

MAGAZIN SNACK

Ausgabe 04

LIVE

Food-Mythen

Was wir glauben zu wissen!

Best of
#bäckersupporter

It's
Gin o'clock



BBQ-TIME

TIPPS & IDEEN FÜRS SOMMERFEELING



BROT ESSEN

IST KEINE KUNST ...

#backenistkunst



... ABER BROT BACKEN!

EDITORIAL

Liebe Snack-Freunde,

Hier scannen und mehr über
die aktuelle Ausgabe erfahren!



was machen wir eigentlich im diesjährigen Sommerloch? Keine Fußball-EM, keine Olympischen Spiele, keine Großveranstaltungen. Was bleibt da noch für uns?

Zeit für die Themen der neuen SNACK LIVE, mit denen Sie über die heißen Monate kommen.

Wir berichten über Diversity in der modernen Arbeitswelt und klären auf, warum man sich als zukunftsorientiertes Unternehmen auch für Minderheiten und die LSBTIQ-Community (Lesbian, Gay, Bisexual, Trans, Intersex, Queer) öffnen muss, um für Mitarbeiter und Kunden attraktiv zu sein.

Außerdem stellen wir zwei leckere Sommerdrinks mit Gin vor und RTL-Adelsexperte Michael Begasse plaudert im Exklusiv-Gespräch aus, was bei den Royals auf den Tisch kommt. Wir geben Insiderwissen zu vielen Food-Mythen preis und haben leckere Grillprodukte unserer Partner gefunden.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen, nachmischen und verspreche – Wir sehen uns bald wieder.

Ihr Alexander Huhn
Geschäftsführung FREUNDE DES SNACKS e.V.

#DasPerfekteDinner

Alle Highlights der Sendungen
"Das Perfekte Dinner"
Jetzt nochmal anschauen auf:
www.tvnow.de

DAS PERFEKTE
Dinner in Hannover

mit unserem Snack-Mann
Alexander Huhn



INHALT

alles auf
einen Blick



Aktuelles
aus dem Markt

| 6

Marktdaten
Kundenbon

| 7

Best of
#bäckersupporter

| 8 + 9

Grillen
Tipps & Ideen fürs BBQ

| 10 + 11

Gin o'clock
Niemand Dry Gin

| 12 + 13

Food-Mythen
Was wir glauben zu wissen

| 14 - 19

Royale Gaumenfreuden
Was essen Könige

| 20 - 23

Hipster
Was Sie über die Zielgruppe
wissen müssen

| 24 + 25

Diversity
Vielfalt in der Belegschaft
zahlt sich aus

| 26 + 27

Work-Life-Balance
Gleichgewicht zwischen
Beruf & Privat

| 28 + 29

Snack-Rezepte
Bowl mit Falafel-Bällchen
& Focaccia

| 30 - 33

Vorschau
auf die nächste Ausgabe

| 34

Impressum

Herausgeber

FREUNDE DES SNACKS e.V.

Postfach 92 02 14

30441 Hannover

Fon: 0511 . 41 07 430

Mail: post@freunde-des-snacks.de

Web: www.freunde-des-snacks.de

Registergericht: Amtsgericht Hannover

Registernummer: VR 202641

Geschäftsführung: Alexander Huhn

Vorstand: Thomas Nolte (Vorsitz), Thorsten Falker,

Joachim Leppig

Datenschutzerklärung:

<https://www.freunde-des-snacks.de/datenschutz/>

Redaktionelle Verantwortung & Anzeigenleitung:

Alexander Huhn

Designkonzept & Realisation

F3 Agentur, Hannover

Bildnachweise:

Titelbild (Hintergrund), Freepik by vectorpouch

Titelbild (rechts), AdobeStock: 270993899

Titelbild (mitte, links), Niemand Spirits GmbH

Titelbild (unten, links), SAVENCIA Fromage & Dairy Deutschland GmbH

Bild (Seite 2, Vordergrund), Marcel Zeumer

Bild (Seite 2, Hintergrund), Freepik by picofast

Portrait (Seite 3), Marcel Zeumer

Bilder (Seite 4-5), Marcel Zeumer

Bild (Seite 6), Marcel Zeumer

Bilder (Seite 8-9), F3 Agentur

Portrait (Seite 9), Marcel Zeumer

Bild (Seite 10-11, Hintergrund), Freepik by freepik

Portrait (Seite 10-11), Luis Mollnero

Bilder (Seite 10, links 1-2), HOMANN Feinkost GmbH

Bilder (Seite 10, mitte 3-4), SAVENCIA Fromage & Dairy Deutschland GmbH

Bild (Seite 11, rechts), ALPENHAIN Käsespezialitäten GmbH

Bilder (Seite 12-13), Niemand Spirits GmbH

Bilder (Seite 14-19), Freepik by freepik, Racool

Studio, macrovector, dashu83, 8photo, Evening Tao,

master1305, bearfotos, jannoon028

Bilder (Seite 20-21), royal.uk, Maritim Hotel

Bilder (Seite 22-23), dpa.de/ Willi Oliver, Kungahuset.se, The Royal Court

Bilder (Seite 24-25, Komposition), F3 Agentur

Bild (Seite 26-27), Freepik by rawpixel.com

Bild (Seite 28-29, Hintergrund), Tiara Chard

Bild (Seite 29, rechts) Mark II

Bilder (Seite 30-33), Marcel Zeumer

Bilder (Seite 34), Freepik by Freepik

Bilder (Seite 35), ELLER foodPackaging GmbH

Erscheinungsweise & Druck:

2 x jährlich, Wir machen Druck GmbH, Backnang

Erscheinungsdatum:

Juli 2020

Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Änderungen vorbehalten. Druckfehler bleiben vorbehalten und verpflichten nicht zum Verkauf. Die angegebenen Preise verstehen sich in Euro.

AKTUELLES aus dem Markt

Junge haben gehamstert

In der Corona-Krise haben vor allem junge Leute Arzneien, Lebensmittel und Hygieneartikel gehamstert. 53 Prozent der 18- bis 29-Jährigen haben Produkte des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, Seife oder Toilettenpapier über das gewöhnliche Maß gekauft. Das liegt wohl auch an der Unsicherheit, das erste Mal im Leben vor leeren Regalen zu stehen. Verbraucher dieser Altersgruppe sind es gewohnt, dass jeden Tag alle gewünschten Produkte verfügbar sind.

Quelle: FAZ

Saudi-Arabien hebt Geschlechtertrennung in Restaurants auf

Frauen und Männer müssen in saudi-arabischen Restaurants nicht mehr getrennte Eingänge benutzen und nicht mehr nach Geschlechtern getrennt sitzen. Bislang war es in Saudi-Arabien die Norm, dass Männer und Frauen, die nicht miteinander verwandt waren, in der Öffentlichkeit nicht zusammenkommen durften. Restaurants und Cafés, auch solche großer westlicher Ketten, sind bislang aufgeteilt in „Familien“-Bereiche für Frauen, die alleine unterwegs sind oder von männlichen Verwandten begleitet werden, sowie „Single“-Bereiche nur für Männer.

