

Grillsaison 2021

Spezielle Angebote für das Exportgeschäft, aber auch für den heimischen Markt

Der wahre Grillmeister lächelt beim Wort Grillsaison nur müde. Für ihn ist BBQ kein Sommer-Phänomen, gegrillt wird auch bei Eis und Schnee. „Gerade in Coronazeiten hat sich das winterliche Grillvergnügen zu einem echten Trend entwickelt. Denn an der frischen Luft lassen sich Abstandsregeln problemlos einhalten“, beobachtet Jens Trautmann, Produktmanager bei der MOGUNTIA FOOD GROUP und ergänzt: „Diesem Trend nach winterlichem und gesundem Grillen trägt die MOGUNTIA FOOD GROUP mit einer Vielzahl an speziellen Produkten und Rezeptideen Rechnung. Sprechen Sie mich und mein Team jederzeit darauf an.“

Auch wenn der Genuss von Selbstgebrutzelterem in den kalten Monaten an Bedeutung gewinnt und Worte wie An- und Abgrillen in den Hintergrund treten, werden die Hauptumsätze mit Grillartikeln im Frühjahr und Sommer gemacht. „Sobald die Temperaturen steigen, startet die echte Grillsaison. Ein knisterndes Feuer, glühende Kohlen, ein kühles Bier und in Gärten und Parks riecht es nach gegrillten Würstchen und Steaks“, schwärmt Stefan Lehnen, Exportleiter bei der MOGUNTIA FOOD GROUP und erklärt die Vorteile der international tätigen Unternehmensgruppe: „Wir haben ein breit gefächertes Sortiment und bieten über das klassische Grillsortiment hinaus ein abwechslungsreiches Portfolio an. Zudem hat Grillen für uns immer Saison. Die MOGUNTIA FOOD GROUP beschäftigt sich 365 Tage im Jahr mit dem Thema –

zum einen durch Aktionsgeschäfte wie Wintergrillen, aber auch durch world wide BBQ. Wir sind nicht von der deutschen Wetterlage abhängig, da irgendwo auf der Welt immer gegrillt wird. Trotzdem sind wir natürlich bestrebt, Maßnahmen zu unterstützen, die uns eine erfolgreiche Grillsaison hier in unserer Heimat Europa sichern. Dies geschieht u.a. durch intensive Kommunikation in den entsprechenden Verbänden als auch durch direkten Dialog mit unseren Kunden und Partnern.“



Innovative Pulverprodukte sorgen für Wettbewerbsvorteil im Exportgeschäft

„Um die Logistik zu optimieren, haben wir speziell für unsere Exportkunden schon vor vielen Jahren sogenannte Trockenmarinaden entwickelt, angepasst an die jeweiligen Ländergewohnheiten beispielsweise halal, free-from etc. Diese Pulverprodukte lassen sich temperaturunabhängig in alle Regionen der Welt verschicken, problemlos länger lagern als eine klassische Marinade und bedarfsgerecht anrühren“, erklärt Stefan Lehnen die Vorteile der speziell für das Auslandsgeschäft entwickelten Trockenmarinaden.

Da sich die Eigenschaften der Marinaden in Pulverform als echte Wettbewerbsvorteile im Exportgeschäft herausgestellt haben, bietet die MOGUNTIA FOOD GROUP weitere innovative Produkte dieser Art an:

Grillsaucen, kaltrührend

Saucen und Dips in Pulverform für jeden Geschmack und alle Länderküchen zum einfachen Anrühren.



M59378 Mayo-Compound

Zur einfachen Herstellung von Mayonnaise (ohne Ei) durch die Zugabe von Wasser und Öl bzw. zur Herstellung zahlreicher Dips auf Mayonnaise-Basis.

