

Inhaltsverzeichnis



Mit diesem Symbol gekennzeichnete Kapitel finden Sie ausschließlich auf der CD-ROM.

Vorwort

Die Autoren

Inhaltsverzeichnis

Informationen zur Benutzung der CD-ROM

Behr's Service

- 0 Innovationspotenzial entlang der Wert-schöpfungskette**
- 0.1 Verbraucherakzeptanz und Technologieentwicklung**
M. BRUHN
- 0.2 Vorgelagerte Bereiche** *(in Vorbereitung)*
- 0.3 Ernährungshandwerk und Ernährungsindustrie**
(in Vorbereitung)
- 0.4 Verbraucherorientierung als Herausforderung an ein zeitgemäßes Agrar- und Ernährungsmarketing**
M. BRUHN
- 0.5 Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH)**
A. WITTKOPP
- 0.6 Anwendungen und Potenziale von Radio-Frequenz-Identifikation (RFID) in der Wertschöpfungskette**
M. CLASEN/B. GAMPL

- 0.7 **Particle Charge Detector (PCD)**
J. BÖRSMANN, L. RINGER, K. ALBOHM, K. LÖSCHE

- 1 **Wertewandel, Trends, Innovationen**

- 1.1 **Wachstumstreiber**
S. PFAFF, TH. WEIß

- 1.2  **Auszeichnungen im Nahrungsmittelbereich**
B. DEVIN/K. PFLUGER

- 1.3 **Wertewandel und Foodtrends in einer Welt der Gegensätze**
N. A. BÜTH

- 1.4 **Megatrends, Trends in Marketing und Handel, Verbrauchertrends**
B. DEVIN

- 1.5 **Neue Zielgruppen**
NESTLÉ/B. DEVIN



- 1.6  **Neuartige Lebensmittel**
J. MEYER/S. GOERGES

- 1.7  **Ethnic Food**
Nestlé/B. DEVIN

- 1.8  **Wellness – ein Trend stellt sich vor**
S. GOERGES/J. MEYER

- 1.9 **Deutscher Nachhaltigkeitskodex**
S. SABET

- 1.10  **Nachhaltigkeit im Lebensmitteleinzelhandel benötigt eine andere Kommunikationspolitik**
W. GEBING/C. KREUZER

- 1.11**  **Das Ende des Individualismus**
M. MIEGEL
- 1.12**  **Die Wirkungen von Bevölkerungsentwicklung und materieller Wohlstandsvermehrung auf das Arbeitskräfteangebot**
M. MIEGEL
- 1.13** **Aktuelle Entwicklungen im Lebensmittelmarkt**
- 2** **Landwirtschaft und Ökologie**
- 2.1** **Ökologische Erzeugung in der Landwirtschaft**
S. PFAFF, K.-P. WILBOIS
- 2.2** **EU-Öko-Verordnung**
P. HAHN
- 2.3** **Ökologische Herstellungspraxis**
P. PFAFF, A. BECK
- 2.4** **Was beeinflusst den Kauf ökologischer Produkte durch den Verbraucher?**
F. BUDER (überarbeitet von P. PFAFF)
- 2.5** **Was vermissen Öko-Käufer im Handel?**
F. BUDER, U. HAMM (überarbeitet von S. PFAFF)
- 3** **Innovationsforschung**
- 3.1** **Marktforschungsmethoden in der Innovationsforschung**
E. SALCHER/DR. SALCHER TEAM

- 3.2 Entwicklung neuer Produkte und begleitende Marktforschung**
B. DEVIN
- 3.3 Der Markeneisberg zur Messung der Markenstärke**
T. ANDRESEN/F.-R. ESCH
- 3.4 Verbrauchergerechte Verpackung – Qualitätssicherung in Entwicklung und Konstruktion**
B. DEVIN
- 3.5 Packungsdesign – Der Umgang mit Gestaltungselementen**
D. DRUSCH

- 4 Fallbeispiele innovativer Produkte**
- 4.1 Berentzen-Gruppe AG**
B. DEVIN
- 4.2 Binding**
B. DEVIN
- 4.3 Dr. August Oetker**
B. DEVIN
- 4.4 Nestlé Deutschland AG**
B. DEVIN
- 4.5** *(Kapitel in Vorbereitung)*
- 4.6 Procter & Gamble GmbH**
B. DEVIN
- 4.7 Red Bull GmbH**
B. DEVIN
- 4.8 Schöller Lebensmittel GmbH & Co. KG**
B. DEVIN

