

GELITA

UPTO DATE

Das Magazin für Kunden von GELITA

#41

GELITA® Gelatine

Oft kopiert,
nie erreicht!

Mehr auf Seite 6

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

Innovationsmanagement ist eine tragende Säule erfolgreicher Unternehmen. GELITA geht noch einen Schritt weiter und baut auf eine ganze Innovationskultur. „Die Kultur, die wir leben, ist entscheidend dafür, dass Innovationen überhaupt entstehen können“, bestätigt beispielsweise Wiebke Steinel, Manager Corporate Development, im Interview.

Zu dieser Haltung passt auch das Motto „Off the Beaten Track – Inspiration for better food, nutrition and health“, unter dem wir das GELITA Symposium diesen Herbst in Heidelberg veranstaltet haben und zu dem rund 80 Teilnehmer aus aller Welt angereist waren. Thema war unter anderem eine revolutionäre

Technologie, die GELITA gemeinsam mit zwei anderen Unternehmen entwickelt hat. Der sogenannte „Fast Forward Process“ ermöglicht es, Fruchtgummis ohne Stärkeformen herzustellen. Das neue Verfahren verbessert nicht nur die Hygiene, es reduziert auch die Produktionszeit um ein Vielfaches.

Auch Hersteller von Weichkapseln können ihre Produktion durch unsere Innovationen optimieren und somit Zeit und Geld sparen. Mit GELITA® EC haben wir ein magensaftresistentes Gelatineprodukt auf den Markt gebracht, das sich in einem Arbeitsschritt herstellen lässt. GELITA® EC ist bereits das vierte Produkt in unserem Portfolio für die kontrollierte Freisetzung von Wirkstoffen.

Vielleicht wirkt ja auch diese uptodate und setzt beim Lesen viele gute Ideen bei Ihnen frei? In diesem Sinne wünschen wir Ihnen ein erfolgreiches neues Jahr.



Michael Teppner

Global VP Marketing & Communication
GELITA AG

GELITA® EC

Die perfekte
Auf-Lösung

uptodate sprach mit Wiebke Steinel,
Manager Corporate Development

NEWS [12]
CSR-Bericht,
Neuer Finanzvorstand,
Top 100-Auszeichnung, etc.



Interview [3]
„Der Kunde
steht am Anfang
von allem“

GELITA Symposium
Neue Wege gehen



Applications
Biogewebe aus
dem 3D-Drucker



Produktvielfalt:
Multitalent Gelatine
(inkl. Rezept)



Interview

„Unser Innovationsmanagement hebt uns ganz klar von unseren Wettbewerbern ab“

Welche Unternehmensstrategie verfolgt GELITA? Welche Herausforderungen gilt es zu meistern? Welche Produkte sind in Zukunft gefragt? Und welche Rolle spielen die Kunden bei der Entwicklung von GELITA? Das Interview mit Wiebke Steinel, Manager Corporate Development, über Megatrends, Märkte und Mut.

Frau Steinel, Sie verantworten den Bereich Unternehmensentwicklung bei GELITA. Was ist Ihre Aufgabe?

Ich bin maßgeblich für die Themen Strategie und Innovation verantwortlich. Ersteres reicht von der Entwicklung über die Umsetzung bis hin zur

Erfolgskontrolle. Zu meinen Aufgaben zählt auch die Vorbereitung des dreitägigen Strategiemeetings, zu dem sich unser Global Executive Management Team zweimal im Jahr trifft, es zu moderieren, nachzubereiten und die Ergebnisse in die Arbeit einfließen zu lassen. Eng mit der Strategie ver-

zählt ist das Thema Innovation. Ich verantworte und koordiniere weltweit das Ideen- sowie das Innovationsmanagement. Die Innovationskultur für GELITA zu gestalten und weiterzuentwickeln, fällt ebenfalls in meinen Aufgabenbereich.

„Der Kunde steht am Anfang von allem“

Sie sprechen nicht nur von Innovationen, sondern auch von einer Innovationskultur. Was hat es damit auf sich?

Die Kultur, die wir leben, ist entscheidend dafür, dass Innovationen überhaupt entstehen können. Wir halten die Mitarbeiter dazu an, mitzudenken und sich einzubringen. Unsere Führungskräfte müssen offen und bereit sein, die Umsetzung guter Ideen zu unterstützen.

GELITA auswirken werden. Ich glaube, dass wir ganz neue Weichen stellen können, was die Ausrichtung von GELITA für die Zukunft betrifft. Seien es neue Technologien, Märkte, Produkte oder Anwendungen.

Wie sieht die aktuelle Unternehmensstrategie von GELITA aus?

Unser strategisches Ziel ist das nachhaltige und profitable Wachstum unserer weltwei-

Welche Rolle spielen die Kunden dabei?

