

Pressemitteilung

Reading, 25 Januar, 2022

Larry Davis über Trends in der Lebensmittelindustrie, die Brenntag bedient

Brenntag ist der Weltmarktführer in der Distribution von Chemikalien und Inhaltsstoffen, und hat im vergangenen Jahr die in den USA ansässige Storm Chaser Holding Corporation ("JM Swank"), ein führender Distributeur von Lebensmitteln. Die Übernahme im Juni 2021 war ein entscheidender Schritt für die Expansionsstrategie von Brenntag in der nordamerikanischen Lebensmittelindustrie, da die kombinierten Unternehmen nun den führenden Vertreter von Lebensmittelzutaten auf dem nordamerikanischen Markt bilden. In diesem Interview spricht Larry Davis, President Nutrition Americas bei Brenntag, über die Vorteile dieser Akquisition und erläutert das geschaffene Alleinstellungsmerkmal und wie Kunden aus den USA, aber auch aus Kanada und Mexiko, von diesem Zusammenschluss profitieren werden.

Larry, bitte beschreiben Sie warum diese Akquisition so wichtig für Brenntag war.

Larry Davis: Wir haben in den letzten vier Jahren viel Zeit damit verbracht, unser Nahrungsmittelgeschäft aufzubauen. Nach vier Jahren harter Arbeit können wir bei Formulierungen und der Entwicklung neuer Produkte helfen und proaktiv auf Markttrends eingehen. Wir haben das größte Portfolio an funktionellen und Spezialinhaltsstoffen, und unsere Kunden wissen nun, dass wir viel mehr als nur ein Rohstoffunternehmen sind. Sie wissen, wie sie unser Ressourcenangebot nutzen können, um ihr Geschäft auszubauen und Produkte schneller auf den Markt zu bringen. Mit dieser Akquisition hat sich unserem Unternehmen eine einzigartige Gelegenheit geboten, und die ist für den Nutzen, der sich dadurch für unsere Kunden und Hersteller/Zulieferer ergibt, schlichtweg bahnbrechend. Wir werden unser eingespieltes Team weiter aufbauen, indem wir die Best Practices beider Unternehmen übernehmen und umsetzen, um unsere Kunden bei der Verbesserung ihres Geschäfts zu unterstützen.

Wie würden Sie JM Swank, das Portfolio und das Geschäftsmodell zusammenfassen?

Larry Davis: JM Swank und die Tochtergesellschaften (Lentz Milling und Armour) mit Hauptsitz in Iowa sind Distributeure von Inhaltsstoffen für den US-amerikanischen Lebensmittel- und Ernährungsmarkt. Ihr Portfolio ist stärker auf Basisinhaltsstoffe ausgerichtet als auf die funktionellen und Spezialinhaltsstoffe wie bei Brenntag. Das Geschäftsmodell ist dem von Brenntag jedoch sehr ähnlich: Distribution von Inhaltsstoffen an Endkunden, ganz gleich ob Konsumgüterindustrie oder Gastronomie. Ihr Inhaltsstoffportfolio konzentriert sich auf Basisinhaltsstoffe (die Inhaltsstoffe, von denen mehr als 2

% in einer Formulierung enthalten sind), während sich unser vorheriges Portfolio auf Zusatzstoffe und funktionelle Inhaltsstoffe konzentrierte (weniger als 2 % in einem fertigen Produkt).

Was sind die größten Vorteile der Akquisition von JM Swank für Brenntag?

Larry Davis: Vorteil Nummer eins ist die Erweiterung unseres Portfolios. Brenntag hatte vorher kein großes Geschäft für Basisinhaltsstoffe in Nordamerika. Mit dieser Übernahme haben wir unser Angebot an Basisinhaltsstoffen deutlich erweitert. Für Kunden eröffnet es Zugang zum breitesten Portfolio an Inhaltsstoffen, die auf dem Markt erhältlich sind, von einem einzigen Lieferanten. Niemand kann diese Bandbreite an Produkten anbieten, so wie wir sie jetzt haben. Kein anderer Distributor verfügt über eine derartige Marktabdeckung und kann Kunden aus dem Ernährungsbereich eine eigene Flotte, Basisinhaltsstoffe, funktionelle Spezialinhaltsstoffe, Prozesschemikalien und Wasseraufbereitung aus einer Hand anbieten. Das macht uns einzigartig. Wir sind nun in der Lage, die Produkte von JM Swank mit unserem Portfolio zu kombinieren, um unser Angebot und unser technisches Fachwissen zu erweitern. Auch hier können wir mit unseren JM-Swank-Erzeugerprodukten regional nach Kanada und Mexiko expandieren, wo sie zuvor noch nicht angeboten wurden.

