

ABC **o**mpendiet

Nr. 1-2003



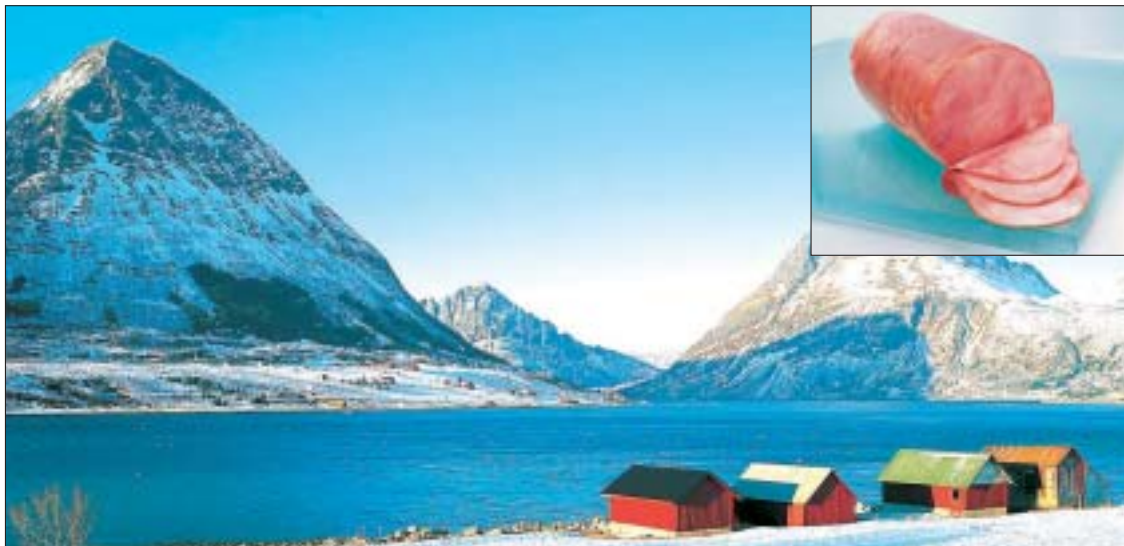
Stivelse

viktig ingrediens i utvikling



Småskalasatsing med smak

THULEFJORD



Hos Thulefjord skaper 19 engasjerte mennesker nisjemat med utgangspunkt i nord-norske tradisjoner, matkultur og gammelt håndverk. Kjøttroll av lam var et av deres første produkter.

Markedet øker for matprodukter basert på lokale råvarer og gammel håndverkstradisjon. Tilhørighet og fremstillingsmetode gir produktene en særegen historie som følger produktet, og dette gir andre kvaliteter enn de fra volumbasert industriproduksjon. Vi tenker

gjærne på lokal gardsbasert produksjon, men også de store matprodusentene er i ferd med å utvikle egne produktserier til dette markedet. Et eksempel på dette er Norsk Kjøtt sin satsing på Thulefjord.

Rent og frodig

Navnet Thule har røtter blant gamle oppdagelsesreisende og gir assosiasjoner til Nord-Norge, tradisjon og kultur. Navnet Thulefjord er både blitt navnet på firmaet og merkevaren for produktene.

—Navnet skal signalisere noe rent, frodig, friskt og sunt samt en god nord-norsk smak. Vi har laget en profil på merkevaren som underbygger dette, forteller daglig leder Kåre Paulsen i Thulefjord AS.

Smakstester var avgjørende

Utviklingsarbeidet for nye produkter startet med 10–12 produkter. Samarbeid med gode leverandører som ABC var avgjørende.

— Fra ABC kom Ola Stuberg til Bodø med krydder, produktideer og kunnskap om produktutvikling i kofferten. Han gikk aktivt inn i utprøvsarbeidet. Faglige vurderinger og ikke minst diskusjoner med salgsapparatet var grunnlaget for prøveproduksjonene som ble gjennomført i januar 2002. Én ukes arbeid ga 10–12 nye produkter. Laboratoriet til Nord-Norges Salgslag ble trukket inn i arbeidet, og det ble kjørt smakstester både blant ansatte og kundegrupper som kokker fra regionen, sier Kåre Paulsen.