Exzellentes Kundenmanagement ist ein kritischer Erfolgsfaktor für unser Unternehmen. GELITA will seine Kunden und deren Bedürfnisse verstehen und dadurch einen Mehrwert für den Kunden schaffen. Uns geht es nicht darum, eine Kundenanfrage einfach nur zu bedienen, sondern die für den Kunden beste Lösung zu finden. Natürlich sind auch viele Innovationsprojekte durch Entwicklungspartnerschaften mit Kunden oder Impulse von Kunden getrieben. Der Kunde steht am Anfang von allem.

„Exzellentes
Kundenmanagement
ist eine tragende Säule
von GELITA“

GELITA ist ein führendes Unternehmen seiner Branche. Wie will das Unternehmen künftig wachsen?

Es gibt natürlich Wettbewerber, die versuchen, uns unsere Position streitig zu machen. Dagegen muss jedes Unternehmen gewappnet sein. Wir kennen unsere Mitstreiter, wissen wie diese „ticken“ und können ihre Stärken abschätzen. Relevant für uns im Sinne von Unternehmensentwicklung sind die Wettbewerber von morgen, also die, die wir heute noch gar nicht kennen und die vielleicht unser Geschäftsmodell auf den Kopf stellen. Ähnlich, wie Uber auf die Welt der Taxifahrer oder Airbnb auf die Hotelbranche Einfluss nimmt.

Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die nahe Zukunft?

Die Verfügbarkeit der tierischen Rohstoffe wird auch in der Zukunft ein limitierender Faktor sein. Durch Umweltentwicklungen kann dies langfristig sogar noch schwieriger werden. Unsere Produktion ist zudem sehr ressourcenintensiv, weswegen alle Bestrebungen rund um Nachhaltigkeit einen großen Stellenwert einnehmen. Außerdem sind wir gerade dabei herauszufinden, was die Digitalisierung für uns bedeuten kann. Unser Produktionsprozess hat sich über viele Jahrzehnte etabliert. Diesen in eine digitale Welt zu übertragen, wird eine große Herausforderung sein.

Welches Thema beschäftigt Sie aktuell am meisten?

Die Umsetzung unserer aktuellen Strategie 2020. Nächstes Jahr wird besonders spannend, da wir erstmalig die Szenariotechnik anwenden, um die Strategie 2025 zu entwickeln. In den kommenden Monaten werden wir Workshops mit ausgewählten Mitarbeitern und externen Experten abhalten.

Was versprechen Sie sich von diesem neuen Prozess?

Einerseits ist die Szenariotechnik sehr systematisch und strukturiert, was die Resultate nachvollziehbar macht, andererseits ist sie nicht zu komplex. Als Ergebnisse der Workshops werden wir Zukunftsbilder von GELITA und neue Impulse erhalten. Es wird sehr spannend sein, welche Trends die Kollegen aufgreifen, welche Einflussfaktoren sie für relevant halten und wie sich diese auf

ten Marktanteile. Dies fußt auf erstklassigem Innovations- und Kundenmanagement sowie auf gezielten Akquisitionen. Aktuell dreht sich viel darum, Wachstumsmärkte zu durch-

„GELITA geht es darum,
die beste Lösung für den
Kunden zu finden“

dringen. Dabei sind unsere Kollagenpeptide die Wachstumstreiber für die Themen Schönheit, Gesundheit und Ernährung. Wir sehen aber auch spannende Entwicklungen im pharmazeutischen und technischen Bereich.

Welche Trends zeichnen sich bei den Produkten ab?

Die Megatrends sind Gesundheit und demografischer Wandel. Im Peptidbereich sprechen wir von healthy oder happy aging. Aber auch das Segment der Tiernahrung wächst stark. Dies hat unter anderem mit der Individualisierung der Gesellschaft zu tun, denn viele Haustiere leisten Allein-stehenden Gesellschaft und sind wichtige Familienmitglieder. In ihr Wohlbefinden wird deswegen auch bereitwillig investiert. Neue Märkte wollen wir ebenso mit der Entwicklung von Performance Additiven für neue biologisch abbaubare Oberflächenreiniger sowie Kühlschmier- und Kühltrennmittel erschließen und damit einen weiteren Beitrag zur Nach-

haltigkeit leisten. Wir sehen auch, dass Märkte miteinander verschmelzen, z. B. für Lebensmittel und pharmazeutische Produkte, wie die Wortschöpfung „Phood“ zeigt. Ein Beispiel dafür sind mit Vitaminen oder Wirkstoffen angereicherte Gummibärchen.

Wie minimieren Sie die Unwägbarkeiten bei Zukunftsentscheidungen?

Um unsere eigene Sichtweise zu erweitern, ziehen wir beim neuen Strategieentwicklungsprozess externe Experten hinzu. Durch intensive Recherche treffen wir gut informiert unsere Entscheidungen. Aber wir kennen die Zukunft natürlich nie komplett, ein Rest Ungewissheit bleibt immer. Die Führung braucht also viel Mut, um Entscheidungen zu treffen.