- 4.9** **Schwartauer Werke GmbH & Co.**
K. PFLUGER
- 4.10** **becel – Unilever Bestfoods Deutschland**
G. BÖRRIES
- 4.11** **Campina „NutriStart“**
S. ECHTLER
- 4.12** **Adelholzener Alpenquellen GmbH – ACTIVE O2**
S. ECHTLER
- 4.13** **Wasa Crosties – Barilla Wasa Deutschland GmbH**
S. ECHTLER
- 4.14** **Alfred Ritter GmbH & Co. KG – Ritter Sport**
M. STEIN
- 4.15** **Unilever Bestfoods – Knorr**
M. STEIN
- 4.16** **Kampffmeyer**
Y. SERFER
- 4.17** **Peter Kölln KGaA**
M. STEIN
- 4.18** **Fleischprodukte der H.&E. Reinert Unternehmens-
gruppe**
J. BREITER/J. FRANKE/F. MIERKE

Inhaltsverzeichnis



Mit diesem Symbol gekennzeichnete Kapitel finden Sie ausschließlich auf der CD-ROM.

1 Produktentwicklung als unternehmerische Aufgabe

F. BILLER

1.1 Die Logik

1.2 Marktmanagement

1.3 Die Supply Chain

2 Die Gewinnung von Produktideen und Entwicklung von Produktkonzepten

2.1 Allgemeine Aspekte

V. FÖLSCH

2.2 Bewertung der Ideen

V. FÖLSCH

2.3 Ideenrealisation/Umsetzung in Produktkonzepte


V. FÖLSCH

2.4 Sekundärforschung

B. DEVIN

2.5 Ideenmanagement in der Lebensmittelindustrie

H.-R. MUNZKE

- 3**  **Ernährungswissenschaftliche Erkenntnisse für die Produktentwicklung**
M. HAMM
- 3.1** **Grundlagen der Ernährung**
- 3.2** **Empfehlungen für die Nährstoffzufuhr**
- 3.3** **Anforderungen an eine moderne Ernährung**
- 3.4** **Die Bedeutung einzelner Nährstoffe für die Produktentwicklung**
- 3.5** **Ernährung von Berufs- und Altersgruppen**
- 3.6** **Anforderungen an die Produktentwicklung aus ernährungswissenschaftlicher Sicht**
- 4** **Fallbeispiele innovativer Produktentwicklung**
- 4.1** **Rezepturoptimierung mittels PPS-Emulsionen
Protein-Polysaccharid-Emulsionen als Basis für die
Produktentwicklung von Getränken**
G. MUSCHIOLIK
- 4.2** **Ätiologie und Prävention von Karies und
Zahnbetterkrankungen
Bedeutung von Kohlenhydratquellen und Süßstoffen**
M. FRENTZEN, D. KRAUS, J. WINTER, S. BRÖRING, U. WÖLWER-RIECK,
S. PIEROG, A. ACKERMANN, B. SCHIERMEYER, P. BESRUKOW
- 4.3** **Leguminosenproteine in der Lebensmittel-
herstellung**
G. MUSCHIOLIK

5 **Entwicklung von Werbekonzepten**

A. DANISGER

5.1 Grundlagen

5.2 Zusammenarbeit mit Werbeagenturen

5.3 Analyse als Vorbereitung für die Erarbeitung von Werbekonzepten

5.4 Die Werbekonzeption

5.5 Messung des Werbeerfolges

6 **Technische Produktentwicklung**

H. GARLOFF

6.1 Bedeutung der Technischen Produktentwicklung

6.2 Fachliche Ressourcen der Technischen Produktentwicklung

6.3 Technische Entwicklung neuer Produkte

6.4 Technische Entwicklung bei bestehenden Produkten


7 Prinzipien lebensmittelrechtlicher Regelungen beim Einsatz von Zusatzstoffen

P. KUHNERT, B. MUERMANN

7.1 Regelungsbedarf, Ziele, Zulassungsvoraussetzungen

- 7.2 Die Einzelaussagen eines Zusatzstoff-Regimes**
- 7.3 Verwendungsgründe der Zusatzstoffe**
- 7.4 Die Zusatzstoff-Definitionen**
- 7.5 Gesundheitliche Unbedenklichkeit der Zusatzstoffe**
- 7.6 Anwendungsgründe**
- 7.7 Abgrenzungsfragen**
- 7.8 Zubereitungen von Wirkstoffen**
- 7.9 Kennzeichnung von Zusatzstoffen**
- 7.10 Angriffe und Verdächtigungen gegenüber Zusatzstoffen**
- 7.11 Zusatzstoffe und Gentechnik**

- 8 Sensorik bei der Produktentwicklung**
- 8.1 Sensorische Grundlagen – Einführung**
M. BUSCH-STOCKFISCH
- 8.2 Was ist Sensorik?**
K. BUCHECKER
- 8.3 Sensorik bei der Entwicklung neuer Produkte**
B. RATHJEN
- 8.4 Sensorik bei der Pflege neu entwickelter und bestehender Produkte**
B. RATHJEN