Quelle: Wirtschaftswoche

Handel fürchtet Umsatzminus von 40 Milliarden

Zwischen 10 und 15 Prozent weniger Umsatz erwartet der Handelsverband Deutschland im laufenden Krisenjahr – für viele Händler wären Einbußen in dieser Größenordnung existenzbedrohend. Umsatzsteigerung gab es bei Filialen in Vorkassenzonen und als Nahversorger. Freestander und reine Gastro-Standorte von Bäckereien mussten dagegen mit deutlichen Einbußen handeln.

Quelle: Lebensmittelzeitung

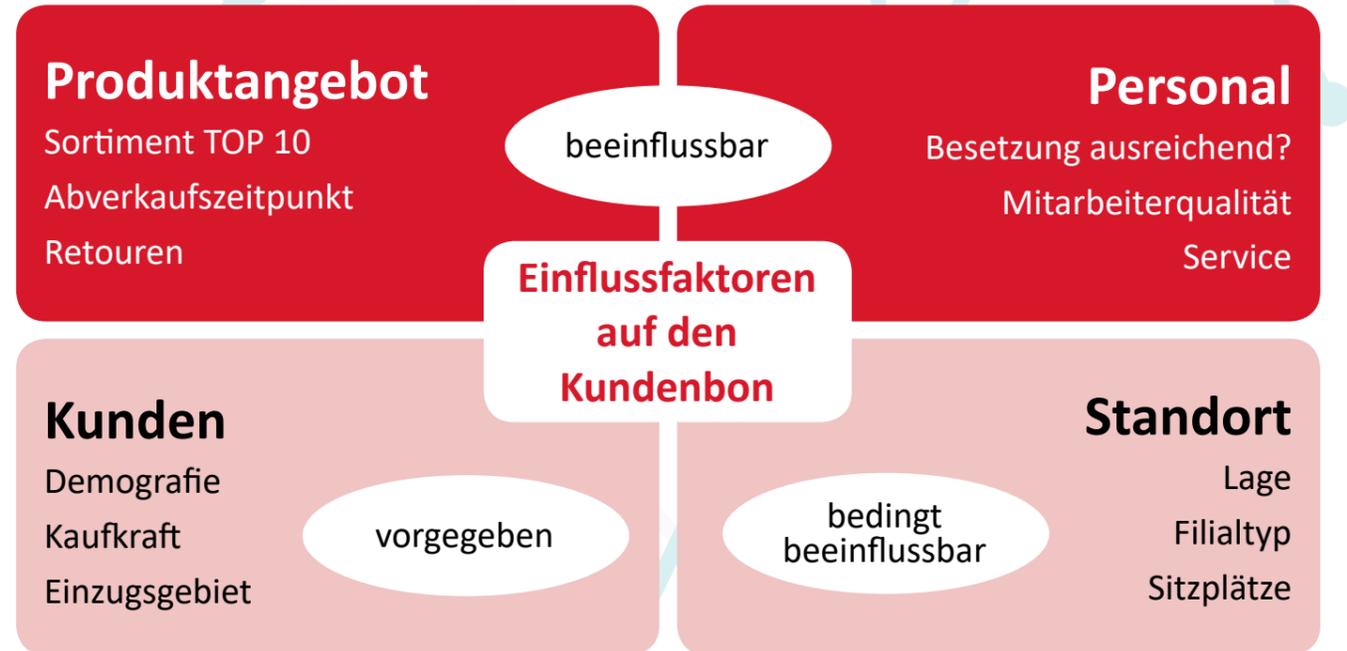
Indoor Farming im Einzelhandel

Jetzt wachsen frische Kräuter direkt in den Filialen des LEH. Superfrisch, ökologisch und nachhaltig soll es sein. Transportwege entfallen und Verbraucher werden mit dem Blick „aufs Feld“ gelockt. Auch Supermärkte der EDEKA und Aldi Süd setzen auf diesen neuen Trend, der das aktuelle Bewusstsein für Urban Farming näher an den Verbraucher bringt.

Quelle: Lebensmittelzeitung



MARKTDATEN Kundenbon



Quelle: Gehrke Econ

Wie hat sich der Kundenbon vor der Krise beim Bäcker entwickelt?

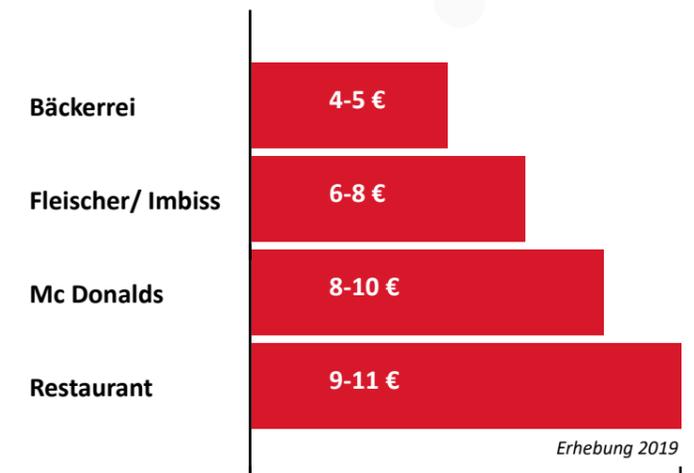
Der Kundenbon ist das Instrument eines Gastro-Anbieters, das einen wichtigen Einblick in die aktuelle Lage bietet.

Zwischen 4-5 Euro für eine Bäcker-Mittagspause legen die Deutschen auf den Tisch, dagegen liegen Systemgastro-Restaurants wie beispielsweise Hans im Glück deutlich über 12 Euro. Woran das liegt? „Möchten Sie das Menü mit Getränk“, wird hier sofort nett gefragt und das Angebot angepriesen. Beim Bäcker hingegen fehlt diese Ankündigung oft noch, weshalb der Kunde schon selbst sagen muss, was er haben möchte.

Durch gezielte Angebotskalkulation und auch Marketing und letztendlich eine umfangreiche Mitarbeiterschulung lässt sich auch der Bon beim Bäcker anheben.

Wenn wir keine Angst mehr haben, unsere hervorragenden Produkte auch zu einem adäquaten Preis anzubieten.

Steigerung beim Bäcker muss sein!



Best of BÄCKERSUPPORTER



Hilfe FÜR BÄCKER

IN CORONA-ZEITEN: Initiative #BÄCKERSUPPORTER

#SupportYourLocal

In Zeiten von Corona und Kontaktbeschränkungen hat der FREUNDE DES SNACKS e.V. gemeinsam mit den Netzwerkpartnern die Initiative **#bäckersupporter** ins Leben gerufen.

Bäckereien sollten unterstützt werden, indem die Verbraucher für ihren Einkauf in deutschen Bäckereifilialen belohnt werden.

Es ist in diesen schwierigen Zeiten besonders wichtig, kleine Betriebe und vor allem Handwerksbäcker zu unterstützen. Unsere Bäcker produzieren weiter und verkaufen täglich frische Ware. Gemeinsam mit Jörg

Neuhaus von der C. Siebrecht Söhne KG wurde die Aktion **#bäckersupporter** ins Leben gerufen. Wir wollten mit dieser Aktion unsere Bäckereien unterstützen und damit zur Seite stehen. Dafür sind FREUNDE eben da.