Was reizt Sie an Ihrer Aufgabe?

Sie ist sehr abwechslungsreich und vielschichtig. Ich muss das große Ganze im Blick und ein gutes Verständnis für das Geschäft, die Organisation und Kultur haben, um die richtigen Impulse für neue Prozesse geben zu können. Das finde ich sehr spannend.

Was schätzen Sie am Unternehmen am meisten?

Die Kultur des täglichen Miteinanders ist außergewöhnlich gut. Durch ONE GELITA hat das Unternehmen in den vergangenen Jahren eine enorme Entwicklung durchlaufen. Aber auch die zahlreichen Möglichkeiten, die GELITA offenstehen, machen das Unternehmen und die Zukunft so interessant.

Wiebke Steinel

hat einen Masterabschluss in Management and Business Development mit Schwerpunkt Strategie und Innovation. Noch während ihres Studiums begleitete sie ein Change Management Projekt bei GELITA. Ende 2011 übernahm Steinel die Position der Referentin für Personal- und Organisationsentwicklung. Seit 2014 ist sie Manager Corporate Development.



Multitalent Gelatine

Besser informiert und kritischer: Verbraucher schauen bei der Wahl der Lebensmittel sehr genau hin. Produkte mit Allergenen, E-Nummern oder komplizierten Zutatenlisten lassen sie immer öfter links liegen. Wie gut, dass GELITA seinen Kunden mit Gelatine ein reines, natürliches Lebensmittel an die Hand geben kann – das sogar noch mehr Einsatzmöglichkeiten bietet als andere Hydrokolloide.

Gelatine kommt seit vielen Jahren zum Einsatz und zählt zu den am gründlichsten untersuchten Lebensmitteln. Das Hydrokolloid bildet ein thermoreversibles Gel, das beim Verzehr im Mund rasch Wasser aufnimmt und durch die Körpertemperatur schmilzt. Dagegen liegt der Schmelzpunkt bei anderen – beispielsweise durch Agar-Agar hergestellten – thermoreversiblen Gelen weit oberhalb der Körpertemperatur. Der niedrige Schmelzpunkt von Gelatine-Gelen ermöglicht eine intensive Aromafreisetzung. Dieses einzigartige Geschmackserlebnis und Mundgefühl ist für viele Verbraucher ausschlaggebend bei der Kaufentscheidung. Insbesondere kalorienbewusste Konsumenten freuen sich über einen weiteren Vorteil: Schmelzpunkt, Aromafreisetzung und Textur verändern sich auch dann kaum, wenn Zuckeraustauschstoffe anstatt Zucker verwendet werden.

Unerreicht vielseitig

Gelatine ist ein natürliches Lebensmittel, ein reines Protein. Als Lebensmittel eingestuft, zählt Gelatine nicht zu den Lebensmittelzusatzstoffen mit einer E-Nummer. Damit erfüllt Gelatine unter anderem die Anforderungen an Clean-Labeling-Produkte, deren Nachfrage stetig wächst. Bei der Lebensmittelherstellung wird möglichst darauf verzichtet, künstliche oder modifizierte Zusatzstoffe einzusetzen, die eine E-Nummer tragen müssen. Gelatine enthält weder Konservierungs- noch andere Zusatzstoffe und ist frei von Fett, Cholesterin und Harnsäureverbindungen. Alle Rohstoffe – Schweineschwarten und -knochen sowie Rinderhäute und -kno-

chen – stammen von gesunden, für den menschlichen Verzehr freigegebenen und veterinärmedizinisch untersuchten Tieren. Neben dem tierischen Eiweiß Gelatine gibt es pflanzliche Hydrokolloide wie Pektin, Carrageen, Agar-Agar oder Stärke und durch Fermentation hergestellte Produkte wie Gellan und Xanthan. Bei den anstatt Gelatine eingesetzten Produkten handelt es sich meistens um Kombinationen verschiedener Hydrokolloide. Je komplexer die Zusammensetzung eines Stoffes, desto höher ist das Risiko, dass beim Einsatz in der Produktion unvorhersehbare Reaktionen auftreten. Werden Ersatzstoffe verwendet, verlängert sich die Zutatenliste erheblich, was wiederum viele Verbraucher abschreckt.

Das Gesundheits-Plus

Auch Allergiker können bedenkenlos Gelatine verzehren, denn das Hydrokolloid löst keine bekannten Allergien aus. Ein Pluspunkt, der auch Herstellern zugutekommt, denn Produkte, die Allergene enthalten, müssen deutlich gekennzeichnet werden. Bewusste Verbraucher meiden möglicherweise derartige Lebensmittel, selbst wenn sie keine Allergien haben. Weiterer Pluspunkt: Das Hydrokolloid stärkt das Bindegewebe, verbessert die Haut und sorgt für glänzendes Haar und feste Fingernägel.

Gelatine ist in verschiedenen Gelierstärken und Mahlgraden verfügbar. Sie eignet sich zum Gelieren, Kleben, Binden

und Stabilisieren von Emulsionen und Schäumen und sie sorgt für den originalen Kaugenuss der beliebten Gummibärchen. Mithilfe des Hydrokolloids, das GELITA maßgeschneidert für spezifische Anwendungen anbietet, können Lebensmittel-erzeuger neue, innovative und gesunde Produkte kreieren. Alle Ersatzstoffe können höchstens Teilaspekte des Eigenschaftsprofils von Gelatine abdecken, nie aber die gesamte Bandbreite.



MEHR INFORMATIONEN:

Dr. Margarethe Plotkowiak
Tel. +49 (0) 6271 84-2552
margarethe.plotkowiak@gelita.com

Genuss mit Gelatine

Panna Cotta

(Für 4 Personen)

500 ml Schlagsahne

30 - 50 g Zucker

3 Blatt Gelatine

1 Vanilleschote, davon das Mark

- Gelatine in kaltem Wasser einweichen lassen.
- Die Hälfte der Sahne langsam erhitzen, aber nicht kochen, und das Mark der Vanilleschote und den Zucker hinzugeben.
- Die Hitze wegnehmen, die Gelatine ausdrücken und in die Sahne einrühren, dabei nicht mehr erhitzen.
- Die Masse unter leichtem Rühren abkühlen lassen, sobald die Masse geliert, die andere Hälfte der Sahne steif schlagen und unterheben.
- Die Masse in Dessertschalen geben und mindestens vier bis fünf Stunden im Kühlschrank fest werden lassen.

Guten Appetit!

Gewebe aus
dem 3D-Drucker –
mit Gelatine von
GELITA



Biogewebe aus dem 3D-Drucker

Menschen, die eine Organtransplantation benötigen, warten oft sehr lang oder sogar vergeblich. Um von Organspenden unabhängig zu werden, forschen Wissenschaftler daran, Herz, Leber oder Niere künstlich herzustellen – zum Beispiel an einem 3D-Drucker. Ob es je möglich sein wird, komplexe Organe so nachzubilden, dass sie die Funktion ihrer gesunden Vorbilder ersetzen, ist noch völlig offen. Am Fraunhofer-Institut arbeitet man unterdessen daran, schon in absehbarer Zeit Knorpelgewebe zu drucken.

Der Drucker ähnelt auf den ersten Blick jedem x-beliebigen Tintenstrahldrucker. Fängt er allerdings an zu arbeiten, wird schnell klar: Hier geht es um etwas anderes. Textur statt Text. Schwere durchsichtige Tropfen fallen in eine Petrischale, wo sie bald gelieren; sogenannte Biotinte – auf der Basis von GELITA® Gelatine. In naher Zukunft soll so transplan-tierfähiges Gewebe entstehen, das zum Beispiel bei einer Knie-Operation verwendet werden könnte. „Ich rede bewusst nicht von ganzen Organen wie Herzen oder dergleichen. Bis wir so weit sind, Blutgefäße zu reproduzieren, wird noch viel Zeit vergehen“, sagt Dr. Kirsten Borchers, die beim Fraunhofer-Institut für Grenzflächen- und Bioverfahrenstechnik IGB in Stuttgart für das Bio-Printing verantwortlich ist. Das, was ihre Forschungsgruppe am 3D-Drucker erzeugt, ist allemal faszinierend genug: eine Gewebe-Matrix mit lebenden Zellen (deswegen „bio“, was altgriechisch so viel wie „lebend“ bedeutet), die wieder ihre ursprüngliche Aufgabe übernehmen sollen. Das geht deswegen vergleichsweise einfacher als bei einem großen Organ, weil die Zellen in Knorpelgewebe nur eine einzige Funktion erfüllen.

im Fall einer Gewebetransplantation würden diese vom Patienten stammen. „Unser Ziel ist es, dass sich die zugesetzten Zellen in unserer künstlichen Matrix so wohl fühlen, dass sie sich ihrer Funktion erinnern und anfangen, wieder eine originäre Matrix aufzubauen“, sagt die Forscherin.

Forschung in kleinen Würfeln

„Es klingt sehr nach Science Fiction, wenn irgendwo zu lesen steht, wir arbeiten an Organen aus dem Drucker“, lacht Borchers. „Faktisch geht unsere Arbeit in kleinsten Schritten voran. Oft sieht unser Arbeitsalltag so aus, dass wir ausprobieren, ob kleine Materialwürfel stehen bleiben, umkippen oder sogar davonfließen.“ Das aktuelle Ziel besteht darin, die Biotinte so zu perfektionieren, dass sie sich einerseits drucken lässt und andererseits verträglich für die Zellen ist, mit denen sie besiedelt werden soll. „Deswegen ist Gelatine für unsere Arbeit hervorragend geeignet. Ihr Rohmaterial – Kollagen – findet sich in der Umgebung der allermeisten Zellen



Der 3D-Drucker bei der Arbeit. In den Spritzen: verschiedene Biotinte-Formulierungen (s. auch großes Bild).

