

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. MUSCHLIOLIK
- 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. MUSCHLIOLIK

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 Agrarerzeugnisse und Lebensmittel

P. Hahn

12 Allgemeines Lebensmittelrecht

12.1 Materielles Lebensmittelrecht

Moritz Hagenmeyer

12.2 Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit

P. Hahn

12.3 Hygienemanagement im Lebensmittelbetrieb

W. Heeschen

12.4 Lebensmittelkennzeichnung

12.5 (in Überarbeitung)

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**