

# GETRÄNKE INDUSTRIE

BEVERAGE INDUSTRY

GETRÄNKEWEIT  
GETRÄNKEWIRTSCHAFT  
Sonderdruck

JULI 2007 **7**

 VERLAG W. SACHON · D 87714 SCHLOSS MINDELBURG



**Kenneth P. Manning**  
Vorsitzender, Präsident und CEO  
der Sensient Technologies Corporation



# Farbe und Geschmack für Getränke

Interview mit Kenneth P. Manning,  
Sensient Technologies

*Sensient Technologies ist ein multinationales Unternehmen mit Hauptsitz in den USA und Niederlassungen in mehr als 30 Ländern und befasst sich mit der Entwicklung, Herstellung und der Vermarktung von Farb-, Aroma- und Duftstoffen. Die GETRÄNKEINDUSTRIE sprach mit Kenneth P. Manning, CEO und Vorstandsvorsitzender des Unternehmens, über dessen Engagement in der Getränkebranche, gegenwärtige Entwicklungen der Märkte und zukünftige Trends. (wkl)*

**GETRÄNKEINDUSTRIE:** Herr Manning, bitte stellen Sie kurz ihr Unternehmen vor.

**Kenneth P. Manning:** Das Unternehmen Sensient Technologies wird dieses Jahr 125 Jahre alt. 1882 startete es als Spirituosenhersteller, insbesondere Gin bestimmte die Produktpalette. Von dieser Technologie ist es später zur Hefeherstellung gekommen, die viele Jahre intensiv betrieben wurde. 2001 wurde die Hefesparte an ein französisches Unternehmen verkauft. Gleichzeitig wurde das Käsegeschäft an ein belgisches Unternehmen abgestoßen und die Business Unit gefrorene Kartoffeln an ein amerikanisches Unternehmen.

Das Unternehmen war früher auf Convenience-Produkte – vor allem in den USA – spezialisiert. Deshalb wurden Teile auch von europäischen Unternehmen gekauft, die Zugang zum amerikanischen Markt suchten. Als ich 1996

das Amt des CEO übernommen habe, fand der Großteil des Geschäfts in den USA statt, und die meisten Angestellten waren US-Bürger. Heute werden 60 Prozent unseres Geschäfts außerhalb der USA abgewickelt, und zwei Drittel unserer Mitarbeiter sind keine Amerikaner. Wir operieren in 70 Niederlassungen in 31 Ländern. 2006 betrug der Umsatz 1,1 Mrd. US\$.

„*Der Getränkebereich ist spannend, da er sich gegenwärtig stark verändert.*“

**GI:** Welche Aktivitäten sind für Ihr Unternehmen heute am wichtigsten?

**Manning:** Primär bieten wir Geschmacksstoffe und Farbstoffe an, weiter existiert eine kleine Parfümabteilung. Die Hauptabnehmer sind die Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Der Getränkebereich ist spannend, da er sich gegenwärtig stark verändert. Coca-Cola und Pepsi-Co haben große Veränderungen durchlaufen, besonders in Richtung stiller Getränke. Coca-Cola unternimmt sehr interessante Schritte in Richtung Energy Brands, vor allem durch den Kauf von Glaceau. Unser Angebot umfasst alle Getränkekategorien, also karbonisierte und stille Getränke, Energy Drinks, Wasser mit Zusatznutzen, Flavoured Waters, Sportgetränke, fruchtsaftbasierte Getränke ebenso wie alkoholische Getränke.

**GI:** Welches Volumen hat denn der Markt für Farb- und Aromastoffe?

**Manning:** Es ist ein ziemlich großer Markt. Im gesamten Getränkemarkt, der 270 Mrd. US\$ jährlich umsetzt, macht der Anteil von Farbstoffen allein 120 Mio. US\$ aus. Wir gehen davon aus, dass unser Marktanteil bei Farbstoffen etwa 17 Prozent beträgt, bei Aromastoffen, wo das Gesamtvolumen bei ca. 1 Mrd. US\$ liegt, bei ca. elf Prozent.

„*Die Nachfrage nach neuen Geschmacksvarianten und neuen Farben für Getränke ist sehr groß.*“

Nach unserer Einschätzung werden die Märkte für diese Zusatzstoffe im Getränkebereich erheblich schneller wachsen als im Lebensmittelsektor. Bei Lebensmitteln wachsen sie gegenwärtig mit fünf bis sechs Prozent, im Getränkebereich dagegen zweistellig. Hier ist die Nachfrage nach neuen Geschmacksvarianten und neuen Farben sehr groß.



*Kenneth P. Manning,  
CEO und Vorstandsvorsitzender  
von Sensient Technologies.*

**GI:** Können Sie uns einige Beispiele geben, welche Produkte Sie für Getränke anbieten?

**Manning:** Eine große Rolle spielen funktionale Zusatzstoffe, wie Omega-3-Fettsäuren. Hier arbeiten wir sehr intensiv mit Verkapselungstechnologien, um den unangenehmen Eigengeschmack, den viele Stoffe haben, zu kaschieren. Auch Mikroemulsionstechnologien werden stark genutzt, z.B. für b-Carotin. Unsere große Stärke sind jedoch kundenspezifische Aromen- und Geschmackssysteme für Getränke. Diese können nicht nur Aromen oder Farb-

stoffstoffe enthalten. Wir sind auch in der Lage, Fruchtsäfte, Süßstoffe, etc. mit zu verarbeiten.

