

Markt

- 6 News
- 28 Viessmann: Kluge Türchen
- 28 Transport Logistic: Urbane Herausforderungen
- 32 Verpackungen: Hersteller in Verantwortung
- 34 ZNU: Klima-Initiative gewinnt Unterstützer
- 36 dti-Forum
- 38 VDKL-Forum

PLMA, Marken & Handelsmarken

- 42 Studie: Munich Strategy
- 48 PLMA Amsterdam: Größer denn je
- 50 Landena: Spezialitäten auf Wunsch
- 51 PLMA: Neue Produkte
- 60 Froneri: Die Eis-Innovationen für 2020

Gemüse, Kartoffelprodukte

- 62 Interview Frosta: „Nachhaltigkeit ist unser Markenkern“
- 66 Frosta: Bei Kräuterfans macht es Klick
- 68 Internationale Küche Schweden
- 72 Auf der Jagd nach den verlorenen Gemüseschätzen
- 76 DWD: Neue Langfristprognosen für Dürre
- 78 Schne-frost: Ein Stampf für alle Fälle
- 80 Ardo: Frische Trends
- 82 Farm Frites: Noch dünner, noch knuspriger
- 84 Agrarfrost: Schluss mit Plastik

Backwaren

- 86 Interview Coppenrath & Wiese
- 93 Nura: Der Cheesecake-Coup
- 94 100 Jahre Ditsch
- 98 Froneri Schöller: Von Tradition bis American Bakery
- 102 Délifrance: Levante-Küche liegt im Trend
- 105 Bakerman: „Snacki“ meets Hummus
- 106 Pan: Wie aus Großmutter's Hand
- 107 Dr. Oetker: Mehr Abwechslung auf dem Kuchen-Buffer
- 108 Ifco: Platzsparend, hygienisch und unverfroren
- 110 Erlenbacher: Plattenkuchen für jeden Anlass

Rubriken

- 112 Länderreport Ukraine
- 120 Die coolinarische Kolumne
- 122 Impressum
- 122 Heftvorschau
- 123 TK persönlich: Kim Kirkeby, CEO Ebrofrost Denmark



26 Markt, Messen

Kältetechnik, Transport Logistic, Klima-Initiative,



Foto: Frostkrone

48 PLMA Amsterdam

Hersteller, Produkte, Trends



Konsolidierung auf Lieferantenseite

Munich Strategy Untersuchungsfrage: „Die Anzahl der Handelsmarken-Lieferanten für den deutschen LEH wird bis 2025 ...“

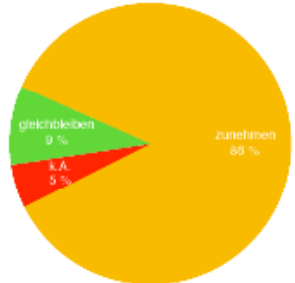


Das Feld der Handelsmarken-Lieferanten wird sich weiter konsolidieren. Dabei werden Übernahmen sowohl durch Wettbewerber als auch durch die großen LEH-Gruppen erwartet

Quelle: Munich Strategy Research, Experteninterviews

Wachstum der Handelsmarken

Munich Strategy Untersuchungsfrage: „Der Umsatzanteil von Handelsmarken wird im deutschen LEH bis 2025 ...“



Der Umsatzanteil von Handelsmarken im LEH wird bis 2025 weiter ansteigen. Auf Nachfrage werden v.a. die Leistungsmarken als Treiber des Wachstums genannt.

Quelle: Munich Strategy Research, Experteninterviews



neues Verpackungsgesetz

42 Marken & Handelsmarken
Studie und Interview Munich Strategy



61 Gemüse, Früchte, Kartoffeln
Interview Frosta, Alte Gemüsesorten



85 Backwaren
Interview Coppenrath & Wiese, Ditsch