



AKTUELL

Newsletter für Seafood, Tiefkühlkost und Meer

3 | 2009



③ **Produktinnovation**
Salatshrimps mit Grillstreifen

③ **Anuga**
Positive Bilanz für Ristic

④ **Newsticker**
Ökologie und Nachhaltigkeit
wichtig für Verbraucher

*Liebe Leserinnen
und Leser,*

seit vielen Jahren engagiert sich die Ristic AG schon mit unterschiedlichen PPP-Projekten in Costa Rica. Die Erfolge zeigen sehr deutlich: Eine Entwicklung hin zu nachhaltiger Aufzucht und zu bestandserhaltendem Wildfang ist sehr wichtig, wenn wir die natürlichen Ressourcen unseres Planeten erhalten wollen.

Unsere ganzheitlich ausgerichtete Unternehmensstrategie bauen wir nun weiter aus. Ristic engagiert sich gezielt mit einem neuen PPP-Projekt in Indien, mit dem die Aufzucht naturnaher Garnelen in Stauseen unterstützt werden soll. Lesen Sie mehr auf den Seiten 1 und 2.

Wir freuen uns zudem, Ihnen in diesem Jahr wieder eine Produktinnovation präsentieren zu dürfen: unsere neuen Salatshrimps mit Grillstreifen, die jeden Salat ganz einfach verfeinern. Auf Seite 3 erfahren Sie alles zum neuen Convenience-Produkt.

Bei der Lektüre wünschen wir Ihnen viel Vergnügen!

Ihr Ristic-Team

ENGAGEMENT FÜR NACHHALTIGKEIT MIT NEUEM PPP-PROJEKT

Ristic fördert die Aufzucht naturnaher Garnelen in Indien

Ökologisch erzeugte Lebensmittel liegen bei den Verbrauchern voll im Trend. Mit der steigenden Nachfrage erhöhen sich jedoch auch die Herausforderungen an die produzierenden Unternehmen, denn das Marktwachstum kann durch die derzeitige Erzeugungsmenge kaum aufgefangen werden. Ristic hat die Zeichen der Zeit schon vor vielen Jahren erkannt und sich beispielsweise in Costa Rica mit mehreren PPP-Projekten engagiert, die für bestandserhaltenden Wildfang und nachhaltige Aquakulturen stehen. Dieses Engagement wird nun noch weiter ausgebaut: In Indien startet Ristic ein neues sozial-ökologisches Projekt – die Aufzucht naturnaher Garnelen in Stauseen.

Für Indien sind die Einnahmen aus der Fischwirtschaft mit einer Gesamtproduktion von Fischen, Mollusken und Crustaceen zwischen 3,3 und 3,7 Millionen Tonnen jährlich essentiell für das Volkseinkommen. Das „Lake-Shrimps“-Projekt der Ristic AG, das mit der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) verwirklicht werden soll, hat zum Ziel, eine naturnahe und ökologisch verträgliche Aufzucht von Süßwasser-Garnelen zu fördern.

Um die naturnahen Lake Shrimps aufzuziehen, werden zunächst die Larven der

Riesenflussgarnele von einheimischen Fischern an Flussmündungen abgefangen und dann unter quasi-natürlichen Bedingungen in Stauseen ausgesetzt. Die adulten Tiere können nach einigen Monaten gefangen werden. „Da aufgrund der großen Fläche der Seen der Einsatz von Antibiotika, Wachstumshormonen und Futtermitteln so gut wie wirkungslos bleiben würde, kann sichergestellt werden, dass die Riesengarnelen unter natürlichen Bedingungen aufwachsen“, erklärt Michael Struffert, Vorstand der Ristic AG.

Neben dem ökologischen Fokus zeichnet sich das neue PPP-Projekt von Ristic durch eine ▶



▶ starke soziale Komponente aus. Der Schwerpunkt liegt dabei zunächst auf der Professionalisierung der Infrastruktur und Logistik vor Ort. Gegenwärtig verdirbt beim Abtransport ein Großteil der Garnelen – zum Beispiel durch unzureichende Kühlvorrichtungen. „Nur mithilfe einer qualitativ hochwertigen Infrastruktur können die Fänge tatsächlich ausgeschöpft werden“, so Struffert. „Von der Investition profitieren die lokalen Fischer. Zudem gewinnen sie durch die von uns gegebene langjährige Abnahmegarantie Planungssicherheit.“ Auf diese Weise werden die Voraussetzungen für indische Fischerkommunen geschaffen, Garnelen in „Bio-Qualität“ aufzuziehen. Aufgrund ihrer bräunlichen Färbung unterscheiden sich die indischen Stausee-Garnelen deutlich von Tieren aus konventioneller Zucht mit einer bläulich-rötlichen Färbung. Dies erleichtert Kontrollen und verringert die Wahrscheinlichkeit einer Beimischung von konventionellen Zuchtgarnelen.



