



CLUB D'AFFAIRES FRANCO-ALLEMAND
DU BADE-WURTEMBERG E.V.

Nachbericht – Veranstaltung

Podiumsdiskussion

Veranstaltung des Club d'affaires franco-allemand du Bade-Wurtemberg
am 23. Oktober 2018 bei KMU Zentrale GmbH

Ernährung und Lebensmittel in Frankreich und Deutschland... was das Essen über uns verrät!



Eine spannende Podiumsdiskussion konnten wir unseren Mitgliedern und interessierten Gästen am 23.10.2018 in den Räumlichkeiten der [KMU Zentrale GmbH in Stuttgart](#) bieten.

Im Mittelpunkt standen Ernährung und Lebensmittel in Deutschland und Frankreich. Die Teilnehmer an der Podiumsdiskussion stellten ihre Sichtweise auf die beiden Länder unter besonderer Beachtung der unterschiedlichen Vertriebsstufen im Lebensmittelhandel vor. **Aymeric de la Fourchadière** schilderte als Vorsitzender der Geschäftsleitung von [SAVENCIA Fromage & Dairy Deutschland](#) seine Sichtweise auf den Käsemarkt der Nachbarländer.

Bemerkenswert war hierbei, dass die Kunden in Deutschland zunehmend Wert auf gehobene und natürlich produzierte Käseprodukte legen. Dennoch bleibt die Käsevielfalt in deutschen Kühlschränken noch hinter der in Frankreich zurück. Mit **Dominik Dangelser** von dem Stuttgarter Gastrolieferanten [Gastrofresh](#) war ein Zwischenhändler vertreten, der verdeutlichte, wie wichtig eine schnelle und reibungslose Lieferung frischer Ware für die Spitzengastronomie ist. Dies bestätigte **Gerhard Daumüller** als geschäftsführender Gesellschafter der [Keltenhof Frischprodukte](#)

[GmbH](#), die sich als Pionier in Deutschland auf dem Markt für Baby Leafs und Wildkräuter etablierte.

Das Bild wurde vervollständigt durch die Berichte von **Patrick Giboin**, dem Geschäftsführer und Küchenchef des [Restaurants Fässle](#) in Stuttgart-Degerloch; Herr Giboin verarbeitet täglich Produkte von höchster Qualität und ist mit den Besonderheiten der deutschen und französischen Spitzengastronomie von innen bestens vertraut.

In der Diskussion untereinander und mit dem Publikum zeigte sich, dass in Deutschland ein starker Trend dahin geht, Lebensmittel vor allem auf ihre Zutaten zu prüfen. Während der deutsche Verbraucher häufig mit den Inhaltsstoffen der Lebensmittel vertraut ist und immer zurückhaltender auf Zusätze oder gentechnisch verarbeitete Produkte reagiert, steht für den französischen Konsumenten eher die geschmackliche Qualität im Vordergrund.

Die vegane Ernährung spielt in Frankreich noch kaum eine Rolle. In beiden Ländern zeichnet sich aber ab, dass zunehmend Wert auf Qualität und auf lokale Produkte gelegt wird, was sich sowohl



CLUB D'AFFAIRES FRANCO-ALLEMAND
DU BADE-WURTEMBERG E.V.

Nachbericht – Veranstaltung

im Feinkosthandel zeigt als auch in Discountern, von denen es in Frankreich bedeutend weniger als in Deutschland gibt.



Während sich das Tischgespräch in Frankreich häufig über längere Zeit um die Qualität und Zubereitung der verzehrten Speisen dreht, spielt dieses Thema in Deutschland nur eine geringe Rolle. Insgesamt zeigte sich, dass französische Lebensmittel und die französische Küche von großer Bedeutung für den deutschen Markt sind und nach wie vor einen exzellenten Ruf genießen. Umgekehrt setzt der deutsche Trend zu Natürlichkeit und Lokalität Impulse im französischen Markt.

Es bestand Konsens, dass die Supermärkte in Frankreich sich gerade durch ein größeres Angebot an frischer Ware auszeichnen, was auch an den unterschiedlichen Kochgewohnheiten liegt. Besonders amüsant war der lebhaftere Erfahrungsaustausch zu den unterschiedlichen Tischgewohnheiten...

Im Anschluss an die Podiumsdiskussion gab es bei delikatem Fingerfood ausgiebige Gelegenheit, die angesprochenen Themen zu vertiefen und die eigenen Erfahrungen zu den Ernährungsgewohnheiten beider Länder auszutauschen.

Dr. Thomas Klink
PR & Kommunikation
Club d'affaires franco-allemand du Bade-Wurtemberg e.V.

Der Club d'affaires bedankt sich ganz herzlich bei seinen Referenten:



Mit freundlicher Unterstützung von:

