



Die Genuss-Molkerei

PRESSEMITTEILUNG

(Mertingen, 13. Oktober 2011)

Milch ohne Gentechnik, Nachhaltigkeit und prominente Markenbotschafter – Zott auf der ANUGA 2011

Die Genuss-Molkerei Zott aus Mertingen setzt bei der diesjährigen Anuga einen Schwerpunkt auf Zottarella ohne Gentechnik. Die Selbstverpflichtung der Molkerei zur Nachhaltigkeit rückt den wertvollen Rohstoff Milch, ein hochwertiges Fütterungskonzept der Tiere wie auch eine entsprechende Veredelung in den Mittelpunkt.

Produkte mit neuer Dimension

Ganz bewusst hat sich ZOTT mit einem Teil seiner Milchlieferanten Ende 2009 dazu entschieden, das Projekt „Milch ohne Gentechnik“ aufzusetzen. Die gesamte Projektphase bis zur tatsächlichen Realisierung nahm über ein Jahr in Anspruch. Nicht nur die beteiligten Milcherzeuger der Molkerei mussten auf ein entsprechendes Fütterungskonzept ohne Gentechnik umstellen. Auch die Molkerei investierte erheblich in die Schaffung der produktionsseitigen Voraussetzungen, um die „Ohne Gentechnik“-Milch getrennt verarbeiten zu können. Bis heute verarbeitet die Molkerei 100 Mio. kg Milch aus gentechnikfreier Fütterung. „Mit der Einführung des Mozzarella-Klassikers **Zottarella ohne Gentechnik** hat die Molkerei einen wichtigen Meilenstein gesetzt. Für die Premiummarke Zottarella wurde ein Mehrwert an Qualität und Natürlichkeit geschaffen. Wir sind mit der aktuellen Entwicklung zufrieden und stolz, dass Verbraucher und Handel unser Engagement anerkennen“, berichtet Hervè Massot, Geschäftsführer bei Zott.

Das Mertinger Unternehmen präsentiert einem internationalen Fachpublikum hochwertige und nachhaltige Qualitätsprodukte, interessante Vermarktungskonzepte und Verpackungskompetenz, die die Verbraucher ansprechen und den steigenden Ansprüchen nach Genuss und Abwechslung gerecht werden. Hier in Köln sieht das Unternehmen gute Chancen auch die internationale Positionierung weiter auszubauen, so die Vertriebsverantwortlichen.

Genuss in Bestform

Dazu zählt nach wie vor der Klassiker der Molkerei, der **ZOTT Sahne-Joghurt**, aber auch die **ernährungsbewusste Marke Jogolé**. Neu und Erfolg versprechend ist auch die Fokussierung convenienter Produkte, die in der heutigen Zeit immer mehr an Bedeutung gewinnen. Die Molkerei entwickelte ein patentiertes Verfahren zur Herstellung des **Zottarella Mozzarella Talers**, zum Backen, Braten und Grillen, der ohne Panade auskommt und kinderleicht



Die Genuss-Molkerei

zubereiten ist. Ein besonderes Highlight war am Sonntag der Besuch von René Adler, erfolgreicher Keeper von Bayer Leverkusen und seines jüngeren Bruders Rico, die die Gesichter der aktuellen **Monte** Bröderkampagne sind und von Zott Geschäftsführer Hervé Massot begrüßt wurden. Für einige Stunden war das sympathische Brüderpaar vor Ort und stand für Fragen, Autogramme und Fotos zur Verfügung.

Das Familienunternehmen mit über 80jähriger Tradition ist international ausgerichtet und exportiert in über 70 Länder der Welt. Der Fokus liegt dennoch bei Herstellung, Lieferanten und Mitarbeitern immer im Detail. „Erfolgreiche, anerkannte und zukunftsorientierte Mehrwertkonzepte sind Teamarbeit“, so Christine Weber, geschäftsführende Gesellschafterin. „Darauf sind wir sehr stolz.“



V.l.n.r.: René Adler (Keeper Bayer Leverkusen), Hervé Massot (Geschäftsführer Zott), Rico Adler

Pressekontakt & Bildmaterial

Michaela Matthäus – Leiterin Unternehmenskommunikation

Zott GmbH & Co. KG | Dr.-Steichele-Straße 4 | 86690 Mertingen

Tel. +49 9078 801 106 | E-Mail: Michaela.Matthaeus@zott.de

Weitere Informationen finden Sie unter www.zott.de