#bäckersupporter startete am 01.04.2020 und lief bis zum 15.05.2020. Über 250 Teilnehmer aus ganz Deutschland haben sich an der Aktion beteiligt und fleißig ihre Bons an FREUNDE DES SNACKS geschickt. Von hochwertigen Topf-Sets, bis hin zu Käsepaketen und Fitnessuhren standen Dank der Netzwerkpartner Preise im Gesamtwert von 3.000 Euro bereit.

UNTERSTÜTZE DEINEN LIEBLINGSBÄCKER

Im Wert von 5,00 € einkaufen.

Kassenbon via WhatsApp einsenden.

Tolle Sachpreise sichern.

1.

2.

3.



#bäcker supporter

Mein GRILLMEINE REGELN

Grillen, Chillen, Bierchen killen

#Grill On

Grillen BBQ-TIME TIPPS & IDEEN



2020 wird es auf dem Grill noch abwechslungsreicher

Immer das gleiche Grillprogramm mit den Liebesspeisen? Die Zeiten sind längst vorbei. Die Rezeptvorschläge werden dieses Jahr noch kreativer, mutiger und kombinationsfreudiger.

Immer mehr Menschen schauen genau hin, woher das Grillgut kommt. Die Diskussion um Nachhaltigkeit und Gesundheit ist angeregter denn je. Fleisch, Fisch und Gemüse aus der Region schmecken einfach am besten. Nicht zuletzt, weil man sich auf gute Qualität verlassen kann. Ob es vegetarischer Fleischersatz sein soll, warum nicht einfach mal ausprobieren? Es gibt nicht nur Tofu-Steaks und Soja-Würstchen, inzwischen ist das vegetarische und vegane Grillangebot riesig.

Die Digitalisierung macht auch vor dem Grill nicht Halt und bringt so manch Praktisches hervor, wie etwa spezielle Grill-Thermometer. Die Geräte funktionieren kabellos über Sensoren, Bluetooth und WLAN. Die Steuerung erfolgt per App, durch die Eingabe des Grillguts und der gewünschten Garstufe. Sobald die Temperatur erreicht ist, informiert die App darüber. Es bleibt also genug Zeit für die Gäste, denn um die Temperatur im Grillgut muss sich der Grillmeister nicht mehr sorgen.

Das indirekte Grillen auf der Holzplanke, also Plank Grilling, gehört ebenfalls zu den aktuellen Trends. Die schonende Zubereitung ist inzwischen sehr beliebt, um Fisch, Gemüse oder Geflügel ein besonders Aroma zu geben. Ob Zeder, Kirsche, Buche oder Erle – es eignen sich viele Holzarten für das Grillen auf dem Räucherbrett. Nur unbehandelt und harzfrei sollte es sein.

#Homann

Zwei Klassiker, die auf keinem Grillfest fehlen dürfen: Curry Gewürzketchup - würzig lecker und Pellkartoffelsalat - saftig wie selbstgemacht. Beides von HOMANN Feinkost im LEH erhältlich. www.homann-foodservice.de



#Savencia

Burger vom Grill - geht immer. Raclettekäse im Sommer - unbedingt. Zartschmelzender Genuss als Topping für jedes gute Burgerpatty. Von LE RUSTIQUE RACLETTE L'ORIGINALE im LEH. www.savencia-fdfoodservice.de



#Alpenhain

Nicht nur für unsere vegetarischen Freunde. Grill Camembert als Spieß mit Gemüse ist nicht nur eine leckere Beilage, sondern auch ein yummy Hauptgericht. Von Alpenhain im LEH. www.alpenhain.de



#Grilltastisch

#NiemandDryGin

NIEMAND DRY GIN

IT'S *Gin* O'CLOCK

Beet it

6cl Niemand Gin
3cl Limettensaft
2cl Rote Beete Saft
Filler Tonic Water

GIN IST DAS TREND-GETRÄNK

Holz trifft Blume. Außergewöhnlich, einzigartig, besonders. Der Premium-Handcraft-Gin verzichtet auf die gängige Zitrusnote & besticht mit seiner floralen, sanften Note. Sandelholz, Lavendel & Rosmarin prägen diesen Gin und laden zu einem verträumten Spaziergang durch den Nadelwald ein.

2015 entstand die Idee, einen neuen, blumigen Geschmack zu entwickeln. Die Inspiration für die Hauptbestandteile Lavendel & Sandelholz kommt aus der Parfüm-Welt. Hier wurde auch das extravagante Design für die stylische Glasflasche geprägt, die an Parfüm-Flakons erinnert. Niemand Dry Gin aus Hannover war der erste Gin, der ein Holz als Botanical einsetzt.

Botanicals: Lavendel, Sandelholz, Rosmarin, Apfel, Zimt, Ingwer, Pinienkerne, Vanille, Wacholder, Koriander

Nosing: Lavendel, Rosmarin, Sandelholz

Tasting: Apfel, Zimt, Pinienkerne

Die Welt über Niemand:

“Lieblich und verspielt duftet der Lavendel, balsamisch und rauchig klingt das Sandelholz durch, mediterrane Züge des Rosmarins betören die Sinne: der Niemand Dry Gin ist ein Fest für Nase und Zunge. Die drei Leitbotanicals sind alles andere als typisch und echte Signature-Ingredients der kleinen Hannoveraner Destille. Wie es sich für einen Dry Gin gehört kommt natürlich noch Wacholder hinzu. Im Geschmack zeigen sich dann deutliche Noten von Apfel, Zimt und Pinienkernen. Ein komplexer und extrem feiner Dry Gin erwartet die Genießer. Am besten eisgekühlt mit Apfelscheibe und Rosmarin im G&T verkosten.” - foodist.de

Niemand schmeckt pur.

Oder im Mix als „Gimlet“ oder „Beet it“.



Gimlet

6cl Niemand Gin
2cl Lime Cordial
auf Eis gerührt

FOOD-MYTHEN

WAS WIR GLAUBEN ZU *Wissen*



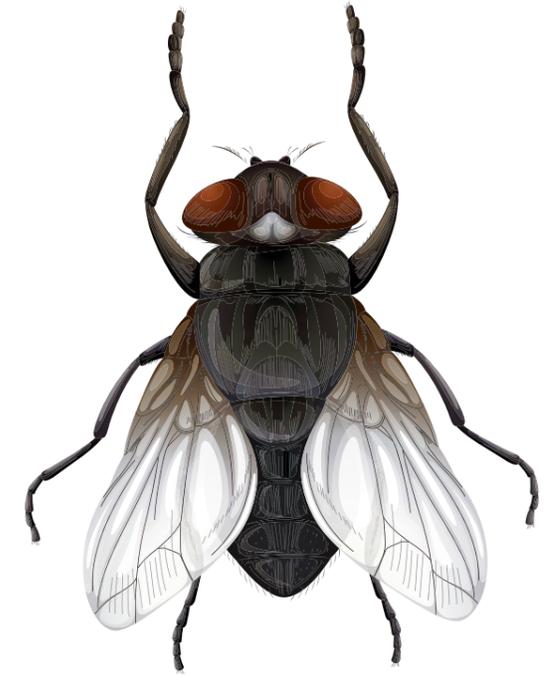
FEEDLOT STATT GRÜNER WEIDE

Bei der Fleischauswahl achten viele auf eine artgerechte Haltung der Tiere. Gerade Importware aus dem Ausland wirbt daher gern mit positiv klingenden Begriffen wie „Weidehaltung“, ohne nähere Angaben zu machen. Da es jedoch kein rechtlich geschützter Begriff ist, ist nicht garantiert, dass Rinder nicht trotzdem zu Zehntausenden in Mastgehegen (engl. feedlot) gehalten werden.