Also modifizieren die Forscher sie chemisch mittels bestimmter Moleküle so, dass sie sich auf einen Lichtimpuls hin vernetzt und nicht mehr davonfließt. Besonders wichtig: Die Forscher gehen davon aus, dass im Ausgangsmaterial Gelatine noch ein großes Potenzial liegt, um die Tinten und Matrix-Eigenschaften unterschiedlichen Gewebetypen anzupassen. GELITA bietet eine Reihe von Spezialgelatinen an, die für medizinische Entwicklungen besonders geeignet sind. „MedellaPro® etwa – Dr. Borchers verwendet unter anderem auch diese – weist eine hervorragende Körperverträglichkeit und hohe Gewebzellaffinität auf“, erklärt Dr. Christoph Simon, Ansprechpartner für technische Anwendungen bei GELITA. Es ist nicht zuletzt die Beratungskompetenz, die GELITA als Partner auszeichnet. „Muss ich wissen, wie bei Gelatine der isoelektrische Punkt bestimmt wird, kann ich Herrn Simon fragen. Brauchen wir für verschiedene Tinteneigenschaften verschiedene Spezifikationen, weiß er Rat“, sagt Borchers. Und wer weiß, ob nicht vielleicht eines Tages GELITA® Gelatine die Basis ist, auf der das erste künstlich erzeugte Blutgefäß aufbaut.



Dr. Kirsten Borchers mit Biotinte auf Gelatinebasis für den Druck von Knorpelgewebe.

„Die Matrix soll dem Gewebe, das sie ersetzen wird, möglichst stark ähneln“, erklärt Borchers. Geht es um Knorpel, wird der Biotinte unter anderem Hyaluronsäure beigelegt, da sie im natürlichen Knorpel ebenfalls eine tragende Rolle spielt. „Die Ähnlichkeit ist deswegen wichtig, weil mittels dieser Matrix die Zellen kommunizieren.“ Bereits vor dem Druck werden der Biotinte lebende Zellen beigemischt –

im Körper, es entspricht der extrazellulären Matrix von Geweben. Gelatine, das Hydrolysat des Kollagens, lässt sich in Wasser lösen – und damit einfacher im Drucker verwenden.“

Dass Gelatine bei Körpertemperatur schmilzt, ist gleichzeitig ihr Nachteil. Das Gewebe soll sich ja nicht verflüssigen, wenn es in den Körper transplantiert wird.

MEHR INFORMATIONEN:

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

Dr. Kirsten Borchers
Tel. + 49 (0) 711 970-4121
kirsten.borchers@igb.fraunhofer.de

Neue Wege gehen



Fast 80 Teilnehmer aus 20 Ländern folgten der Einladung von GELITA zum zweitägigen Symposium im herbstlichen Heidelberg. Unter dem Motto „Off the Beaten Track – Inspiration for better food, nutrition and health“ diskutierten die Gäste über neue Produktentwicklungen und zukunftsfähige Ansätze. Überraschende Enthüllung: die revolutionäre „Fast Forward Process“-Technologie.

Dr. Matthew Lange vom Department of Food Science and Technology, University of California, führte in das Thema der Digitalisierung von Nahrung ein. So soll es durch die Entwicklung einer „Internet of Food“-Plattform einfacher werden, die Inhaltsstoffe von Nahrungsmitteln zu verfolgen und individuelle Nahrung herzustellen. Prof. Dr. Wolfgang Meyerhof, führender Experte in Molekulargenetik, teilte sein Wissen über die

physiologischen Gründe für Essensvorlieben mit den aufmerksamen Zuhörern. Meyerhof, der die Gesetzmäßigkeiten bei Geschmacksrezeptoren untersucht hat, zeigte auf, wie die Präferenzen für Aromen gelernt und sogar beeinflusst werden können. Wie Kollagenpeptide dem Körper helfen können, sich selbst zu helfen, erklärte Hans-Ulrich Frech, Global VP Business Unit Collagen Peptides, GELITA. So steigert VERISOL® beispielsweise die Elastizität der Haut und reduziert Falten und Cellulite.

In der Podiumsdiskussion wurde die Zusammenarbeit zwischen Hänsel Processing, Winkler und Dünnebier Süßwarenmaschinen (WDS) und GELITA vorgestellt. Die drei Unternehmen haben eine revolutionäre

Technologie entwickelt: Der „Fast Forward Process“ ermöglicht es, Fruchtgummis mit wiederverwendbaren Silikonanstatt Stärkeformen herzustellen. Das neue Verfahren verbessert die Hygiene und reduziert die Produktionszeit von 24 auf weniger als zwei Stunden.