ARNE RØD



Daglig leder Kåre Paulsen.

av Nord-Norge

Thulefjord tar utgangspunkt i lokale råvarer. Lam og reinsdyr står sentralt, men også storfe- og svinekjøtt blir brukt. Av krydder er det liten lokal produksjon, men oregano har lokale tradisjoner. Det vokser vilt i Nordland, men kalles da kongsgress, forteller Paulsen. Ellers er det brukt andre, importerte kryddere som har bakgrunn i nord-norsk mattradisjon.

Salg i Nord-Norge

Fra starten i 2002 og fram til i dag har Thulefjord satt i salg cirka 20 forskjellige produkter av middagsmat og pålegg. Først og fremst rettet mot butikker i regionen, men Paulsen kan fortelle at de arbeider aktivt for å komme inn i en av kjedene med større deler av landet som nedslagsfelt. Dette er et av de kritiske punktene for videre utvikling, i og med at markedet i Nord-Norge alene er for lite til å få lønnsom drift.



ARNE RØD

Daglig leder Kåre Paulsen (i midten), produksjonsleder Bjørn Fure (t.v.) og kundeansvarlig Ola Stuberg fra ABC.

Av Arne Rød

Kvalitet i hverdagen

Mange kunder besøkte oss under NEF-dagene i januar og på vår kundekveld i nye lokaler i Risløkkveien 2. Vi mente det var en fin mulighet til å vise oss fram, også fra innsiden. "Det er innmaten som teller."

Flyttingen ga oss et år med iherdig prosjektjobbing. Det var mange personer involvert – både i ABC og Ørako. At vi er kommet i mål betyr ikke at vi kan hvile lenge på laurbærene. Løftene vi har gitt det siste året er ikke nok for oss. Vi vil stadig bli bedre. Derfor fortsetter vi å videreutvikle oss som selskap. Vi er i ferd med å fornye vårt ISO-sertifikat for tredje gang, og prøver samtidig å tilfredsstille kravene rundt BRC. Vi skal også innføre nytt ERP-system i 2003/2004. Mye av grunnlaget for disse prosjektene er at vi skal være gode på trygg mat.

Vi har matsikkerhet i fokus. Som ledende på kvalitet er det viktig at systemene rundt matsikkerhet fungerer, og ikke bare ser bra ut på papiret. Vår filosofi er: ABC – helt enkelt. Dette gjelder også systemene vi bygger opp i vår organisasjon. Vårt mål er å tilfredsstille de krav du som kunde har til oss med basis i norsk næringsmiddeloggivning. "Det enkle er jo ofte det beste" er et slagord for en stor matvarekjede som mange forbrukere møter i hverdagen. Vi synes det er et slagord med gyldighet også for oss. ABC og Ørako vil også gjennom ABCompendiet vise at vi vil være med å utvikle næringsmiddelindustrien. Derfor har vi i dette nummeret satt søkelyset på flere interessante tema.

Thulefjords produkter er nord-norske spesialiteter som er:

- basert på tradisjonelle nord-norske oppskrifter
- laget etter gamle, nord-norske håndverkstradisjoner
- produsert med lokalt tilgjengelige råvarer
- viktige kulturbærere og en videreføring av den tradisjonelle "husmannskosten"

Vil du vite mer om produktene til Thulefjord? – se www.thulefjord.no

Thulefjord er ikke en fjord i Nordland selv om det kan høres slik ut. Navnet Thule stammer fra historien om den greske oppdagelsesreisende Pytheas som seilte nordover langs kysten og til Ultima Thule – "landet lengst mot nord". Det mest sannsynlige er at dette landet var Nord-Norge – et land han ga navnet "Thule".



Nybygg gir utviklingsmuligheter

ALLE FOTO: ARNE RØD



Produksjonsformann Bård Huseby kontrollerer renholdet på blandingsmaskinen.

Flyttingen av ABC til Økern Næringspark i fjor høst ble gjennomført i henhold til planen – blant annet med god innsats fra de ansatte. Nye lokaler innebærer optimalisering av arbeidet med logistikk og kvalitet.

– En flytteprosess innebærer nødvendigvis noe tid til innkjøring. Men nå opplever vi at varestrømmen går greit, sier varemottaker Christian Tokerud hos ABC. Han er ansvarlig for mottak av alle innkommende varer.

