

seite 10 markt

Tiefkühlkost hält sich in Spanien trotz Krise gut, doch der Preisdruck ist hoch.

seite 18 marktbesuch

Muslime kaufen bevorzugt Halal. Wir besuchten den ersten darauf spezialisierten Supermarkt und beleuchten Halal und seine Chancen auch im Interview (S. 22).

18 forum

marke / handelsmarke

Handelsmarken legen international zu, auch gestärkt durch Wirtschaftsprobleme. Die Marken halten einfallsreich dagegen. Berichte und Interviews dazu aus beiden Lagern ab Seite 23.

seite 26 handelsmarken-interview

Mehr als Me-too: Die Rolle von Handelsmarken wird vielfältiger, ihre Position eigenständiger, erläutert PLMA-Präsident Brian Sharoff im Gespräch mit minus 18.

seite 33 handelsmarken im leh

Auf bis zu 22 Prozent beziffern von uns befragte Kaufleute das Umsatzwachstum ihrer TK-Eigenmarken seit Jahresbeginn.

seite 37 marktforschung

Iglo (S. 37) und Dr. Oetker (S. 38) fragten nach, was der Verbraucher will.

seite 40 marken-politik

Womit Costa (S. 40), Femeg (S. 42), Frostkrone (S. 43), Recker (S. 44) und Klughardt (S. 46) ihre Position stärken...

seite 48 marken-interview

Größe ist nicht entscheidend beim Marken-Aufbau, so Prof. Christoph Burmann.

18 forum außerhausmarkt

30 Seiten Produkte, Trends und Entwicklungen aus dem Gastro-Markt ab S. 53.

seite 54 outsourcing

Vom Flying Buffet bis zum Dessert: Die Küchen lassen gern auch extern fertigen.

seite 62 krankenhaushaus

Pizza im Verteilsystem ans Patientenbett: Point of Food hat's entwickelt.

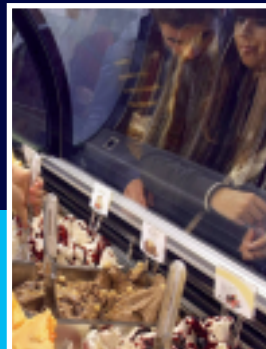
Tiefkühlfrisches für Kinder und Patienten, für Verwöhnte, für Reisende oder auf großer Fahrt: Wir schauen uns in der Gastro-Welt nach interessanten Konzepten um.



seite 53



TK ist in Spanien weiter gefragt.



seite 10

seite 65 konzepte außer haus

Back Factory Deli (S. 65) und Kreuzfahrt (S. 68): Ohne TK geht da nichts.

seite 72 backwaren außer haus

Sterneküche bei Délifrance (S. 72), Clean Label bei DEH (S. 75), To-go-Croissants von Schöller Direct (S. 76) und Handliches von Vandemoortele (S. 77).

seite 78 cross over

Auf Russlands Küche, leicht eingedeutscht und mit italienischem Akzent, hat sich Koch spezialisiert.

seite 80 gv-großhandel

Cool: Lidega macht fast die Hälfte des Gruppenumsatzes mit Tiefkühlkost.

seite 82 charts

Apetito sagt, was in Betrieben, Kitas und bei Senioren besonders beliebt ist - und wie gut das Geschäftsjahr 2012 verlief.

seite 84 zusatzstoffe

Sind Zusatzstoffe museumsreif? In Hamburg auf alle Fälle, denn dort feierte das Zusatzstoff-Museum sein Fünfjähriges.



seite 95 tk-report

Dr. Vollmers Blick auf die Tiefkühlwirtschaft und in deren Zukunft.

rubriken

seite	6	news & trends
seite	14	dti-forum
seite	16	vdki-forum
seite	86	serie asien
seite	91	neu in den truhen
seite	93	technik news
seite	95	tk-report
seite	98	impressum
seite	98	kleinanzeigenmarkt