KANN MAN EINE WURST MIT ABFALL UND WASSER STRECKEN, OHNE DASS ES JEMAND MERKT?

Auch wenn sich die Zahl der Vegetarier in Deutschland in den vergangenen zehn Jahren verdoppelt hat - Fleischkonsum erfreut sich hierzulande noch immer großer Beliebtheit. So verzehrt jeder Deutsche im Jahr durchschnittlich 60 Kilogramm, doch wie hoch ist eigentlich der tatsächliche Fleischanteil in den von uns verzehrten Waren? Ein Team von deutschen Reportern hat jetzt aufgedeckt, dass es durch den Zusatz bestimmter Proteine, die aus Schlachtblut gewonnen werden, möglich ist, Frischfleisch oder Wurst mehr Wasser einzuspritzen, sodass man die dadurch deutlich schwereren Produkte teurer verkaufen kann. Diese Form von Verbrauchertäuschung wird offenbar von diversen Discounter-Fleischproduzenten praktiziert, und da viele das Proteinpulver nicht angeben, bleibt die Panscherei oft unentdeckt. Speziell bei Proteinen aus Blutplasma ist es laut Ernährungsforschern derzeit nicht möglich, Täuschungen mit undeklariertem Wasser in Fleischprodukten nachzuweisen. Eine gepanschte Wurst wurde sogar von der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) prämiert. Den Prüfern war nicht aufgefallen, dass die Geflügelwurst nur zu neun Prozent aus Fleisch, dafür aber zu 27 Prozent aus Wasser und zu 46 Prozent aus Fleischabfällen bestand.

Quelle: Welt der Wunder



WELCHE INSEKTEN SIND IN UNSEREM ESSEN?

Zusatzstoffe im Essen sind keine Erfindung der Neuzeit. Tatsächlich werden viele von ihnen schon seit Jahrhunderten verwendet - bestes Beispiel ist der Farbstoff Nummer E 120, auch Karmin oder Cochenille genannt. Er sorgt u.a. in Käse, Wurst, Süßwaren und Obstkonserven für die scharlachrote Farbe und ist dazu noch völlig natürlich. Der Haken an der Sache: Cochenille wird aus Insekten gewonnen - genauer gesagt: aus Cochenille-Schildläusen - und das sorgt besonders bei Vegetariern für Empörung, da das Läusepulver häufig bei pflanzlichen Fleischersatzprodukten eingesetzt wird, um die typische Wurstfarbe nachzuahmen. Die Heimat der Schildläuse liegt in Südamerika, wo man sie schon seit Jahrtausenden nutzt, um Textilien und Speisen zu färben. Im Zuge der Eroberung des Kontinents stiegen die Insekten zum wichtigsten Exportgut direkt nach Gold und Silber auf. Zehntausende von Tonnen an Laus-Eiern wurden nach Europa verschifft - und gingen als „Eier des Kolumbus“ in die Geschichte ein. Heute gerät der Farbstoff jedoch zunehmend in die Kritik und das nicht nur bei Vegetariern: Auch unter Pharmakologen ist die Lausfarbe umstritten. Der Grund: E 120 kann allergische Reaktionen auslösen. Zwar lassen sich diese durch eine gründliche Reinigung des Extraktes vermeiden, da jedoch immer wieder Bakterien den Gewinnprozess überleben, sollte das Naturprodukt vor der Verwendung stets sterilisiert werden.

#Foodfail

Quelle: Welt der Wunder

FOOD-MYTHEN

WAS WIR GLAUBEN ZU *Wissen*



FAKE TOMATENMARK

Tomatenpaste aus China besteht meist nur zu 45 Prozent aus Tomaten. Der Rest setzt sich aus Zusatzstoffen wie Sojabohnen, Malzzucker, Stärke und Farbstoffen zusammen, die auf der Verpackung nicht mal vermerkt sind. Sie werden verwendet, da sie billiger als Tomaten sind.

WOHER KOMMEN ITALIENISCHE TOMATEN WIRKLICH?

Mit einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von 25 Kilo ist die Tomate das liebste Gemüse der Deutschen. Wann immer wir vor einem Regal mit Tomatenkonserven oder Tomatenmark stehen, denken wir an einen Ort in Italien, wo die sonnengereiften Tomaten handverlesen in der Dose landen. Diesen Eindruck erwecken auch die Etiketten, auf denen meist italienische Flaggen zu sehen sind. Doch viele der im Supermarkt erhältlichen Tomatenprodukte stammen in Wahrheit aus China. Mehr als 50 Millionen Tonnen im Jahr - so viele Tomaten wachsen im Reich der Mitte. Das Paradoxe: Keines der Produkte landet auf dem chinesischen Markt, sie werden nach Europa exportiert - und zwar hauptsächlich nach Italien. Dazu muss man wissen: Die Italiener verarbeiten jedes Jahr knapp 6 Millionen Tonnen Tomaten zu Püree, Konzentrat, Dosentomaten und Ketchup. Das ist mehr als sie auf ihren eigenen Feldern anbauen können, daher importieren sie jährlich mehr als 100 000 Tonnen Tomaten aus China, Tendenz steigend. Und das Reich der Mitte produziert auch gnadenlos günstig - Tagelöhner erhalten für jedes Kilogramm Tomaten, das sie ernten, umgerechnet etwa einen Cent - mit diesen Preisen können die italienischen Bauern nicht mithalten. Das Perfide: Obwohl die Tomaten aus China stammen, dürfen Dosen oder Packungen mit „Made in Italy“ beworben werden, sofern mindestens ein Verarbeitungsschritt in Italien stattgefunden hat - das ist EU-Recht. Ein neues Gesetz soll das jedoch ab Mitte 2020 verbieten.

Quelle: Welt der Wunder

WELCHES SALZ KANN GIFTIG SEIN?