– Hele bedriften ligger nå på

samme nivå. Vi har gjort en hensiktsmessig inndeling i seksjoner, og selvfølgelig fått langt bedre plass. Den største "lettelsen" for oss som arbeider med vareflyten er at all flytting av varer kan skje med truck – også direkte inn og ut på lastebiler. Vi har cirka 2.000 forskjellige varer å forholde oss til. Da er et godt system avgjørende for oversikten, sier Tokerud. Han framhever også betydningen endringene har hatt for miljøet.

– Et godt miljø er selvfølgelig igjen en viktig forutsetning for å gjøre en god jobb mot leverandører og kunder. ABC har prosesser organisert etter kvalitetsnormen ISO. God og sikker varelogistikk er viktig for oss. Store, gode reoler med blant annet gjennomløp gir optimal rul- lering og rasjonaliserer vareplukk- ingen, sier Tokerud.

Tarm, krydder og tilsetningsstoffer

Produksjonsavdelingen hos ABC har ansvar for videreforedling av cirka ti prosent av produktene.

– Det er store mengder varer vi behandler, sier produksjonsfor- mann Bård Huseby. Han er for- mann i en stab på åtte personer som blander krydder og tilset- ningsstoffer og preparerer natur- tarmen før utlevering til kundene. Av tørrvare behandler de om lag 20 tonn pr. uke.

All den tid produksjonslokalene ble



Varestrømmen er rasjonell ved hjelp av truck i de nye lokalene, sier varemottaker Christian Tokerud.

bygget fra grunnen da Økern ble valgt som sted, kunne man i planleggingen fokusere maksimalt på gode arbeidsforhold og hensiktsmessige prosesser for rengjøring. Produksjonslokalene er en egen renhetssone hos ABC som stiller spesielle krav til arbeidsklær og kommunikasjon med resten av bedriften.

De nye lokalene gjør at ABC også raskere kan betjene kundene. Man regner vanligvis tre dager fra bestilling til levering. Men overfor en del faste kunder arbeides det i

større grad etter prognoser med et lengre tidsperspektiv. Selgerkorpset arbeider også kontinuerlig med produktutvikling for kundene, og i den sammenheng er produksjonen et sentralt ledd.

Høye mål

– Kvalitetssikring i alle ledd står høyt i kurs hos oss, og vi setter oss høye mål. Det gjør at vi også krev-er mye av våre leverandører. Mange av råvarene er utenlandske, med de ufordringer dette gir for kvalitetskontroll og -sikring. Vi har innført et system for sporbarhet på råvarene i blandingene. Dette hjelper oss med å finne tilbake til kildene om noe viser seg ikke å være tilfredsstillende, sier Huseby. Han mener bedriften er godt rustet for videre utvikling og utvidelse av maskinparken og produksjonen.

Forbedring en kontinuerlig prosess

Driftssjef Øystein Lie var ansvarlig for flytteprosessen til ABC, og puster nå lettet ut. Selve flyttingen gikk som planlagt, men det har vært mange småting å justere inn når arealene og det tekniske utstyret skulle brukes i praksis. Nå er "barnesykdommene" rettet, men Lie sier at man aldri blir ferdig. – Kvalitetssikring er som kjent en kontinuerlig prosess. ABC arbeider nå med sertifisering i henhold til de nye ISO-kravene (ISO 9001:2000) samt at vi ser på krav fra en ny BRC-standard. (Dette gjelder matvaresikkerhet og kommer fra kjedegrossistene.) Likeledes skal vi implementere et nytt økonomisystem som også innebærer et nytt logistikksystem. Kravene blir kon-



– Kvalitetsarbeidet kan vi aldri sette sluttstrek for, sier driftssjef Øystein Lie.

tinuerlig strengere, og det er vår utfordring å legge til rette for en utvikling i takt med dette.

Av Arne Rød



Hemmelighet i verdensklasse



Riktig bruk av havsalt med store krystaller er noe av hemmeligheten hos Jamones Segovia s.a. Helge Rasmussen fra Grilstad var en av seks nordmenn som reiste på studietur for å lære mer av de spanske produsentene.

For skinkeprodusenten Juan Vicente Olmos Llorente er bare grovt havsalt godt nok for de 800.000 Monte Nevado-skinkene som til enhver tid er i produksjon. Dette er et av mange viktige elementer som gjør den verdenskjente spanske skinken anerkjent.

Spanjoler har en stolt kulinarisk tradisjon og fremragende produkter. De har tatt godt vare på en uvurdelig ressurs – fagstoltheten. Det fikk en gruppe norske pølse-
makere erfare da de gikk på jakt

for å avsløre den spanske skinke-hemmeligheten.