Mit Blick auf die künftige Marktpositionierung der Stausee-Garnelen soll in einem zweiten Schritt gemeinsam mit lokalen Kooperationspartnern ein Konzept für eine ökologische Larvenaufzucht entwickelt werden. Den beteiligten Fischerkommunen wird damit eine hervorragende ökonomische

Schutz wichtiger Lebensräume

Mangroven gehören neben Korallenriffen und den tropischen Regenwäldern zu den produktivsten Ökosystemen der Erde. Das Wurzelwerk der Mangrovenbäume ist zum Beispiel ein wichtiger Lebensraum sowie Laich- und Aufwuchsgebiet für Fische, Krebse und Garnelen. Leider werden Mangrovenwälder seit vielen Jahren großflächig abgeholzt. Die Ristic AG engagiert sich daher mit einem Programm an der indischen Westküste im District Ratnagiri für die Aufforstung von Mangroven, um den für Garnelen wichtigen Lebensraum zu schützen. Auf diese Weise wurden bisher 20.000 Mangrovenbäume eingepflanzt. Ristic finanziert zudem eine Aufwuchsstation, damit Mangrovenpflanzen auch in Zukunft kontinuierlich ausgesetzt werden können.



mische Chance geboten, die gestiegene Nachfrage nach Garnelen aus nachhaltiger Produktion zu bedienen, die gerade in den letzten Jahren immer stärker in den Fokus des Einkaufs und der Vermarktungsstrategien der internationalen Garnelenwirtschaft gerückt sind. Integraler Bestandteil der internationalen Vermarktung ist dabei ein deutsch-indischer Stakeholderdialog über nachhaltige Garnelenwirtschaft und lokale Entwicklung. Das Ziel ist letztlich, den indischen Stausee-Garnelen künftig einen festen Platz im Portfolio von Ristic zuzuweisen. 🌿

PRODUKTINNOVATION 2009: SALATSHRIMPS MIT GRILLSTREIFEN

Immer ein Genuss – ob als leckere Beilage oder einfach pur



Salat ist gesund und fester Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung. Wer das Besondere liebt, kann seine Salate nun mit einem echten Highlight verfeinern: den neuen Salatshrimps mit Grillstreifen von Ristic.

Ganz im Sinne des Convenience-Trends müssen sie nur aufgetaut werden und schon sind sie verzehrbereit. „Durch unsere Salatshrimps mit Grillstreifen bauen wir unser Produktportfolio weiter aus und positionieren uns in der Branche klar als

Innovationsführer“, sagt Michael Struffert, Vorstand der Ristic AG. Nicht nur geschmacklich stechen die Shrimps hervor. Die feurigen Streifen auf der Kruste machen sie zudem zum echten Blickfang auf dem Esstisch. Die Verwendungsmöglichkeiten des neuen Ristic-Produkts sind vielfältig. Es eignet sich sowohl zur Salatverfeinerung, als auch als kleine Vorspeise oder als leckerer Snack für zwischendurch.



RISTIC AG ZIEHT POSITIVE BILANZ DER ANUGA

Trend geht klar zu nachhaltig hergestellten Produkten

In zufriedene Gesichter konnte man bei den Mitarbeitern der Ristic AG blicken, nachdem die Anuga 2009 ihre Tore geschlossen hatte. Das große Interesse der Händler und Journalisten am Engagement des Unternehmens in Indien zeigte einmal mehr, dass der von Ristic eingeschlagene Weg richtig ist.

„Wir sind sehr zufrieden mit unserer Präsenz auf der Anuga“, bilanziert Michael Struffert, Vorstand der Ristic AG. „Von Handel und Presse haben wir vor allem auf unser sozial-ökologisches ‚Lake-Shrimps‘-Projekt in Indien sehr gute Rückmeldungen erhalten. Wir scheinen damit den richtigen Nerv getroffen zu haben. Ich bin mir sicher, dass die Nachfrage nach Meeresfrüchten aus nachhaltiger Produktion auch in Zukunft weiter steigen wird.“

Diese Aussage bestätigen auch weitere Eindrücke von der Anuga. So haben viele Hersteller mittlerweile ihr Produktportfolio um Fisch und Meeresfrüchte aus bestandserhaltendem Wildfang und naturnahen Aquakulturen erweitert. Auch die Tendenz zur engeren Zusammenarbeit zwischen Fischwirtschaft, Fischern, Politik und Verbänden,



um der Überfischung der Weltmeere noch stärker als bisher entgegenzuwirken, ist zu erkennen. So sollen unter anderem eine Fischbestands-Datenbank und eine genaue Fanggebietenkennzeichnung auf freiwilliger Basis dafür sorgen, dass sich die Populationen erholen können. Auch die Zertifizie-

rung von Aquakulturen ist weiter auf dem Vormarsch; ein Trend, den Ristic mit seinen naturnahen Aquakulturen in Mittelamerika schon vor einigen Jahren erfolgreich prägte. Dort wachsen Garnelen ganz ohne den Zusatz von Antibiotika und Wachstumshormonen auf.