Es ist grobkörnig, sieht natürlich aus und gilt als besonders gesund: Meersalz ist seit einigen Jahren schwer in Mode. Eine Studie aus China stellt dieses Image jetzt jedoch massiv in Frage. Hintergrund: Forscher haben Salze von 15 verschiedenen Herstellern, die es in normalen Supermärkten zu kaufen gibt, auf Spuren von Mikroplastik untersucht. Das alarmierende Ergebnis: In jeder der 15 Salzproben wurden Plastikpartikel entdeckt, größtenteils handelte es sich um Polyethylenterephthalat. Besonders die untersuchten Meersalze waren stark belastet, in diesen Proben fand man 550 bis 681 Partikel pro Kilogramm. Im ebenso beliebten wie teuren Fleur de Sel lag der Gehalt an Mikroplastik gar bei bis zu 1800 Mikrogramm pro Kilogramm. Auch wenn es keinen gesetzlichen Grenzwert für den Gehalt an Mikroplastik gibt und die in der Stichprobe gefundenen Mengen für Menschen als unbedenklich gelten, warnen Experten vor langfristigen Folgen. So muss man laut dem Kieler Toxikologen Edmund Maser davon ausgehen, das Mikroplastik als ein Vehikel für den Transport von Schadstoffen in den menschlichen Körper fungiert: „Mikroplastik kann organische Substanzen wie DDT, Dioxin, aber auch Schwermetalle anreichern und die Freisetzung dieser Stoffe im Körper beschleunigen.“

Quelle: Welt der Wunder



#knowledge

WELCHE FARBSTOFFE SIND GIFTIG?

Das Auge isst mit, lautet ein bekanntes Sprichwort. Damit unsere Lebensmittel so schmackhaft wie in der Werbung aussehen, wird daher häufig mit Farbstoffen nachgeholfen. Solange man dabei auf natürliche Stoffe setzt, ist das auch kein Problem. Viele Produkte enthalten jedoch auch künstliche Farbstoffe - und die sind mitunter nicht ungefährlich für den menschlichen Körper. Sie verstecken sich meist hinter E-Nummern und sind u.a. in Marmeladen, Senf, Pudding und Schmelzkäse enthalten. Entdecken Sie beispielsweise den Stoff E 102 auf der Zusatzliste, wurde das Lebensmittel mit Tartrazin gefärbt. Der künstliche Stoff wird aus Steinkohleteer gewonnen und kann allergische Reaktionen wie Hautausschlag oder Asthmaanfälle bis hin zu Schilddrüsenkrebs verursachen. Dennoch kommt er bei einer breiten Palette von Lebensmitteln zum Einsatz - von Knabberartikeln, Essiggurken, Süßigkeiten und Backwaren bis hin zu Getränken wie Brausen oder Spirituosen wie z.B. Likören. Ebenso umstritten ist der gelbe Lebensmittelfarbstoff E 110, der nachweisbar zu Hyperaktivität und Aufmerksamkeitschwächen bei Kindern führt. Er wird u.a. in Fruchtgummis, Zuckerstreuseln, Zitrusfrüchtejoghurt oder gelblichen Käsesorten verwendet. Besonders tückisch ist E 104. Der Stoff, der in Fruchteis und anderen Süßwaren und Desserts zu finden ist, kann bei Konsumenten Pseudoallergien auslösen. Dabei treten die Symptome einer allergischen Reaktion auf, ohne dass man eine nachweisbare Allergie besitzen muss.

Quelle: Welt der Wunder

#Foodreality

FOOD-MYTHEN

WAS WIR GLAUBEN ZU *Wissen*



WIE VIEL WIRD REGIONAL PRODUZIERT?

Etwa 75 Prozent aller Bundesbürger legen laut einer Forsa-Umfrage Wert auf Lebensmittel aus ihrer Region. Aber kommt alles, was „regional“ heißt, wirklich aus der Nähe? Verbraucherschützerin Britta Schautz hat 2016 eine bundesweite Untersuchung über regionale Lebensmittel begleitet. Ihr Fazit: „Die Lebensmittel, die als regional im Supermarkt verkauft wurden, sind teilweise bis zu 500 Kilometer transportiert worden.“ So kann ein bayrischer Frischkäse Zwiebeln aus den USA oder Knoblauch aus China enthalten, und trotzdem unter der Bezeichnung „Frischkäse aus der Region“ verkauft werden, da nicht angegeben werden muss, woher die Zutaten tatsächlich stammen. Die Verbraucherschutzorganisation Foodwatch beklagt ebenfalls Etikettenschwindel im großen Stil: So werbe mancher Hersteller mit Produkten aus „heimischen Früchten“, obwohl beispielsweise die bayrischen Erdbeeren an niederländischen Pflanzen wachsen, während andere Früchte aus Österreich oder gar Mittelamerika importiert werden. Auch Gemüse ist oft nicht regional, wie Verbraucher denken: Champignons werden häufig auf mobilen Beeten gezogen und reisen erst kurz vor der Ernte an den auf dem Etikett angegebenen Ort.

Quelle: Welt der Wunder



WIE ECHT IST MEIN HONIG?

Kaum ein Lebensmittel ist hierzulande so beliebt wie Honig - Deutschland ist der zweitgrößte Konsument der Welt. Die Gründe liegen auf der Hand, ist er doch ein reines Naturprodukt ohne Zusätze und gilt dadurch als gesunde Alternative zu Zucker. Doch stimmt das auch? Ist, wenn man im Supermarkt zum Honig greift, auch wirklich das drin, was dem Käufer versprochen wird? „Um die nötige Menge zu produzieren, wird Honig im großen Stil mit billigem Sirup gestreckt, und das ist bei diesem Naturprodukt nicht zulässig“, sagt Noberto Garcia, Präsident der Internationalen Organisation der Honigexporteure: „Wenn jemand das Doppelte für ein Produkt bezahlt, das falsch etikettiert ist, dann ist das Betrug.“ Mittlerweile gehört das „flüssige Gold“ gar zu den am häufigsten gefälschten Lebensmitteln weltweit. Speziell Konzerne aus China, mit 474 000 Tonnen als größter Produzent der Welt, überschwemmen den Weltmarkt mit gepanschem Honig. In der EU rangiert er bereits auf Platz 6 der gefälschten Lebensmittel. Das Problem: Für den Konsumenten ist oft nicht zu erkennen, woher der Honig in den Supermarktregalen stammt. Dazu ist wahre Detektivarbeit nötig, denn chinesischer Honig ist meist nicht als solcher belabelt. Seit die USA China mit Strafzöllen belegt haben, exportiert man in Länder wie Thailand, Vietnam oder die Ukraine, damit der Honig unter falscher Flagge in die EU geschleust werden kann. Auf 600 Millionen Euro schätzt Garcia den wirtschaftlichen Schaden, der jedes Jahr durch verfälschten Honig entsteht.

Quelle: Welt der Wunder

WIE FÄLSCHT MAN EINE ERDBEERE?

Fünf Portionen Obst und Gemüse soll man täglich essen, um den Körper fit und gesund zu halten. Das Problem: Viele Früchte sind nur begrenzt haltbar. Um die große Nachfrage der Verbraucher dennoch zu befriedigen, setzen immer mehr Food-Konzerne auf sogenannte modifizierte Früchte - auch wenn ihr gesundheitlicher Wert nicht mit echtem Obst mithalten kann. Der Unilever-Konzern hat sich simulierte Früchte sogar patentieren lassen und ein Verfahren entwickelt, um Himbeerabfälle „mit einem Gelee aus Algenextrakt, Geschmacks- und Farbstoffen zu einem bissfesten Etwas zu rekonstruieren“, erklärt Journalist Hans-Ulrich Grimm. Die US Firma Ocean Spray geht noch einen Schritt weiter: Sie hat eine ganze Palette von simulierten Früchten entwickelt und diese in die Food-Industrie geschleust. Ein Prospekt der Firma präsentiert saftig glänzende Kirschen, Heidelbeeren, Himbeeren und Erdbeeren. „Sie haben die Farbe der Früchte, das Aussehen der Früchte, und sie schmecken wie die richtigen Früchte. Aber sie sind viel stabiler und belastbarer als die richtigen Früchte“, ist dort zu lesen - was daran liegt, dass es sich in Wahrheit um ganz andere Früchte handelt: Cranberries, eine Art Preiselbeeren. Mit Hilfe von Zuckersirup und natürlichen Aromen werden sie so modifiziert, dass sie in Backwaren oder Frühstückscerealien Erdbeeren, Kirschen oder sogar Pfirsiche oder Orangen simulieren können. Ein kleiner Rest der Original-Frucht darf jedoch nicht fehlen, damit auf dem Etikett „Erdbeere“ stehen darf. „Claim Ingredients“ heißen diese Alibi-Zutaten.

