

seite 22 marktforschung

Welche Marken schätzt man in Ost und West, was lieben die Briten, Bayern, Pizza-Besteller? Marktforscher schwärmten aus.

seite 26 marktbesuch

Diesmal waren wir in Peking unterwegs: Chinas Einzelhandel im Wandel.

seite 30 qualitätsforum

Das dti brachte Produktentwickler und Verbraucherschützer zusammen.

18 jahresheft

Alle Sparten, alle Trends, alle Produktgruppen der Tiefkühlbranche ab S. 39.

seite 32 trends

Wir fragten in LEH (S. 52), Gastronomie-Markt (S. 47/49), Industrie (S. 64) und beim dti (S. 40) nach den TK-Entwicklungen und berichten, was Marktforscher bis 2020 voraussagen (S. 43/44).

seite 57 biofach

Regional verdrängt Bio? Im Vorfeld der Biofach hat Ökologisches weiter Zuwächse, von denen andere nur träumen können.

seite 74 fertiggerichte & snacks

Regional, international, rustikal und snackig: Highconvenience zeigt sich wandlungsfähig und innovationsbewusst.

seite 90 fleisch, wild, geflügel

Konzertierte Aktion fürs Tierwohl und vielfältige, gern conveniente Produkte. Kleine Portionen kommen groß raus.

seite 104 fisch & seafood

Fisch ist beim Konsumenten beliebt, doch der Markt ist umkämpft. Nachhaltigkeit muss sein, Convenience & Abwechslung sind gefragt. Panaden werden dünner.

seite 118 gemüse, obst, kartoffeln

Höhere Veredelungen überzeugen Groß- und Endverbraucher. Klassiker erleben ein Revival in neuer Form und Rezeptur.

seite 128 backwaren & desserts

Der Absatz wird weiter steigen, vor allem bei hohen Convenience-stufen. Herzhaft Rustikales & international Süßes sind in.

Einzelhändler räumen Tiefkühlkost in unserer Trendumfrage weiter gute Wachstumschancen ein. Was ihnen an TK gefällt und was sie sich zusätzlich von der Branche wünschen würden...

seite 52



seite 143 eismarkt

Cremige Klassiker und fruchtige Alternativen sind gefragt. Bio und Frozen Yogurt bauen ihre Nischen teils gemeinsam aus.

seite 150 technik & logistik

Es wird weiter viel Energie ins Energiesparen gesteckt. In Lager und Produktion erleichtert ausgefeilte Hightech den Alltag.

seite 176 länderreport kanada

Viele freuen sich über sinkende Ölpreise, Kanadas Wirtschaft leidet darunter. Alternativen finden sich auch im Foodmarkt.

rubriken

seite	6	news & trends
seite	32	dti-forum
seite	36	znu-forum
seite	38	vdki-forum
seite	174	neu in den truhnen
seite	176	serie länderreport
seite	182	impresum
seite	182	kleinanzeigenmarkt

Es wird weniger gegessen werden, aber die Ansprüche steigen. Gesundheit, Regionalität, kleine Packungen und Convenience sieht eine Trendstudie bis 2020 klar im Kommen.

seite 44