800 gram pr. person i måneden

Seks nordmenn reiste på studietur iscenesatt av Fagsenteret for kjøtt: Geir Johansen fra Stranda Speke-
mat, Helge Rasmussen og Karen Marie Lorentsen fra Grilstad, Torunn Thauland og Christian Vestergaard fra Fagsenteret for kjøtt og Ola Stuberg fra ABC. Skinkeproduksjonen i Spania skiller seg på flere områder fra den norske. Det finnes flere hundre fabrikker, og alle har sine spe-

sialiteter. Spania er den ledende produsenten i verden med nesten 40 millioner enheter årlig, og det er en betydelig og viktig bransje både kulturelt og økonomisk. Hver spanjol spiser sju-åtte hg i snitt pr. måned – et konsum vi bare kan drømme om her hjemme. Vi deler spanske skinker inn i to hovedtyper, Serrano og Iberico, men det finnes en rekke varianter av disse.

Omfattende prosess

Studieturen besto av fem tett-pakkede dager, og det hele ble innledet hos Jamones Segovia s.a,

to timer nord for Madrid. Juan Vincente Olmos Llorente er fjerde generasjons skinkeprodusent, og ved sine tre fabrikker lager han utsøkte skinker under merke-navnet Monte Nevado. Med enorm kunnskap guidet Olmos Llorente nordmennene gjennom produksjonsprosessen; råvarebehandling, presalting med nitritt, salting med grovt havsalt, pressing og forming, vasking, børsting, ettersalting og modning, fortørking, aromadannelse, ettertørking og kjellermodning.

Det er et interessant poeng at spanske produsenter mener det hjemlige kjøttet er for dyrt. De henter derfor råvarer i stor skala fra andre land – blant annet Tyskland og Ungarn.

Egne skinkebarer

Utvexling av "bedriftshemmeligheter" skjer allerede på Internett, og på sikt bidrar det totalt sett til bedre produkter både i Spania og hjemme, mener under-tegnede.

Den norske gruppen benyttet de kommende dagene som gjester på II Congreso Mundial Del Jamon (Den andre verdenskongressen for spekeskinker). En rekke temaer stod på dagsordenen, blant annet teknologi, forskning og utvikling, spekeskinker og helse.

Det ble også tid til et besøk i Campofrio/Navidul, Spanias største spekeskinkefabrikk.

Av Ola Stuberg

Det enkle er fortsatt det gode

EIRIK ARNESEN



ABCs slagord "helt enkelt" ble understreket på firmaets stand "Når det er innmaten som teller" under årets NEF-dager. Årets messearrangement ble historisk omfattende, og ABC hadde satset på en livlig dialog med sine kunder.

– Vi har gode erfaringer med å eksponere produktideer. Det er fagfolkene som er interessante på en messe, og de setter pris på mangfold. Det er en strategi våre besøkende setter pris på og

vi profiterer på, sier Leiv M. Helsingen.

ABC-standen, som også omfattet datterselskapet Ørako, var på 5 x 15 meter, og luftige omgivelser ga kundene en utmerket mulighet til å slå seg ned med en matbit og en hyggelig fagprat ved ett av flere små kafébord. *Gottfried Schuberth (bildet)* fra Gewürzmüller var standens egen "kokkemester", og trakterte gjestene med spennende smaksprøver i en rekke varianter. Han kunne presentere over 30 varianter spekekjøtt og -pøser. Ikke minst Roschi-serien, en av mange forskjellige smaks-, krydder- og hjelpestoffer, var populær. Nok en gang var det de røkte bratwurst-pølsene som virkelig slo an hos småsultne forbi-passerende. Teknologien knyttet til spekepøser, med høyt innslag av probiotiske bakteriekulturer (tilsvarende det vi finner i Tines Biola-produkter), var også noe mange var interessert i. Dette er bakteriekulturer som raskere bryter ned maten i tarmen uten at det påvirker smak eller konsistens. Torsdag i messeuken inviterte ABC til åpent hus i sine nye lokaler på Økern.



Nye pølser og krydret fjørfe

ALLE FOTO: ARNE RØD



Fabrikkdirektør Kai Fjeld og avdelingsleder Anita Andersen med kilometervis av grillpølser.