Die Teilnehmer konnten aber auch selbst aktiv werden und kreative Produkte mit GELITA Kollagenproteinen herstellen. Außerdem hatten die Experten von GELITA exklusiv für das Symposium zahlreiche Produktideen umgesetzt: So konnten die Gäste ausgefallene karibische Cocktails probieren, die die Stabilität von Gelatine und ihre Fähigkeit, Schäume zu bilden, herausstellten. Ganz neue Geschmackserlebnisse eröffnete der Jelly-Brunnen.

MEHR INFORMATIONEN:
Oliver Wolf
Tel. +49 (0) 6271 84-2194
oliver.wolf@gelita.com



Eindrücke vom Symposium
finden Sie hier: [www.gelita.com/
de/gelita-events](http://www.gelita.com/de/gelita-events)



Alle Besucher konnten Salami, Cracker oder Süßigkeiten in den Brunnen halten und mit Jelly überziehen.

Die Teilnehmer waren rundweg begeistert, inspiriert und konnten zahlreiche neue Kontakte knüpfen.

Die perfekte Auf-Lösung

Die einen Weichkapseln sollen sich ganz schnell auflösen, die anderen langsam oder erst spät im Darm (enteric). Dies gelingt mit den Gelatinen von GELITA. Mit GELITA® EC bietet das Unternehmen das erste nur auf Gelatine basierende Produkt, das sogar Zeit und Kosten in der Herstellung spart.

Weichkapseln sind seit Jahrzehnten als Darreichungsform von Wirk- und Nährstoffen beim Verbraucher sehr beliebt, schließlich lassen sich die Softkapseln leicht und angenehm schlucken. Dennoch gab es bislang einen Nachteil. Der von vielen geschätzte Nahrungszusatz Fischöl oder andere Omega-3-Fettsäuren verursacht häufig unangenehmes Aufstoßen mit Fischgeschmack. Dieser unerwünschte Nebeneffekt demotiviert die eigentlich gesundheitsbewussten Verbraucher so stark, dass viele lieber auf den Nahrungszusatz verzichten. Damit ist nun Schluss. Mit GELITA® EC hat das Unternehmen das erste nur auf Gelatine basierende Produkt auf den Markt gebracht, das sich erst im Darm auflöst und sogar in einem einzigen Produktionsschritt herstellen lässt.

Win-win-Produkt für Hersteller und Kunden

Bislang mussten Hersteller ihre Kapseln in einem aufwendigen zweiten Arbeitsschritt beschichten, um sie resistent gegen Magensaft zu machen. Abgesehen vom kostenintensiven Aufwand werden für die Beschichtung der Gelatinekapselhülle verschiedene Polymere genutzt. Mit GELITA® EC fällt der Zusatzaufwand weg und die Kapseln behalten die vom Endverbraucher bevorzugten natürlichen Zutaten. Hersteller sparen also nicht nur Zeit und Geld, sie können ihren Kunden auch ein attraktiveres Produkt anbieten.

GELITA® EC ist das vierte Produkt aus dem Portfolio von GELITA für die anwendungsorientierte Freisetzung von Wirkstoffen. Daneben stehen GELITA® RXL R² und GELITA® RXL mit ihren reduzierten „Cross-Linking“-Effekten für die ganz schnelle sowie GELITA® GELATINE für die Standard-Freisetzung.

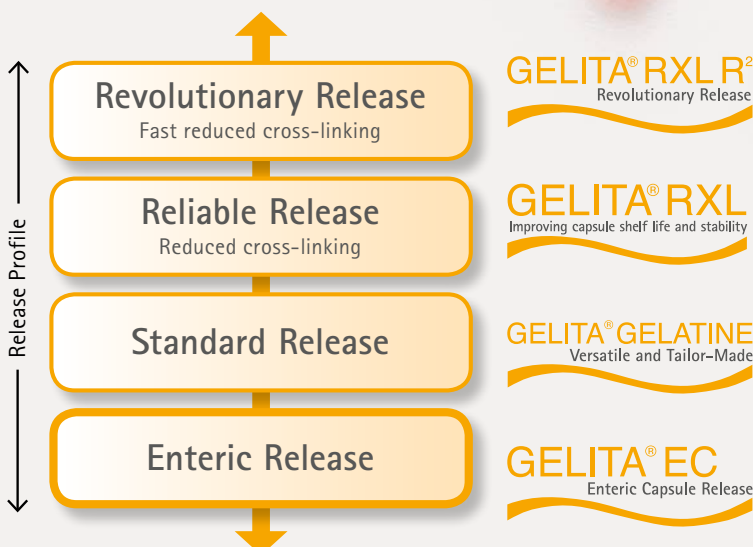
WEITERE INFORMATIONEN:

Dr. Holger Becker

Tel. +49(0)6271 84-2566

holger.becker@gelita.com

Release Profile of the GELITA® Portfolio



Innovationswettbewerbe

GELITA ganz oben dabei

414 Firmen bewarben sich um die Auszeichnung des TOP 100-Innovationswettbewerbs 2017. GELITA schaffte es in der Kategorie „Innovative Prozesse und Organisation“ unter die ersten zehn Unternehmen.

Gemeinsam mit der Wirtschaftsuniversität Wien ermitteln die Ausrichter von TOP 100 jährlich die innovativsten Firmen. Zu den Bewertungskriterien zählt, wie innovationsförderlich die Strukturen sind und die Ressourcen eingesetzt werden, inwieweit das Unternehmensklima Innovation lang-

fristig ermöglicht und wie erfolgreich die einzelnen Betriebe damit sind. GELITA konnte mit seinen kontinuierlichen Verbesserungen der eigenen Produktionsprozesse und der Entwicklung neuer Produkte überzeugen. „Wir sind sehr stolz auf diese Auszeichnung und werden auch zukünftig systematisch innovative Ideen entwickeln, um damit nachhaltige wirtschaftliche Erfolge zu realisieren“, freut sich Michael Teppner, Global VP Marketing & Communication von GELITA, bei der Preisverleihung auf dem 4. Deutschen Mittelstands-Summit in Essen, Deutschland.

Auch darauf darf GELITA zu Recht stolz sein: Das Wirtschaftsmagazin Wirtschaftswoche hat eine Liste der TOP 50 innovativsten Mittelständler herausgegeben. GELITA belegt Platz 33.

Bild: Michael Teppner, Global VP Marketing & Communication (links) nahm gemeinsam mit Dr. Alexander Raab, Global VP Business Unit Gelatine (rechts) die Auszeichnung von Wissenschaftsjournalist und TV-Moderator Ranga Yogeshwar entgegen.



Respekt!

Für GELITA drückt sich Nachhaltigkeit in einem Wort aus: Respekt. Dazu zählt, dass wir die Einzigartigkeit jedes Individuums, die kulturelle Vielfalt und die Natur respektieren. Respekt bedeutet auch, gute Beziehungen zu pflegen und so aufmerksam wie rücksichtsvoll zu kommunizieren. Um die Natur zu schützen, reduziert GELITA kontinuierlich seinen ökologischen Fußabdruck. So ist in der Hälfte der weltweiten Produktionsstätten bereits ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 eingeführt, weitere werden in den nächsten Jahren folgen. Was wir sonst noch alles tun, können Sie im zweiten Nachhaltigkeitsbericht lesen:

www.gelita.com/de/zweiter-nachhaltigkeitsbericht-der-gelita-ag



Spannender Wettkampf

Der jährliche GELITA Trail Marathon Heidelberg erfreut sich großer Beliebtheit: 1.672 Läufer gingen Anfang Oktober bei kühlem Wetter an den Start. Die größte Attraktion war der Hauptlauf. Mehr als 400 Teilnehmer wagten sich auf die anspruchsvolle Strecke, bei der es 42 Kilometer, 1.500 Höhenmeter und drei Berge zu bewältigen galt. Gewonnen hat Pierre-Emmanuel Alexandre in 3:06:10 Stunden. Er und der Favorit Florian Neuschwander, der im letzten Jahr einen neuen Streckenrekord aufstellte, lieferten sich ein spannendes Rennen. Doch Neuschwander musste wenige Kilometer vor der Ziellinie wegen eines Sturzes aufgeben. Bei den Frauen hingegen gab es keine Überraschung: Aoife Quigly gewann zum dritten Mal in Folge.



Neuer Finanzvorstand für GELITA

Seit 1. Oktober 2017 hat GELITA einen neuen Chief Financial Officer (CFO): Stefan Scherer bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung – unter anderem als CFO und Chief Operating Officer – in der Lebensmittelbranche mit. Über seine ersten Wochen bei GELITA sagt der 50-Jährige: „Gegenseitiger Respekt und Wertschätzung werden bei GELITA gelebt.“ Beide Werte lägen ihm neben Ehrlichkeit und Offenheit am Herzen. Stefan Scherer folgt auf Klaus Hanke, der nach 19 Jahren bei GELITA in den Ruhestand gegangen ist.