Als Aromasysteme bieten wir auch eine Vielzahl von natürlichen pflanzlichen Extrakten an, die unter dem Namen Templar vermarktet werden. Auch bei den Farben umfasst das Angebot zahlreiche natürliche Farbstoffe. Der Markt für natürliche Farbstoffe wächst mit gegenwärtig 15 Prozent, synthetische Farben wachsen dagegen viel langsamer.

**GI:** Wo werden synthetische Farbstoffe überhaupt noch eingesetzt?

**Manning:** Synthetische Farbstoffe werden überall dort bevorzugt, wo ein hohes Maß an Stabilität benötigt wird. Der Markt für diese Stoffe ist ungebrochen sehr groß. Und aufgrund der Anwendungsmöglichkeiten wird aus meiner Sicht auch immer ein Bedarf dafür vorhanden sein.

Aber der Trend geht eindeutig zu natürlichen Farb- und Aromastoffen. In den USA sind viele davon bereits aus biologischem Anbau, gegenwärtig läuft

„*Der Trend geht eindeutig zu natürlichen Farb- und Aromastoffen.*“

für weitere das Zulassungsverfahren bei der USDA auf Anerkennung als biologisch hergestellte Zutaten. Insbesondere biologisch hergestellte Produkte haben sehr gute Marktchancen, und ich denke, dass sich dieser Trend noch ausbauen wird.



*Sensient Technologies bietet ein breites Spektrum von Farb- und Aromastoffen für fast alle Getränkekategorien.*



*Der Trend für Farb- und Aromastoffe geht zu Produkten auf pflanzlicher Basis aus Bio-Rohstoffen.*

**GI:** Können neue Getränke heute überhaupt noch ohne Zusatzstoffe wie Farb- und Geschmacksstoffe hergestellt werden?

**Manning:** Wie schon erwähnt, hat sich der Markt für Getränke deutlich verändert. Karbonisierte Softdrinks wie Colas haben an Bedeutung verloren. Besonders junge Leute bevorzugen stille Getränke, mit Vitaminen oder Mineralien angereichertes Wasser etwa. Ich sehe eine deutliche und dauerhafte Bewegung in Richtung stiller Getränke, die sich auf Gesundheit und Wellness fokussiert. Dem muss bei der Entwicklung neuer Getränke natürlich Rechnung getragen werden.

**GI:** Was können Sie ihren Kunden neben den reinen Produkten noch bieten?

**Manning:** Natürlich bieten wir auch Beratungsservice. Dabei helfen wir auch bei der Entwicklung von Getränkerezepturen. Dabei verwenden wir viel Zeit und

Mühe darauf, dem Kunden zu helfen und seine Vorstellung umzusetzen. Man kann sagen: Wir verkaufen nicht nur Produkte, wir verkaufen Lösungen.

**GI:** Wie sehen diese Lösungen praktisch aus?

**Manning:** Wir entwickeln Farb- und Geschmackssysteme für die jeweiligen Getränke, die wir dann bis zum fertigen Produkt verfeinern. Ein Kunde gibt uns beispielsweise einige Inhaltsstoffe vor, die dann in unserem Labor mit den Farb- und Aromakomponenten so abgestimmt werden, dass ein stabiles und marktreifes Getränk bereit steht. Lediglich die Verpackung bieten wir nicht.

**GI:** Jede Innovation ist davon abhängig, dass der Endverbraucher sie auch akzeptiert. Betreiben Sie Marktforschung, um zukünftige Trends vorhersehen zu können?

**Manning:** Wir nennen das proaktive Produktentwicklung. Wir beobachten und analysieren den Markt. Basierend auf den Ergebnissen werden Produkte



entwickelt, von denen wir glauben, dass der Verbraucher sie mag. Dieser Weg hat sich als sehr erfolgreich erwiesen, und wir haben einige Konzepte hervorgebracht, die die Kunden gut annehmen.

**GI:** Welche Ziele verfolgt Sensient Technology für die Zukunft?

**Manning:** Aus ökonomischer Sicht wollen wir das gute Umsatzwachstum fortsetzen. Dafür ist ein starkes Programm für die Entwicklung neuer Produkte wichtig. Des Weiteren wollen wir Zugang zu neuen Märkten erlangen. Polen ist ein interessanter Markt, ebenso sehen wir großes Potenzial in den Ländern, die der EU neu beigetreten sind. Auch Südamerika, besonders Brasilien, steht im Fokus, ebenso Costa Rica, da sich von hieraus der Zugang zu kleineren Ländern in der Karibik bietet. Auch der ferne Osten bietet gute Aussichten, vor allem Länder wie Indonesien und Indien.

**GI:** Herr Manning, vielen Dank für das Gespräch.

Weitere Informationen:  
[www.sensient-tech.com](http://www.sensient-tech.com)

### *Kenneth P. Manning*

Manning kam 1987 zu Sensient Technologies (früher als Universal Foods bekannt). 1989 wurde er Executive Vice President, 1992 Präsident. 1996 wurde er zum CEO bestimmt und seit 1997 ist er Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. Seine Ausbildung beendete er mit dem Abschluss zum MBA für Unternehmensforschung an der American University, Washington D.C., und zum Bachelor of Science in Verfahrenstechnik am Rensselaer Polytechnic Institute in Troy, New York.

Bevor er für Sensient Technologies tätig wurde, arbeitete er für IBM, Cresap, McCormick and Paget sowie W.R. Grace and Company.