Hærland Produkter AS er en av Norges mest nyskapende virksomheter med en lansering av 40 nye produkter hvert år. Innsatsfaktorer som krydder, marinader og tarmen er viktige i produktutviklingen av fjørfekjøtt.

– Utviklingen av produkter fra hvitt kjøtt har vært formidabel de siste årene, sier fabrikkdirektør Kai Fjeld.

– Ideer fanges i stor grad opp i andre land, som England, USA og Italia. Hvert år lanseres i snitt 40 produkter. Noen faller selvsagt fra, men produktporteføljen til Prior er nå på totalt nesten 400 produkter. De fleste leveres over hele Norge, men det er noen regionale forskjeller i smak og andre preferanser som vi må ta hensyn til. Spekemat fra hvitt kjøtt er en ny produktserie fra Hærland som vi har store forhåpninger til, og det arbeides kontinuerlig med nye pølsevarianter.

Hærland har samarbeidet med ABC

siden 1994. Fjeld understreker at samarbeidet er veldig positivt.

– Avtaler og felles forståelse brynes i engasjerte diskusjoner med jevne mellomrom, men slik skal det være i et godt samarbeidsforhold. Det skal være litt krevende for begge parter, sier Kai Fjeld.

Spesialitetmarkedet øker

Markedet for spesialitetprodukter øker sterkt. Som forbrukere er vi stadig mindre i butikken, og kravene til lettvinnt mat og helsemessig riktige produkter øker. Samtidig får vi stadig flere innvandrere, og norske forbrukere får øynene opp for etnisk mat. Alt dette er utviklingsfaktorer som gir kjøtt fra fjørfe konkurransefortrinn. Pro-

dukt- og markedsutviklingen har spilt naturlig sammen de siste 10–15 årene. Dette er en utvikling som vil forsterke seg ytterligere framover.

Store vekstambisjoner

Hvitt kjøtt utgjør cirka en sjettedel av det totale kjøttforbruket. Det vil si at en gjennomsnitt nordmann spiser 10,2 kg. Gjennomsnittet i EU er 18 kg pr. person.

– Vi ser at forbruket stiger også i Norge. Prior har 15 kg pr. person som mål om tre-fire år. Volumøkningen i 2002 var på 14,5 prosent. 70 prosent av det som fordeles i Prior i dag skjer på Hærland – og fabrikkene har fortsatt store ambisjoner om vekst, sier Fjeld.

kjøtt er vinnere i kjøttdisken

Fra frys til fersk

Varene fra Hærland omsettes gjennom Priors salgssapparat under varemerket Prior. Hærland er Priors hovedanlegg for produkter med basis i hvitt kjøtt og representerer cirka en tredjedel av både omsetning og ansatte i Prior konsernet. Hele Norge forsynes med produkter fra Eidsberg. Daglig transport er nødvendig, da hovedtyngden av varer nå er ferske. For ti år siden dominerte frysevarene. Beliggenheten er ideell, ifølge Fjeld. Nesten halvparten av det norske markedet ligger i Osloregionen.

– Pølser er det produktet som klart øker mest, forteller Fjeld.

– Prior har i første omgang konsentrert seg om dagligvaremarkedet. I Norge spiser vi cirka ti kg pølser hver pr. år. Totalt blir dette cirka 47.000 tonn pølser, hvorav 75 prosent selges gjennom dagligvare. Etterspørselen etter spesialpølser med krydder eller andre tilsetninger blir stadig større.

Viktig bedrift for Eidsberg

Dette er den største arbeidsplassen i Eidsberg og en viktig bedrift for kommunen. En tredjedel av de ansatte bor i Eidsberg.

– Riktig kompetanse er den største utfordringen i rekrutteringen. For Hærland Produkter er det nå vanskelig å få tak i personer med kompetanse fra næringsmiddelindustri, sier Fjeld. Dette har ført til en aktiv intern opplæringsavdeling med totalt 25.000 timeverk. Fjeld har arbei-



Denne maskinen lager cirka ti tonn grillpølser på sju timer og er betjent av tre personer. Bildet viser en Handtman AL-linje.

det for at videregående skoler i regionen skulle etablere næringsmiddellinje, men det har skolene så langt ikke fått til.

– Landbruket i Eidsberg samarbei-

der vi med på flere måter. Vi liker å si at 150 kuer i Eidsberg står og produserer melk for oss, sier Fjeld.