Quelle: Welt der Wunder



Royale GAUMENFREUDEN WAS ESSEN Könige

Queen Elizabeth II



#TheQueen



“

Die Queen isst nur helles Fleisch, nie Schalentiere, morgens Müsli aus der Tupperware Dose, sie liebt Gin Dubonnet und sie ist ein absoluter Schokoholic!

RTL-Adelsexperte Michael Begasse

”

Königin Elizabeth II hat für sich und die engere königliche Familie strenge Essensregeln erlassen – und die Köche sorgen dafür, dass sich die blaublütige Verwandtschaft auch an das Tabu hält.

Verboten ist zum Beispiel Knoblauch – die Queen hasst den Geruch und den Geschmack. Aber auch rohes oder kurz gebratenes Fleisch sind vom Speiseplan verbannt. Zu groß die Gefahr, sich eine Lebensmittelvergiftung einzufangen. Aus demselben Grund werden keine Muscheln, Schalentiere, roher Fisch und Leitungswasser serviert. Kaum auszudenken, wenn der straffe Zeitplan aus den Fugen geraten würde.

Stattdessen gibt es Wild und besonders häufig Geflügel wie Fasan, Moor- oder Rebhühner. Natürlich vom eigenen Landgut. Die Monarchin weiß eben gern, woher ihre Speisen stammen. Das Fleisch wird meist gegrillt und zusammen mit etwas Gemüse oder Salat, aber ohne Kartoffeln, Nudeln oder Reis serviert – die Royals sind also auf einer dauerhaften Low-Carb-Diät.

Doch es darf auch gesündigt werden: Als Nachtisch gibt es häufig Schokoladenkuchen. Die Queen liebt die süße Köstlichkeit – je dunkler, desto besser.

Während die Untertanen sich zum Frühstück mit Bohnen, Speck und Toast die Bäuche vollschlagen, stärkt sich das Staatsoberhaupt mit simplen Cornflakes, dazu gibt's ein Tässchen Darjeeling Tee.

Bodenständig scheinen auch die Geschmäcker von Prinz *William* und Bruder *Harry* zu sein: Zusammen mit ihrer Mutter, Prinzessin *Diana*, ging es für die Brüder früher gern und häufig zu Mc Donalds. Außerdem mögen sie Pizza – ein Gericht, das bei der Großmutter nicht auf dem Speiseplan steht.

Prinz *Charles* hingegen scheint es ab und an zu genießen, sich über die Regeln der Königin hinwegzusetzen: Der Thronfolger liebt Muscheln und Meerestiere und wurde schon öfters beim Verspeisen der verbotenen Köstlichkeiten beobachtet. Ansonsten hält er es wie seine Mutter und greift für seine und die Verpflegung von Gästen auf Zutaten aus eigenem Bioanbau zurück. Auf dem Tisch landet dann vom eigenen Koch zubereitete Hausmannskost – immer passend zur Saison.

Quelle: Bild der Frau

Royale

GAUMENFREUDEN

WAS ESSEN

Könige

#RoyalMeal

Haakon & Mette-Marit



Haakon schwärmt ...

„Meine Frau kann gut kochen“, schwärmt Kronprinz Haakon von Norwegen. „Sie hat verschiedene Spezialitäten, z.B. Tomatensuppe.“ Fisch sei einer der großen Favoriten auf dem heimischen Tisch, auch bei den Kindern Ingrid Alexandra und Sverre Magnus. „Wir essen viel Sushi. Außer freitags, da gibt es Tacos.“ Das Lieblingsessen der kleinen Prinzessin Ingrid Alexandra sei weniger exotisch, sondern eher klassisch: Sie würde am liebsten immer Würstchen essen.

Quelle: Gala



Camilla über Charles

Charles isst gerne Gerichte mit Eiern und ein wenig lokales Gemüse. Er ist ein großer Käse-Fan. Alles, was mit Käse zu tun hat, liebt er.

„Wenn ich keine frischen Tomaten habe, muss es zumindest Tomatenpüree geben.“ Diese Vorliebe teilt Herzogin Camilla wohl noch mit weiteren Familienmitgliedern: „Meine Enkelkinder sind ziemlich süchtig nach Ketchup.“

Quelle: VIP.de

Kräftor - Flußkrebssessen

Kräftor, die berühmten Flußkrebse, die im August serviert werden, sind in Schweden sehr beliebt und stets ein lustiges Ereignis. Man trifft sich über einen längeren Zeitraum zu diesem Essen. „Dabei werden die Krebse mit der Hand ausgelöst, es werden Lieder gesungen und es wird sehr viel Schnaps getrunken - was nicht meine Stärke ist. Weil das bekannt ist, bekomme ich immer das kleinste Glas mit einem Zentimeter Schnaps. Damit überlebe ich dann den ganzen Abend.“

Quelle: WELT



Silvia von Schweden

#Royals

Camilla & Charles

HIPSTER

KUNDEN & MITARBEITER VON

heute

#hipstermania



Definition

Jung, urban und trendy – das sind sie, die Hipster des 21. Jahrhunderts. Sie leben und kleiden sich sehr individuell und bilden eine Gruppe, die sich vor allem durch ihre Abgrenzung vom Mainstream einen Namen gemacht hat. Hipster sind eine zahlungskräftige und geschätzte Zielgruppe sowohl als Kunden und auch als Kollegen.

WAS SIE ÜBER HIPSTER WISSEN SOLLTEN!

Was bedeutet Hipster?

Als Hipster bezeichnet man junge Frauen und Männer zwischen 20 und 40 Jahren, die sich durch ihre Interessen, ihre Einstellung, ihr Verhalten, ihre Ernährungsweise und ihre Mode bewusst vom Mainstream abgrenzen. So bilden sie eine Subkultur, die vor allem in den Szenevierteln großer Städte verankert und vertreten ist.

Wie entstand der Trend Hipster?

Der Begriff Hipster tauchte zum ersten Mal Mitte des 20. Jahrhunderts in den USA auf: Er bezeichnete eine Gruppe von Künstlern und Intellektuellen, die ihrem Anderssein durch ihr antibürgerliches Verhalten und Aussehen Ausdruck verliehen. Zentrum des sogenannten Hipstertums war Manhattan mit seinen Theatern, Cafés, Klubs und Galerien. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts wird der Begriff in Metropolen wie New York, London, Berlin oder Kopenhagen wieder aufgegriffen. Genau wie die Hipster des 20. Jahrhunderts grenzen sich auch die neuen Hipster durch ihre Lebensweise und ihren Modestil von aktuellen Trends ab und werden damit selbst zum Trend.