Mit neuen Produkttrends macht die MOGUNTIA FOOD GROUP Lust auf BBQ

Für die Grillsaison 2021 präsentiert die MOGUNTIA FOOD GROUP eine Vielfalt an Ideen und Konzepten fürs BBQ. Die innovativen Neuheiten enden nicht beim Hauptgang, sondern werden abgerundet durch bunte Vorspeisen für Groß und Klein, leckere Beilagen wie die Gemüse-Kartoffel-Pfanne Café de Paris und süße Desserts wie Whiskeypuding und karamellisierter Milchreis – alles für die Zubereitung auf dem heimischen Grill. Ernährungstrends wie vegan und vegetarisch werden ebenso aufgegriffen wie der Wunsch nach mehr Abwechslung, Nachhaltigkeit und einer einfachen Zubereitung.

Veganes und vegetarisches vom Grill

Das zunehmende Umweltbewusstsein vor allem junger Konsumenten begünstigt den Trend zu fleischlosen Gerichten. Vegetarische und vegane Produkte haben einen echten Siegeszug hinter sich und sind keine Modeerscheinung mehr. Sie sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Dabei gehören nicht nur „echte“ Vegetarier und Veganer zu den Hauptabnehmern für Fleischalternativen, sondern sogenannte Flexitarier, also Menschen, die sich teilweise fleischlos ernähren.

Wer seinen Fleischkonsum einschränken möchte - ob aus ethisch-moralischen, religiösen oder gesundheitlichen Gründen - aber auf den gewohnten Genuss trotzdem nicht verzichten will, findet auch im BBQ-Programm der MOGUNTIA FOOD GROUP vielfältige vegetarische und vegane Alternativen.

Mit den veganen und vegetarischen Compounds der familiengeführten Unternehmensgruppe lassen sich neben fleischlosen Burger-Pattys auch Würstchen, Cevapcici und Grillsteaks ohne Fleisch herstellen. „Auch die vegetarische bzw. vegane Küche lebt von Vielfalt und Abwechslung“, weiß Stefan Lehnen und sagt: „Neben fleischlosen Angeboten wünschen sich die Endverbraucher vor allem Genuss, Naturbelassenheit und den richtigen Biss. Da Fleischalternativen zu den Produktkategorien mit den größten Wachstumschancen zählen, geben wir unseren Kunden und Partnern im In- und Ausland nicht nur die passenden Produkte, sondern auch jede Menge Rezeptideen für die industrielle Herstellung des Plant-based Food an die Hand.“



Hybrid-Produkte – Best of both worlds

In den Blick der Produktentwickler geraten auch immer mehr die Flexitarier, die aus ethischen, ökologischen oder gesundheitlichen Aspekten ihren Fleischkonsum einschränken wollen.

„Mit unserem Hybrid-Meat können Verbraucher den Fleischanteil ihrer Mahlzeiten reduzieren ohne einen Verlust wahrzunehmen. Denn Hybrid-Produkte kombinieren besonders schmackhaft Fleisch mit pflanzlichen Compounds“, erklärt Jens Trautmann und ergänzt: „Der Fleischkonsum wird mit unseren Innovationen neu gedacht. Das Konzept aus Fleisch und einem großen Gemüseanteil lässt sich auf Burger, Würstchen und weitere Produkte aus Hackfleisch adaptieren.“



Pressemitteilung

Und damit bedient die MOGUNTIA FOOD GROUP nicht nur den Trend zu Fleischverzicht und einer ausgewogenen pflanzenbasierten Ernährung, sondern auch zum sogenannten Food-Pairing, also der Entwicklung neuer Gerichte und Geschmackserlebnisse durch die „Paarung“ verschiedener Zutaten.

Rubs – Wellness fürs Grillgut

Der absolute Trend beim BBQ sind sogenannte Rubs – Trockengewürze zum Einmassieren. Ihren Ursprung haben Rubs im Heimatland des Barbecues – den USA. Doch mittlerweile hat sich der Trend unter Hobby-Köchen und Profi-Grillern weltweit verbreitet.

Die MOGUNTIA FOOD GROUP bietet für die Grillsaison 2021 abwechslungsreiche Sorten, die neben den klassischen BBQ-Geschmacksnoten Honig-Senf und süß-rauchig auch absolute Trends wie Chilischärfe und Kräuterküche bedienen.