Av Arne Rød

Fakta om Hærland Produkter AS

- Bedriften ble etablert i 1956 på gården Herland i Eidsberg
- John Herland solgte i 1977 til Prior Norge, Østfold slakteri og Norges kjøtt- og fleskesentral
- Prior kjøpte alle aksjene i 1994 og anlegget ble sterkt spesialisert innen foredling av kjøtt (all slakting overført til andre anlegg)
- Samarbeidet med ABC startet i 1994
- Forbruk kjøtttråvarer: har fra 1995 økt fra vel 5.000 til over 16.700 tonn
- Antall ansatte: har fra 1995 økt fra cirka 100 til over 500 personer
- Omsetning: har fra 1995 økt fra 171 millioner til over 800 millioner



Stivelse – en nødvendighet

Stivelse er et sentralt element i næringsmiddelindustrien, og en viktig produktgruppe hos ABC. Det kan være nyttig å friske opp litt av kunnskapen.

Siden tidlig på 1930-tallet har stivelse blitt brukt kommersielt i næringsmidler for å få en tykk konsistens. Stivelse er plantenes opplagsnæring og finnes i alle planter, men ikke i dyreriket. Stivelsen er lagret i partikler som kalles stivelseskorn eller granula. I granula er amylose og amylopektin pakket ved siden av hverandre. Formen og størrelsen på disse er karakteristisk for hvert planteslag. Ved koking i vann eller væske vil stivelseskornene svulle, men ikke løses opp. Ved nedbrytning av stivelse dannes dekstriner som er små stivelsesmolekyler i varierende størrelse.

Mange varianter

Det finnes et utall varianter av stivelser avhengig av råvare, teknisk type, formål og egenskaper man ønsker eller har behov for:

- *råvare* er mais, waxy mais, potet, tapioka, hvete og ris
- *tekniske typer* er varmtsvellende, kaldtsvellende og instant. Også dekstriner og maltodekstriner
- *formål* er viskositetsgivere, konsistensgivere, teksturgivere, geldannere og proseshjelpstoff
- *egenskaper* er prosesstoleranse (mekanisk bearbeiding, pH, varme), fryse-tinestabilitet, grad av

utkoking og grad av løselighet (instant).

Potet, tapioka og hvete

De vanligste native stivelsene som brukes i kjøtt- og fiskeindustrien i dag, enten alene eller i blandinger, er potet, tapioka og hvetestivelse. Disse tre stivelsene er ganske forskjellige når det gjelder størrelse på granulene, forklistringstemperatur og viskositet.

Potetstivelse

Potetstivelse har gjennom mange år vært den viktigste og mest brukte stivelsen til kjøtt og fiskeindustrien. Den er fortsatt mye brukt, men får hard konkurranse fra tapioka.

Potetstivelsens store fordel er de store granulene på mellom 5 og 100 µm som gir stivelsen en veldig høy viskositet. Stivelsesgranulene starter å svulle på ganske lav temperatur, 58–65 °C.

Tapiokastivelse

Tapioka, kjent som cassava eller manjoka, vokser for det meste i Sørøst-Asia og Sør-Amerika. Stivelsen kommer fra en rot som kan bli opptil 90 cm lang og 7–8 cm tykk. Det er den innerste delen av roten som blir brukt til stivelse. Typisk for tapiokastivelse er at den danner en tykk gelé når den er varm. Den blir litt tynnere/mindre fast etter avkjøling. Kan fryses og tines uten de største forandringer. Stivelsesgranulene har en størrelse

på 4–35 µm og begynner å svulle ved lav temperatur, 52–65 °C.

Hvetestivelse

Hvete er en kornsart som er mest brukt som mel til kaker og brød, men i Europa og Australia er hveten også viktig som råmateriale til stivelse. Stivelsen har et høyt innhold av amylose, og skal være fri for gluten (rester kan fortsatt være til stede). Hvetestivelsen som stort sett er på markedet i dag ligger godt innenfor kravene fra øliakiforeningen.

Hvetestivelse vil gi en gelé som er god nok til å skjære med kniv. En gelé med hvetestivelse kan sammenliknes med en svamp og vil slippe væske så fort produktet fryses/tines.

Stivelsesgranulene fra hvete vil variere en del i størrelse, fra 5–50 µm, og vil begynne å svulle mellom 52–85 °C.

