

GELITA AG
Uferstraße 7
D-69412 Eberbach

www.gelita.com

GELITA
Improving Quality of Life