Wie und womit definieren sich Hipster selbst?

Individuell und anders – so möchten Hipster sein. Sie zählen meist zu einer gebildeten urbanen Mittelschicht und interessieren sich für Kunst, Musik und Literatur. Sie lehnen konservative Werte ab und sind aufgeschlossen gegenüber neuen Technologien. Auf der Suche nach alternativen Lebensweisen schaffen sie ungewollt selbst Trends.

So hören sie Musikgruppen, die noch keiner kennt, und tragen Designer- oder Vintagekleidung, die noch auf keinem Laufsteg Furore gemacht hat. Auf der Suche nach ausgefallenen Kleidungsstücken trifft man Hipster in Secondhand-

Läden, auf Flohmärkten und in Ateliers junger unbekannter Designer. Ihre Lebensmittel kaufen Sie auf dem Markt, in kleinen Manufakturen, in verpackungsfreien Läden oder bauen selbst Gemüse an. Sobald diese Lebensweisen zum Mainstream werden, wandern die Hipster weiter zum nächsten Unbekannten.

Während Männer ihrem Hipstertum zudem mit dicken Brillengestellen, ausgefallenen Hüten und Mützen Ausdruck verleihen, machen sich die hippen Frauen auf die Suche nach ungewöhnlichen Vintage-Kleidern mit Spitze oder Blümchenmustern. Nicht selten findet man diese in Mutters oder Großmutter's Kleiderschrank. Kombiniert werden diese Schätzchen aus alten Zeiten zu bedruckten oder farbigen Strumpfhosen. An den Füßen tragen Hipster meist abgelaufene Schuhe wie Boots, Biker- oder Cowboystiefel und Sneaker.

Unverzichtbares Accessoire für Hipster ist der Jutebeutel, den sie entweder mit Motiven oder mit Schriftzügen bedruckt stets mit sich herumtragen.

Wo trifft man Hipster?

Hipster lieben Co-Working Places, Cafés und Restaurants im Industrial Look und „abgerockte“ individuelle Orte. Sie bleiben gerne unter sich und vermischen sich nur ungern mit dem Mainstream.

DIVERSITY

VIELFALT IN DER Belegschaft ZAHLT SICH AUS

#diversity

DIVERSITY

TRÄGT ERHEBLICH ZUM ERFOLG DES UNTERNEHMENS BEI!

FÜNF TIPPS, WIE SIE FÜR MEHR VIELFALT IM UNTERNEHMEN SORGEN!

Tipp 1: Outing ermöglichen

Sich offen zu seiner sexuellen Orientierung bekennen zu können - das ist in vielen Unternehmen noch immer ein Tabuthema. Viele Betriebe nehmen deshalb bewusst am Christopher Street Day teil. Getreu dem Motto: Vielfalt feiern, nicht verstecken und die LSBTIQ-Community unterstützen.

Tipp 2: Inklusion Personalpolitik

Chefs bieten ihren Mitarbeitern nicht nur ein barrierefreies Arbeitsumfeld, sondern berücksichtigen auch bei Ausbildung, Einstellung und Weiterbeschäftigung Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen. Um Inklusion zu fördern, werden auch Führungskräfte geschult, damit sie unbewusste Vorurteile und Denkmuster abbauen können.

Tipp 3: Religiöser Respekt

Die christlichen Feiertage dürften den meisten bekannt sein, viele sind schließlich gesetzlich festgeschrieben. In interkulturellen Teams und bei weltweiten Geschäftskontakten ist es jedoch wichtig, auch die Feiertage der anderen Weltreligionen zu kennen. Wichtige Daten für Muslime, Buddhisten und Juden sollten im Kalender ersichtlich sein und können so vom Vorgesetzten bei der Schichtplanung berücksichtigt und gemeinsam im Team gefeiert werden.

Tipp 4: Diversity Management etablieren

Schaffen Sie eine eigene Position in Ihrem Unternehmen, die sich um die Vielfalt kümmert. Organisation von regelmäßigen Events stärken das Gemeinschaftsgefühl und das gegenseitige bessere Kennenlernen. Jeder Betriebsangehörige sollte sich offen präsentieren können und über seine Persönlichkeit sprechen dürfen.

Tipp 5: Familie fördern

„Ist in meinem Team überhaupt noch Platz für mich, wenn ich zurückkommen möchte“, fragen sich frischgebackene Mütter und Väter oft. Gegen diese Unsicherheit können Sie Zeichen setzen und Ihr Team daran erinnern, dass sich die abwesenden Kollegen gerade einem anderen wichtigen Projekt widmen und sie weiterhin ins Team involviert werden sollten – zum Beispiel mit einer Einladung zu einem Team-Event oder zu einem gemeinsamen Mittagessen.

1. Erhöhte Produktivität

Vielfalt bringt verschiedene Talente zusammen, die alle mit unterschiedlichen Fähigkeiten auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten. Unternehmen profitieren dabei von jedem einzelnen Mitarbeiter, denn sie bringen neue Perspektiven, Erfahrungen und Wissen mit, die sich ebenfalls in der Arbeit widerspiegeln.

2. Verbesserte Kreativität

Ein weiterer Vorteil der Diversity am Arbeitsplatz ist die Steigerung der Kreativität in den Teams und die Fähigkeit, eine breite Palette an Lösungen für ein bestimmtes Problem zu finden. Denn die Kombination und Zusammenarbeit von so vielen verschiedenen Köpfen bringt völlig neue Ansätze und Lösungsvorschläge zum Vorschein.

3. Steigender Gewinn

Studien belegen, dass Unternehmen mit einer größeren kulturellen Vielfalt höhere Umsätze und Gewinne erzielen. Ein Grund dafür sind ist die fortschreitende Entwicklung der globalen Geschäftsbeziehungen und die Sprachvielfalt, die ein bunt gemischter Mitarbeiterpool mit sich bringt. Unternehmen verschaffen sich so einen Vorteil gegenüber Wettbewerbern und schaffen es eher, den Umsatz zu steigern.

4. Stärkung des Teamgefühls

Interesse an fremden Ländern und Kulturen, aber Zeit und Geld ist zu knapp für eine Weltreise? Was gibt es besseres als Kollegen, die aus erster Hand von ihrer Heimat und dem dortigen Leben erzählen können. Egal ob in der Mittagspause oder nach der Arbeit, solange der kulturelle Austausch zwischen den Mitarbeitern stattfinden kann, profitieren alle davon.

5. Positives Unternehmensimage

Diversity als Grundpfeiler des Unternehmens steigert das positive Image nach außen und macht den Betrieb als zukünftigen Arbeitgeber attraktiver, besonders für Bewerber (m/w/d), die sich bisher im Berufsleben nicht frei entfalten und offen leben konnten.