Rubs sind Gewürzkompositionen aus Kräutern, Gewürzen und Zucker, die in das Grillgut einmassiert werden, beim Anbraten oder Grillen ihr feines Aroma entfalten und für eine schmackhafte Kruste sorgen. Der Zucker bringt durch den Karamellisierungseffekt ein besonderes Geschmackserlebnis.



Rub auf dem Grillgut verteilen



kräftig einmassieren



nach Geschmack salzen

Wild auf Wild – Wildfleisch liegt im Trend

Konsumenten machen sich zunehmend Gedanken darum, woher ihre Lebensmittel stammen, wie sie erzeugt wurden und welche Inhaltsstoffe sie enthalten. Nicht umsonst steigen nachhaltige und regionale Produkte in der Verbrauchergunst. Wildtiere wie Wildschweine, Rehe und Hasen wachsen in der Natur auf und ernähren sich hauptsächlich von Pflanzen und Waldfrüchten – das wirkt sich positiv auf Wildfleisch aus: Es ist mager, enthält Omega-3-Fettsäuren und erfreut sich auch bei Hobby-Grillern steigender Beliebtheit.

„Wildfleisch wurde schon immer gern in der Herbst- und Winterzeit zubereitet und mit Pilzen, Zwiebeln und Knödeln kombiniert. Neben den passenden Rezepturen haben wir schon seit Jahren entsprechende dunkle Saucen, Fonds und weihnachtliche Gewürze für Hirsch, Kaninchen und Co. im Sortiment. Für die Saison 2021 präsentieren wir neue Konzepte für Wildfleisch vom Grill, denn das edle Fleisch ist ein echter Gewinn fürs BBQ – ob als Wildbratwurst, Steak oder trendiger Burger“, verrät Stefan Lehnen, der sich als passionierter Jäger auch privat gern mit der vielfältigen Wildküche beschäftigt.

In Zeiten von Reisebeschränkungen verstärkter Einsatz von Webinaren im Exportgeschäft

In Coronazeiten ist der persönliche Austausch, insbesondere mit Vertriebspartnern und Kunden im Ausland, schwierig. Die MOGUNTIA FOOD GROUP geht schon seit einigen Monaten neue Wege und macht virtuelle Workshops, sogenannte Webinare.



„Wir alle wissen, dass Workshops für die Zusammenarbeit und den Wissenstransfer zu unseren Kunden unverzichtbar sind. Und obwohl wir uns auf ein baldiges Wiedersehen und den persönlichen Austausch freuen, haben wir in Zeiten von Kontaktverboten bewiesen, dass die Zusammenarbeit größtenteils auch virtuell erfolgen kann. Wir haben gemeinsam mit unseren ausländischen Partnern und Kunden gute Erfahrungen mit unseren Webinaren gemacht“, berichtet Stefan Lehnen über seine Erfahrungen mit virtuellen Produktschulungen in Zeiten von Covid19 und ergänzt: „Da die Reisebeschränkungen uns sicherlich noch bis weit ins neue Jahr begleiten werden, führen wir aktuell Webinare zum Thema BBQ 2021 durch. So sind unsere Exportkunden bestens für die Grillsaison in ihrem jeweiligen Land gewappnet.“

Kontakt:**MOGUNTIA FOOD GROUP • www.moguntia.com**

Nikolaus-Kopernikus-Straße 1 • 55129 Mainz • Tel.: +49 6131 58 360

Malberger Str. 19 • 49124 Georgsmarienhütte • Tel.: +49 5401 3370

Perlmooser Straße 19 • A-6322 Kirchbichl • Tel: +43 5332 85550 992

Industriestrasse 19 • CH-8625 Gossau ZH • Tel.: +41 43 8338866

Kontakt Presse:

Sabine Müller-Weinhold

Sabine.mueller-weinhold@moguntia.com

Tel.: 05401 337 28