ÖKOLOGIE UND NACHHALTIGKEIT SIND WICHTIG FÜR VERBRAUCHER: Große Unternehmen sollten sich aktiv daran beteiligen, gesellschaftliche und ökologische Probleme zu lösen. Dieser Aussage stimmen 77 Prozent der Befragten einer von Kellogg's in Auftrag gegebenen europäischen Studie zum Thema Nachhaltigkeit und Verantwortung zu. Insgesamt nahmen über 10.000 repräsentativ ausgewählte Bürger ab 18 Jahren aus Deutschland, England, Frankreich, Spanien und Schweden teil. Der Trend geht klar zu nachhaltigen Produkten: Rund ein Drittel der Befragten würden bis zu 10 Prozent mehr für ein Produkt bezahlen, das sozial oder ökologisch verantwortungsvoll hergestellt wurde. Auch der Begriff Nachhaltigkeit ist bei den Verbrauchern gesetzt: Immerhin 92 Prozent haben bereits davon gehört.



VERBRAUCHERZENTRALE SACHSEN EMPFIEHLT FISCH AUS NACHHALTIGER FISCHEREI: Wer Fisch gerne auf seinen Speiseplan setzt, sollte auf Produkte aus nachhaltiger Fischerei zurückgreifen. Dies empfiehlt die Verbraucherzentrale Sachsen. Im Rahmen nachhaltiger Fangmethoden wird den Meeren viel weniger Fisch entnommen als bei der herkömmlichen Fischerei, so dass negative Auswirkungen auf das Ökosystem minimiert werden können. Doch wie erfährt der Verbraucher, welche Produkte ökologisch unbedenklich sind? Hier sollte man sich laut Verbraucherzentrale auf anerkannte Siegel und Zertifizierungen verlassen. Beispiele hierfür sind die Zertifizierungen von Naturland oder auch das MSC-Siegel.

HANDELSMARKEN WEITER AUF DEM VORMARSCH: Markenprodukte haben es immer schwerer, fand die Medienagenturgruppe Zenith Optimedia in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Innofact heraus. Vergleicht man bei der Planung des wöchentlichen Einkaufs den Anteil von Marken im Vergleich zu Handelsmarken, schreiben die Konsumenten 60 Prozent Markenartikel auf den Einkaufszettel. Kommt es jedoch zur Kaufentscheidung, so zeigt sich, dass Handelsmarken immer öfter vorgezogen werden: Insgesamt kaufen Verbraucher mehr als doppelt so viele Handelsmarken als sie vor dem Einkauf geplant hatten. Bei der sogenannten „Einkaufszettelstudie“ wurde mit 561 haushaltsführenden Personen zwischen 18 und 69 Jahren eine mehrstufige Online-Befragung durchgeführt.

EU-FORSCHUNGSPROJEKT: SCHMECKT BIO WIRKLICH BESSER? Bio-Lebensmittel sind für Verbraucher in den letzten Jahren immer wichtiger geworden. Doch halten die Produkte auch geschmacklich, was ihre ökologische Herkunft verspricht? Dieser Frage geht ein EU-Forschungsprojekt nach und beschäftigt sich mit der Sensorik von Bio-Produkten. Dafür werden Milch-, Fleisch-, Tomatenprodukte, Backwaren, Äpfel sowie Öle in sechs europäischen Ländern auf ihren Geruch, Geschmack und ihr Aussehen bewertet. Die Ergebnisse der sensorischen Analyse sollen dann mit entsprechenden Konsumentenbefragungen kombiniert werden.



BIO-BOOM GESTOPPT: Die Zeiten des Wachstums sind vorerst vorüber: Erstmals verzeichneten Bio-Produkte einen Umsatzrückgang. Im ersten Halbjahr 2009 gaben die Verbraucher für Bio-Lebensmittel rund vier Prozent weniger aus als noch vor einem Jahr. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Deutlich negativer haben sich die Ausgaben für Bio-Produkte im Lebensmitteleinzelhandel entwickelt. Hier wurde ein Umsatzrückgang von sechs Prozent registriert.



FISCH UND MEERESFRÜCHTE BEIM GRILLEN BELIEBT:

Die Deutschen grillen abwechslungsreich: Neben den Grillklassikern Würstchen und Fleisch legen sich laut einer Emnid-Studie insgesamt 63 Prozent der Verbraucher auch gerne Fisch und Meeresfrüchte auf den Rost. Das schmeckt nicht nur lecker, sondern ist auch gesund: Die Lebensmittel aus dem Ozean enthalten leicht verdauliches Eiweiß und wichtige Omega-3-Fettsäuren.

Impressum

Ausgabe: 3/2009, November

Herausgeber:

Ristic AG
Am Espen 15
90559 Oberferrieden
www.ristic.com

Ansprechpartner:

Stefan Eßmann
stefan.essmann@ristic.com

Text und Layout:

komm.passion GmbH
www.komm-passion.de