#Lifetime

WORK-LIFE-BALANCE

DAS GLEICHGEWICHT ZWISCHEN

Beruf & Privat

15,6 Stunden

verbringt der Deutsche mit Freizeitaktivitäten

Die OECD hat die Work-Life-Balance in 40 Ländern untersucht und daraus ein Ranking erstellt. Deutschland liegt darin auf einem guten neunten Platz – das sind die Gründe:

Berufs- und Privatleben miteinander vereinbaren zu können, ist vielen Menschen sehr wichtig. Das spiegelt sich bereits bei der Jobsuche wider. Gibt es Vertrauensarbeitszeit? Ist es möglich, im Homeoffice zu arbeiten? Wie wird mit Überstunden umgegangen? Diese Fragen stellen sich viele Bewerber und Bewerberinnen und trennen so manches Mal die Spreu vom Weizen potenzieller Arbeitgeber. Aber auch Regierungen können dabei helfen, indem sie Gesetze für flexible Arbeitsmodelle etablieren, die es beispielsweise Eltern erleichtern, Beruf und Familie unter einen Hut zu bekommen.

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) hat überprüft, in welchen Staaten die Grundlage für eine gute Work-Life-Balance am Besten ist. Dafür waren vor allem Aspekte der Arbeitszeit relevant, aber auch Faktoren wie die Beschäftigungsquote von Müttern. Laut der OECD bekommen es die Niederländer besonders gut hin, Berufs- und Privatleben miteinander zu vereinbaren. Auch den Italienern und Dänen gelänge das gut.

Der wichtigste Punkt für eine gute Work-Life-Balance ist laut der Studie die Arbeitszeit. In den Niederlanden arbeiten nur 0,4 Prozent der Beschäftigten beispielsweise 50 Stunden oder mehr pro Woche – die drittniedrigste Rate in den OECD-Ländern, wo der Durchschnitt immerhin bei elf Prozent liegt. In Deutschland trifft das auf vier Prozent zu. Fakt ist: Je länger Menschen arbeiten, desto weniger Zeit haben sie zur freien Verfügung. Dabei ist Freizeit von großer Bedeutung für das allgemeine Wohlbefinden. Sie kann die physische und psychische Gesundheit stärken. Wer viel arbeitet, ist oft gestresster.

In Deutschland verwenden Vollzeitbeschäftigte durchschnittlich 15,6 Stunden für Freizeitaktivitäten und das persönliche Wohlbefinden – was mehr ist als der OECD-Durchschnitt von 15 Stunden. Der niederländische Ranking-Sieger bringt es auf rund 16,1 Stunden Zeit für persönliche Dinge. Die Italiener schaffen sogar 16,5 Stunden und die Dänen immerhin 15,9 Stunden. Unter den Top 10 im Better Life Index 2019 sind ausschließlich EU-Länder zu finden. Schlusslicht sind Kolumbien und Mexiko – wo fast ein Drittel der abhängig beschäftigten Einwohner mehr als 50 Stunden die Woche arbeitet: 29 Prozent in Kolumbien, in Mexiko sind es 27 Prozent.

DIE LÄNDER MIT DER BESTEN Work-Life-Balance



NIEDERLANDE	9,5
ITALIEN	9,4
DÄNEMARK	9,0
SPANIEN	8,8
FRANKREICH	8,7
LITAUEN	8,6
NORWEGEN	8,5
BELGIEN	8,4
DEUTSCHLAND	8,4
SCHWEDEN	8,4
SCHWEIZ	8,4
RUSSLAND	8,3

Quelle: OECD

#Youbetterwork



S Foodboom SNACK-REZEPT

BOWL MIT
FALAFEL-BÄLLCHEN

Variationen

#delightful

Perfekt

für das To Go
Geschäft



BOWL 1

BOWL 2

BOWL 3

Fragen Sie nach weiteren Variationen!

Rohstoffe:	Lieferanten:	Verpackung:	Regeneration:
<ul style="list-style-type: none"> » Falafel » Kichererbsen » Linsensalat » Salatmix » Paprika » Guacamole » Salatdressing Joghurt » Ficelle 	<ul style="list-style-type: none"> FFS Fresh Food Services aus dem Großhandel FFS Fresh Food Services FFS Fresh Food Services FFS Fresh Food Services FFS Fresh Food Services Homann Feinkost Siebrecht AGRANO 	<ul style="list-style-type: none"> Empfehlung von ELLER foodPackaging » Copa Clara 	<ul style="list-style-type: none"> im Atollspeed » 00:25 Minuten bei 270° » 40% Luft » 100% Mikrowelle

S Lovely SNACK-REZEPT

FOCACCIA

Variationen

#soulfood



FOCACCIA DÖNER



FOCACCIA SPINAGIE SALMONE



FOCACCIA APHRODITE

Fragen Sie nach weiteren Variationen!

Rohstoffe:	Lieferanten:	Verpackung:	Regeneration:
» Focaccia Teig aus Bäckerlob Mediterran	Siebrecht AGRANO	<small>Empfehlung von ELLER foodPackaging</small>	<small>im Atollspeed</small>
» Tomatensauce	Siebrecht AGRANO	» Panrun oder	» 00:25 Minuten bei 270°
» Rucola	FFS Fresh Food Services	» Panvas Square	» 40% Luft
» Tomaten	FFS Fresh Food Services		» 100% Mikrowelle
» Osnabrücker Friedensschinken	Bedford		
» Käse Flakes	FFS Fresh Food Services		

IN DER NÄCHSTEN AUSGABE

ERNÄHRUNGSTRENDS 2021

KAFFEEWISSEN FÜR EXPERTEN

SEMINARE & WORKSHOPS



**FREUNDE DES
SNACKS**

Folgen Sie uns auch auf unseren Kanälen:
f i x y

Kontakt
FREUNDE DES SNACKS e.V.
Postfach 92 02 14
30461 Hannover

fon: 0511 41 07 430
Mail: post@freunde-des-snacks.de
Web: www.freunde-des-snacks.de

www.freunde-des-snacks.de

Der Umwelt zu Liebe
verpacken wir nachhaltig & klimafreundlich.

Graspapier-Verpackungen

natürlich, nachhaltig, umweltfreundlich

WrapBag

Unsere meistverkaufte Wrap-Verpackung gibt es jetzt auch aus nachhaltigem **Graspapier**, mit einer besonders natürlichen Haptik.



good taste
made by nature
Verpackung in grass paper

Kompostierbare
Folie



Panvas

Die hygienische, fettdichte Snackverpackung lässt sich dank Klebeverschluss schnell verschließen. Unsere kompostierbare aquaTura®-Folie und das nachhaltige **Graspapier** schonen die Umwelt.

ELLER foodPackaging

NEHMEN SIE KONTAKT ZU UNS AUF



FREUNDE DES SNACKS



Kontakt

FREUNDE DES SNACKS e.V.
Postfach 92 02 14
30441 Hannover

Fon: 0511 . 41 07 430
Mail: post@freunde-des-snacks.de
Web: www.freunde-des-snacks.de

www.freunde-des-snacks.de



Unsere AGB und die Datenschutzerklärung finden Sie auf unserer Website.
Stand: 07/2020
Änderungen vorbehalten.



Der Umwelt zu Liebe
verwenden wir recyclebare Materialien.