- 8.5 Zusammenfassung**
B. RATHJEN
- 8.6 Normen zum Bereich Sensorik**
ZÖLLNER
- 8.7 Multisensuale Gestaltung von Produkten**
A. SCHARF, D. MERKEL
- 8.8 Gustatorische Wahrnehmungen gezielt abwandeln**
K. DÜRRSCHMID
- 8.9 Die CuliMatrix Methode**
S. SCHMITZ
- 9  Prozessentwicklung und Produktion**
H.-A. KURZHALS
 - 9.1 Einleitung**
 - 9.2 Prozessgrundlagen**
 - 9.3 Prozessbewertung**
 - 9.4 Experimentelle Prozessentwicklung**
 - 9.5 Prozessgestaltung**
 - 9.6 Produktion**
 - 9.7 Anhang**

- 10 **Verpackungsentwicklung und Abpackung****
- 10.1 **Grundlagen der Verpackungstechnik****
- G. BLEISCH, J.-P. MAJSCHAK, U. WEIß
- 10.2 **Auswahl der Verpackung****
- G. BLEISCH, J.-P. MAJSCHAK, U. WEIß
- 10.3 **Verfahren für vor- und nachgeschaltete Vorgänge****
- G. BLEISCH, J.-P. MAJSCHAK, U. WEIß
- 10.4 **Sensorik und Verpackungen****
- G. HAACK UNTER MITARBEIT VON A. BERNER
- 10.5 **Was versteht man unter Migration?****
- P. HILT
- 10.6 **Die Gesamtmigration****
- S. STÜRENBURG
- 10.7 **Prüfpraxis externer Labore****
- 10.8 **Hygiene von Lebensmittelverpackungen****
- H. JUNGCLAS

- 11 **Gewerbliche Schutzrechte****
- 11.1 **Markenrecht****
- P. HAHN
- 11.2 **Geschmacksmuster – Designschutz****
- P. HAHN
- 11.3 **Gebrauchsmuster****
- P. HAHN

**11.4 Verordnung über Qualitätsregelungen für Agrar-
erzeugnisse und Lebensmittel**

P. Hahn

12 Allgemeines Lebensmittelrecht

12.1 (in Überarbeitung)

12.2 Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit

P. Hahn

12.3 Hygienemanagement im Lebensmittelbetrieb

W. Heeschen

12.4 Lebensmittelkennzeichnung

12.5 Werbliche Aussagen/Werbebehauptungen

Carsten Oelrichs

12.6 (in Überarbeitung)

12.7 (in Überarbeitung)


12.8 (in Überarbeitung)

12.9 (in Überarbeitung)


12.10 Wegweisende Urteile

A. Wehlau

12.11 Rückstände und Kontaminanten


- 13**  **Marktforschung bei der Produktentwicklung**
V. Fölsch
 - 13.1** **Aufgaben der Marktforschung**
 - 13.2** **Nutzung von Sekundär-Material**
 - 13.3** **Überprüfung von Produktkonzepten**
 - 13.4** **Überprüfung von Produktqualität und Produktakzeptanz**
 - 13.5** **Ermittlung des Absatzpotentials**
 - 13.6** **Testmärkte**

- 14** **Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit**
 - 14.1** **Erwartungen und Forderungen des Kunden**
S. Pfaff
 - 14.2** **Kundenzufriedenheit nach DIN EN ISO 9001:2008**
S. Pfaff
 - 14.3** **Messung, Analyse, Verbesserung**
U. Riedel

- 15**  **Entwicklung von Bio-Produkten**
 - 15.1** **Produktpolitik**
M. Hansen, F. Ganz

- 15.2 Kommunikationspolitik**
J. Niessen
- 15.3 Biodiversität und Bio – das Zukunftsthema Nr. 1**
A. Pruban, S. Rösler

- 16 Informationsverarbeitung in der Produkt-
entwicklung**
- 16.1 Einleitung**
K. Schwarz, M. Bruhn
- 16.2 Rezeptkalkulation**
J. Jarzina, M. Bruhn
- 16.3 Statistische Versuchsplanung**
K. Schwarz
- 16.4 Software für Sensorik**
K. Schwarz
- 16.5 Data Mining mit der open source Software R**
E. Köhn

- 17  Kosmetische Produkte**
K. Schwarz/C. Nordemann
- 17.1 Einleitung**
- 17.2 Pflegende Kosmetika**
- 17.3 Aufbau der Haut**
- 17.4 Naturkosmetika**

17.5 Phospholipide

17.6 Milch als kosmetische Ingredienz