Nye varianter

I mange år har potetstivelse vært enerådende på det norske markedet. Stivelsen sveller lett og passer godt til våre produkter. Hvis vi ser på en brabenderkurve vil potet ligge noe høyere på kurven enn tapioka. Hvetestivelse vil ha en lav kurve.

Siden potetstivelse er dyr i forhold til andre typer stivelse, har flere og flere sett på alternative stivelses-typer/blandinger. Det er etter hvert laget sikre og gode blandinger med hvete/potet og tapioka/potet

i utvikling



for å få prisen ned. Disse blandingene er etter hvert blitt godt innarbeidet og gir bra sluttprodukter. Tapioka har de siste årene erstattet andre native stiv-

elser og blandinger av stivelse. Dette kommer i hovedsak av at kvaliteten er bedret og at prisen er en tredjedel av potetstivelse. Siden tapiokastivelse sveller like lett som

potetstivelse og gir et bra ferdig produkt, er det mange som etter hvert har gått over til tapioka.

Av Rune Øystad



NOTISER



Listeriadirektiver – endret regelverk i USA

Listeriabakterien er farlig for personer med nedsatt immunforsvar, og utgjør en stor risiko for matvaresikkerheten. I USA har FDA endret regelverket for Listeriadirektivene for ferdigretter av kjøtt og fjørfe. Risikoen blir rangert i kategorier. Et kjøttprodukt som er klassifisert i høyrisikosonen kan endres til et lavrisikoprodukt hvis Optiform blir benyttet i resepten. Optiform – et unikt produkt basert på naturlig laktat – produseres av vår leverandør Purac Biochem i Nederland. Purac har fått forespørsler fra kjøttprodusenter i Europa som vil blande OptiForm i sine resepter som et resultat av denne nye loven.

Spekemat kan være Functional Foods

Vår tyske leverandør av blant

annet bakteriekulturer og krydder, Gewürzmüller GmbH, har i tett samarbeid med universitetene Stuttgart Hohenheim og Jena utviklet en probiotisk bakteriekultur. Denne bakteriekulturen påvirker tarmfunksjonen i kroppen på en positiv måte, slik at nedbrytingen i fordøyelsessystemet foregår



enklere og maten blir lettere å fordøye. Probiotisk bakteriekultur kan benyttes i alle typer foredlede spekeprodukter. Bakteriekulturen påvirker ikke smaken, kun fordøyelsessystemet. Det mest kjente probiotiske produktet på det norske markedet er Tines Biola.

Nytt hvete-fiberprodukt fra Rettenmaier

ABCs leverandør av hvete-fiber, J. Rettenmaier & Söhne, utvikler kontinuerlig nye produkter. Nå lanseres

Vitacel WF 200 G, en granulert utgave av Vitacel WF 200. Det nye granulerte produktet er støvfritt uten bruk av bindemidler. I Danmark blir det blant annet brukt i fiskeboller og i Sverige i Lett Paté. Produktets holdbarhet er fem år, mot tidligere tre. WF 200 G vil i tillegg bli meget prisgunstig.

Farvel til luftlommer

Til skinkeprodukter med nett har Naturin utviklet en collagenfolie som er perforert, men samtidig har beholdt sin styrke. Problemet med luftlommer under nettet oppstår ved bruk av enkelte typer produksjonsutstyr og har framtvunget manuell kontroll og bruk av nål for å få luften ut. Dette er både dyrt og tidkrevende. I tillegg har den overflødig luft ført til at produktet får et mindre tiltrekkende utseende.



Arne B. Corneliussen AS

ABC er et heleid datterselskap av det danske konsernet DAT-SCHAUB – en av verdens største tarmhandlere og en stor aktør på handel med kjøtt og matvarer. Vi er leverandør til kjøtt- og næringsmiddelindustrien med hovedvekt på natur- og kunsttarmar, hjelpe- og tilsetningsstoffer, samt krydder og smaksstoffer.

Utgiver: Arne B. Corneliussen AS • **Ansvarlig redaktør:** Leiv M. Helsingen • leiv.helsingen@abcorneliussen.no • **Adresse:** Risløkkveien 2, Postboks 424 Økern, 0513 Oslo • **Telefon:** +47 22 88 46 00 **Telefaks:** +47 22 88 46 46 • **Internett:** www.abcorneliussen.no • **Design/produksjon:** Markedskontakt AS

ABCcompndiet 1-03