Was können Ihre Kunden und Lieferanten von dem kombinierten Unternehmen in Bezug auf das Portfolio und die Dienstleistungen erwarten?

Larry Davis:

Aufgrund unserer nun breiteren geografischen Aufstellung mit 13 zusätzlichen Lagerhäusern und über 100 speziellen Lkw werden unsere Zulieferer und Kunden auch von kürzeren Entfernungen profitieren, was zu schnelleren Bearbeitungszeiten führt. Wir werden in der Lage sein, ein noch umfassenderes Leistungsspektrum anzubieten, einschließlich Leistungen im Mischen und Vermengen. Wir planen, unsere Kapazitäten in Bezug auf das Mischen und Vermengen zu erweitern, und wir werden dies aktiv vorantreiben. Aktuell verfügen wir über Kapazitäten im Nassmisch- und -vermischungsbereich, aber möchten bei Trockenmischungen expandieren. Zu den Bereichen, auf die wir uns konzentrieren werden, gehören Stabilisatoren, Hydrokolloide, Enzymmischungen sowie Vitamin- und Mineralstoff-Vormischungen.

Wie reagieren Sie auf die Trends und Potenziale auf dem US-Lebensmittelmarkt?

Larry Davis: Natural/Clean label ist ein großer Trend. Die Verbraucher fragen immer wieder danach, was deutlich zeigt, warum diese Akquisition für uns so wichtig ist. Basisinhaltsstoffe sind ein Grundbestandteil in jedem Lebensmittelprodukt. Von Stärke über Zucker bis hin zu Proteinen: Das sind Kernzutaten, die praktisch in jeder Anwendung zum Einsatz kommen. Verbraucher schauen vermehrt auf das Etikett. Wenn sie nicht wissen, worum es sich bei einem Inhaltsstoff handelt oder es einen

kryptisch klingenden Namen hat, wollen sie es nicht in ihrem Produkt haben. Beispielsweise suchen die Verbraucher nach Dingen wie Kakao und allen Variationen davon. Sie bevorzugen dies gegenüber synthetischen Schokoladenaromen. Unsere Akquisition hat unser Portfolio erweitert, wodurch wir mehr Produkte als natürlich und clean bezeichnen können, um mit diesem Trend Schritt zu halten. Hersteller von Zusatzstoffen sind ständig auf der Suche nach natürlichen Alternativen mit funktionalen Eigenschaften, weil man sie nicht einfach ersetzen kann, da sie ein spezielles Problem lösen. Ein Thema könnte die Konservierung sein – wenn Optionen für die natürliche Konservierung entwickelt werden, werden wir sie weiterhin in unser Portfolio aufnehmen. Die Verbraucher möchten gern darauf verzichten, aber sie wollen auch, dass ihre Produkte eine angemessene Haltbarkeit haben. Daher brauchen wir ein Gleichgewicht.

Ein weiterer stetig wachsender Trend ist vegane Ernährung. Die Mehrheit der Konsumenten veganer Produkte lebt nicht ausschließlich vegan. Jedoch streben immer mehr Verbraucher nach einem gesünderen Lebensstil. Sie achten auf ihre Aufnahme von Eiweiß aus tierischen Quellen, weil sie der Meinung sind, dass der tägliche Verzehr von tierischem Eiweiß ungesund ist. Daher haben die Verbraucher begonnen, ihre Ernährung mit veganen Alternativen zu ergänzen. Da die Nachfrage in den letzten Jahren zugenommen hat, beginnen die Preise zu sinken und die Endprodukte schmecken besser. Einige schnell wachsende vegane Trends sind Mandelmilch, Nussmilch und Hafermilch. Dieser Trend geht auch Hand in Hand mit einer natürlichen/cleanen Ernährung. Um der Nachfrage der Verbraucher nach natürlichen und cleanen Lebensmitteln gerecht zu werden, suchen Unternehmen kontinuierlich nach neuen Innovationen, um diese Bezeichnungen zu erfüllen. Wenn die Verbraucher weiterhin Verbesserungen für natürliche und cleane Lebensmittel fordern, werden sich daraus neue Produkte und Innovationen entwickeln.

Wie werden Ihre Application & Development Center bei diesem Übergang helfen?