NEUES GÜTESIEGEL

Seit 2016 ist GELITA Mitglied der **European Specialist Sports Nutrition Alliance (ESSNA)**. Der Verband vertritt die Interessen von Sportlern gegenüber Herstellern von Nahrungsergänzungsmitteln. Ziel ist es, Sportler mit sicheren, hochwertigen und effektiven Produkten zu versorgen. Die Produkte sollen den europäischen Vorschriften entsprechen und die Inhaltsstoffe sollen klar ersichtlich sein. Damit Verbraucher einfacher erkennen können, ob ein Produkt den ESSNA Richtlinien entspricht, hat der Verband ein neues Gütesiegel herausgebracht: Die ESSNA Kitemark kennzeichnet seit September 2017 die Produkte der Mitglieder und verspricht damit noch mehr Schutz für Sportler.



MESSE

TERMINE:

Besuchen Sie GELITA und erleben Sie innovative Produkte für die Megatrends von morgen. 2018 sind wir u. a. auf folgenden Messen präsent:

ENGREDEA, Anaheim	09. bis 11. März 2018
FIC, Shanghai	22. bis 24. März 2018
SSE, Secaucus, NJ	10. bis 11. April 2018
VITAFOODS, Genf	15. bis 17. Mai 2018
FCE PHARMA, Sao Paulo	22. bis 24. Mai 2018
HNC, Shanghai	26. bis 28. Juni 2018
IFT, Chicago	16. bis 18. Juli 2018
VITAFOODS ASIA, Singapur	11. bis 12. September 2018

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 bleibt
die Welt jung

122 Jahre alt war die Französin Jeanne Calment, als sie im August 1997 starb. Bisher ist keine andere Frau bekannt, die so alt geworden wäre – doch lange kann es nicht mehr dauern. Die Menschen leben mit wachsendem medizinischem Fortschritt, besseren Lebensbedingungen und größerem Wohlstand immer länger. Damit sie sich dabei in ihrem Körper wohlfühlen und fit bleiben, sind eine gesunde Ernährung und ausreichend Bewegung wichtig. Darüber hinaus können kollagenhaltige Produkte von GELITA dem Alterungsprozess entgegenwirken. BODYBALANCE® etwa erhält die Muskelmasse und mindert so den altersbedingten Abbau der Skelettmuskulatur. FORTIGEL® Kollagenpeptide arbeiten dem Abbau von Knorpelmasse und damit Gelenksbeschwerden entgegen. FORTIBONE® wiederum erhöht die Knochendichte und kann sogar Osteoporose-Patienten helfen.

Beweglich zu bleiben ist das eine. Doch nicht nur Frauen wünschen sich zudem, attraktiv zu altern. Das Sprichwort „Schönheit kommt von innen“ lässt sich hier charmant umdeuten: Nahrungsmittel mit dem gewissen Beauty-Effekt, sogenannte Nutricosmetics, sind ein wachsender Markt. Produkte mit VERISOL® von GELITA erhalten nachweislich die Festigkeit und Elastizität der Haut. Kleine Fältchen gehören zum Älterwerden und prägen ein Gesicht: Gegen die tiefen und unschönen Falten wirkt GELITA Sol® C. Die Mikropeptide in entsprechenden Pflegeprodukten gelangen in die tiefen Schichten der Haut und halten sie frisch und jung. Und darüber hinaus? Hilft eine positive Einstellung zum Leben!



Europa

Unglaubliche 89,5 Jahre beträgt die Lebenserwartung der Menschen, die in Monaco leben. Die Deutschen werden im Schnitt 80,7 Jahre alt. Insgesamt liegt die Lebenserwartung in Europa unter der asiatischer Länder, doch es gibt sogenannte Blue Zones, meist Inseln, in denen die Menschen überraschend alt werden. Die griechische Insel Ikaria ist eine solche. Der Anteil der über 90-Jährigen ist zehnmal so hoch wie im europäischen Durchschnitt. Ein Grund könnte die Ernährung sein, ein anderer schlicht die genetische Veranlagung.



Japan

Der Genuss von grünem Tee, eine fischreiche Ernährung und zahlreiche Algenprodukte: Sind es diese Faktoren, welche die Japaner so alt werden lassen? Ihre Lebenserwartung beträgt stolze 85 Jahre. Grund oder Folge: Japan ist einer der führenden Märkte für Nutricosmetics. Marshmallows gegen Falten oder Drinks für geschmeidige Gelenke sind hier bereits seit Jahren geläufige Produkte.



Kanada

Die Lebenserwartung in Kanada ist in den vergangenen zehn Jahren um knapp zwei Jahre auf 81,9 gestiegen – während sie in den benachbarten USA stagniert und sogar sinkt, 2015 lag sie bei 78,8 Jahren. In Kanada blieben vor allem die älteren Menschen gesünder als früher, so einer der Faktoren für die steigende Lebenserwartung. Die Gesundheitsversorgung könnte dabei eine Rolle spielen. Auch gelten die Kanadier als sehr sportlich.



Mehr über GELITA® EC 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 vorhergehende Ausgaben.

GELITA AG
Uferstraße 7
D-69412 Eberbach

www.gelita.com

GELITA
Improving Quality of Life