Larry Davis: Anstatt dass unsere Kunden selbst herausfinden müssen, was funktioniert, können die Experten unseres Anwendungs- und Entwicklungszentrums Inhaltsstoffe auswählen und sie in Form eines fertigen Produkts präsentieren. Wir sind stolz auf unsere technischen Fähigkeiten, und wir wissen, dass wir damit auf dem Markt einzigartig sind. Unsere Center stellen einen bedeutenden Vorteil für unsere Zulieferer dar, da wir den Nutzen, die Merkmale und die Funktionalität eines oder mehrerer Zuliefererprodukte präsentieren können. Wir wissen, dass es für Verbraucher möglichst schnell gehen muss. Daher arbeiten die Zulieferer rund um die Uhr daran, schnellstmöglich Produkte mit gutem Geschmack und angenehmem Mundgefühl zu entwickeln. Unsere Application & Development Center können diesen Produktanforderungen gerecht werden, sodass unsere Kunden dies nicht tun müssen.

Wie hat COVID-19 den Lebensmittelmarkt und die Art wie Ihr Team arbeitet beeinflusst?

Larry Davis:

Das Schöne an der Nahrungsmittelbranche ist, dass Menschen essen müssen – egal, was auf der Welt passiert. Es ändert sich nur, wo sie essen. Die Gastronomie hat enorme Einbußen in der Pandemie verzeichnet, weil eine Zeitlang niemand auswärts essen gehen konnte. Wenn man sich jedoch den Einzelhandel ansieht, nahm das Angebot an Lebensmitteln massiv zu, weil mehr Essen zu Hause zubereitet wurde. Hier erkennt man, wie robust unser Markt ist. Wenn ein Segment einen Rückgang verzeichnet, sieht man mit aller Wahrscheinlichkeit einen Anstieg in einem anderen.

Es ist erstaunlich, zu sehen, wie sich der Nahrungsmittelbereich verändert hat, weil er sich deutlich von vorher unterscheidet. Unsere wichtigste Anpassung bestand darin, sicherzustellen, dass wir unsere Technologie nutzen, um unsere Kunden und Zulieferer weiterhin zu unterstützen. Wir mussten die Art und Weise, wie wir unseren Kunden und Zulieferern präsentierten, anpassen. Dazu gehörte, dass unsere Forschungs- und Entwicklungsteams in gemeinsame virtuelle Telefonate einbezogen wurden, dass wir vor einem Treffen Informationsmaterial verschickten oder dass wir eine Live-Übertragung einrichteten, damit unsere Kunden unser Team bei Tests im Labor beobachten konnten. Erst kürzlich hatten wir einen großen Erfolg mit unserer ersten globalen virtuellen Ernährungsveranstaltung, bei der wir rund 4.000 Kunden und Lieferanten in aller Welt über die Expertise und das Angebot von Brenntag im Bereich Ernährung informiert haben.

Unser Team hat großartige Arbeit geleistet, indem es unsere Angebote angepasst hat, um den Verbrauchertrends und der Nachfrage nach mehr Wohlbefinden und besserer Gesundheit gerecht zu werden. Wir haben auf unser Inhaltsstoffportfolio zurückgegriffen und Formulierungsideen ausgearbeitet, um den gesundheitlichen Aspekt der Endprodukte zu verbessern, wie es unsere Kunden wünschen.

Über Brenntag Food & Nutrition:

Brenntag Food & Nutrition, Teil des Brenntag-Konzerns, ist ein führender Anbieter von Inhaltsstoffen für die Lebensmittelindustrie in der ganzen Welt. Wir arbeiten mit den besten Lieferanten von Zutaten und Additiven zusammen und bedienen unsere Kunden genau nach ihren Bedürfnissen und Anforderungen. Mit seinen mehr als 900 Spezialisten, Standorten in 77 Ländern und 28 Anwendungs- und Entwicklungszentren bietet Brenntag Food & Nutrition technisches Know-how, maßgeschneiderte Formulierungs- und Anwendungslösungen, ein breites Portfolio aus Spezial- und Standardinhaltsstoffen sowie fundierte Branchenkenntnisse in den Bereichen Fleisch-, Geflügel- und Fischverarbeitung, Backwaren und Brot, Milcherzeugnisse und Eiscreme, Getränke, Schokolade und Süßwaren, Fertiggerichte, Obst- und Gemüseverarbeitung. Brenntag Food & Nutrition macht einen spürbaren Unterschied für seine Geschäftspartner – getreu seinem Slogan „Sense the difference“.

Weitere Informationen unter www.brenntag.com/food-nutrition

Pressekontakt:

Verena Blaschke
Brenntag SE
Global Communications
Messeallee 11
45131 Essen
Germany
Tel: +49 (201) 6496-1213

E-Mail: global.communications@brenntag.com
www.brenntag.com