

Workshop:

Globale Trends – lokale Innovationen

11. September 2019, Neuwied am Rhein

Globale Trends beeinflussen lokale Innovationen – was bedeutet das für die Entwicklung neuer Getränkekonzepte? Welche Produkte stehen in den internationalen Regalen? Welche Trends lassen sich für den deutschen Markt erkennen? Welche funktionellen Inhaltsstoffe sind im Trend und versprechen Erfolg? Wie sind Färbung, Aromatisierung und Süßung davon betroffen? **Ideen entstehen nicht im Büro. Lernen Sie Trends hautnah vor Ort kennen und setzen Sie eigene Ideen in die Praxis um.**



Die Referenten



Irina Beule
Innova Market Insights, NL

Irina Beule besitzt einen Bachelor in Ökotrophologie (Giessen, Deutschland) und einen Master in Lebensmitteltechnologie (Wageningen, Niederlande). Nach mehrjähriger Tätigkeit in der Produktentwicklung bei namhaften Unternehmen, arbeitet Sie nun bei Innova Market Insights als Ansprech-

partner für die Lebensmittelindustrie für Markt- und Trendentwicklungen basierend auf der Innova Neuproduktdatenbank.



Stefan Reiß
Green Coco Europe GmbH

Stefan Reiß, CEO der Green Coco Europe GmbH hat – gemeinsam mit dem Mediziner Dr. Antonio Martins – als Erster Cocossaft nach Europa gebracht. Als studierter BWLer, Marketingexperte und selbstständiger Berater in der Getränke- und Lebensmittelindustrie blickt er auf eine langjährige

Erfahrung in Vermarktung und Vertrieb innovativer Getränke zurück. Reiß hat die Premiummarke Dr. Antonio Martins zum europäischen Kategorieführer für Premium-Cocossaft in Bio-Qualität gemacht und in 15 Jahren an der Spitze des Nürnberger Unternehmens eine klare Leidenschaft entwickelt: für die Cocosnuss und deren Saft.



Kay Schumacher
Bösch Boden Spies GmbH & Co. KG

Kay Schumacher begann 1991 seine Karriere in der Lebensmittelindustrie als Brauer und Mälzer, bevor er an der TU Berlin Lebensmittel- und Biotechnologie studierte. Die Forschungsarbeit für seine Diplomarbeit führte ihn ans Waite Research Institute der University of

Adelaide, Australien durch. Nach 12 Jahren Produktentwicklung in der deutschen Getränke- und Molkereiindustrie widmet sich Kay Schumacher seit 2014 vollständig den funktionellen Fruchtrohstoffen.



Prof. Dr. Reinhard Hambitzer,
Hochschule Niederrhein, Mönchengladbach

1978 Abschluss Studium der Ernährungswissenschaften an der Uni Bonn, 1982 Promotion, 1988 Habilitation. 1988 bis 1998 Lebensmittelindustrie im Bereich Produktentwicklung (Eckes AG, Nieder-Olm, Schneekoppe GmbH, Mönchengladbach, Laurens Spethmann Holding AG), letzte

Position Leiter Forschung und Entwicklung, Innovationsmanager. Seit 1998 Professor für Industrielle Lebensmittelverarbeitung und Produktentwicklung an der Hochschule Niederrhein.



Annegret Kniepert
brand to business, Agentur für
strategisches Marketing und
Unternehmenskultur

Annegret Kniepert hat an der FU Berlin Publizistik und Betriebswirtschaftslehre studiert. Sie war 15 Jahre in leitender Tätigkeit sowohl für Startups als auch für internationale Unternehmen in den Bereichen Marketing und Geschäftsentwicklung tätig, bevor sie ihre Agentur gründete. Sie berät heute Unternehmen bei der Positionierung und im Bereich der Unternehmenskommunikation.

Kunde: tropextrakt GmbH



Can Kalayci,
Creative Food and Beverage Company AG, CH

Studium der Getränketechnologie in Geisenheim. 2006 - 2010: Tätigkeiten als Getränke-Entwickler und Business Development Manager Food Service, Döhler GmbH, Darmstadt; 2010 - 2013: Tätigkeit als Export Manager, Eder & Heylands Brauerei, Grossostheim; 2014 bis heute:

Geschäftsführender Gesellschafter, Creative Food and Beverage Company AG, Bern/Schweiz

Workshop:

Globale Trends – lokale Innovationen

11. September 2019, Neuwied am Rhein

Stand vom 20.05.2019, Änderungen vorbehalten

Die Themen

- 09.00 h Registrierung und Begrüßungskaffee
- 09.55 h Begrüßung
Evi Brennich, confructa colleg
- 10.00 h **Globale Entwicklungen als Inspiration für lokale Erfrischungen**
Irina Beule, Innova Market Insights
Internationale Entwicklungen bieten Anregungen für lokale Produktinnovationen. Im Bereich von Saft- und Softgetränken werden Trendentwicklungen bei Neuprodukten, Inhaltsstoffen und Geschmacksrichtungen aufgezeigt und Produktauslobungen genauer beleuchtet. Dazu bietet die Innova Database eine Vielzahl an Analysemöglichkeiten. Ziel ist es relevanten Input für strategische Entscheidungen im Marketing und in der Produktentwicklung zu liefern.
Fragen zum Thema
- 11.00 h Erfrischungs- und Kommunikationspause
- 11.15 h **Aus Fragmentierung wird Mainstream: Zukunfts- und trendorientierte Innovationen als Chance für die (Re)Positionierung im Saftmarkt**
Kay Schumacher, Bösch Boden Spies
Kay Schumacher wird einen Abriss über die aktuellen globalen Trends im Lebensmittelmarkt geben, darauf aufbauend Marktbeispiele der Industrie sowie dessen Randgebiete im sehr agilen Markt der Snacks und Drinks zeigen. Ausgehend von der Beschreibung funktioneller Fruchteigenschaften, wird er Ansätze für die Produktentwicklung zeigen, die den gezeigten Trends zukunftsorientierte Lösungen entgegen setzen. Im Blickfeld werden die Themen Nährwertmodellierung, Generationen, Branchenverschmelzung und Texturen stehen.
Fragen zum Thema
- 12.15 h **Verteidigungsstrategien in Zeiten erstarkender Handelsmarken – wie exotische Zutaten Markenprofile schärfen können**
Annegret Kniepert, brand to business
Neben einer Vielzahl innovativer Startup-Getränke positioniert sich die nächste, sehr ernst zu nehmende Kraft im Getränkemarkt: Eigenmarken wachsen nicht nur, sondern verändern nachhaltig die Spielregeln. Innerhalb weniger Wochen bringen sie neue Produkte auf den Markt, die noch dazu mit Preisvorteilen punkten. Industriemarken sind herausgefordert, sich nicht nur reaktiv zu positionieren, sondern ihre Stärken gewinnbringend auszuspielen und schnellere Spielzüge zu machen. In langjähriger Arbeit für die tropextrakt GmbH haben wir Ansätze entwickelt, wie aus den Rohstoffen exotischer Früchte nachhaltige Differenzierungsmerkmale für Marken werden können. Wir bleiben hier jedoch nicht bei der Theorie, sondern steigen in die Praxis (der Verkostung) ein.
Fragen zum Thema
- 13.00 h Gemeinsames Mittagessen
- 14.00 h **Kalorien- und Zuckerreduktion bei Saft. Kokoswasser.**
Stefan Reiß, Green Coco Europe
Wie können Zucker- und Kalorien in Fruchtsäften signifikant reduziert werden, ohne Geschmack und 100 % Saft einzubüßen? Ein seit Jahren in der Branche viel diskutiertes Thema – bisher ohne Lösung. Kokoswasser als Fruchtsaft mit dem niedrigsten Zucker- und Kaloriengehalt unter Säften ermöglicht Reduktionen von bis 30 % ohne geschmackliche Einbußen. Wie wird dies in der Praxis angewendet? Fallbeispiele und Verkostungen zeigen die Möglichkeiten auf. Wie ist die gesetzliche Standortbestimmung? Wie sind die weiteren Wachstumsaussichten? Welche Kokosnusswasservarianten gibt es? Welche Prozessgrundlagen werden für die Verarbeitung benötigt?

Workshop:

Globale Trends – lokale Innovationen

11. September 2019, Neuwied am Rhein

Stand vom 20.05.2019, Änderungen vorbehalten

Die Themen

Viele Antworten zur Erfolgsgeschichte dieses Exoten vom Bioladen hin zum Discount, von der Nische hin zur am schnellsten wachsenden Kategorie im europäischen Fruchtsaftmarkt. Präsentiert und beantwortet vom Kategorieführer, 2002 gegründet.

Fragen zum Thema

15.00 h **Erfrischungs- und Kommunikationspause**

15.15 h **Liquides Denken in der Produktentwicklung – Ein Beitrag zum Marketing von Fruchtsäften**

Prof. Dr. Reinhard Hambitzer,
Hochschule Niederrhein

Genuss, Gesundheit, Natürlichkeit – Eigenschaften, die kulturübergreifend und weltweit gleichermaßen positiv wahrgenommen werden: Das Innovationspotential von Früchten ist hervorragend. Es erscheint daher naheliegend, die Dynamik globaler Trends über geeignete Strategien und Konzepte auf lokale Produktinnovationen zu transferieren. Die Wettbewerbssituation erfordert allerdings auf operativer Ebene liquides [Um-]Denken der Produktentwicklung im Spannungsfeld Markt und Marketing. Vorschläge und Beispiele zu Fruchtgetränken zeigen dazu Lösungswege.

Fragen zum Thema

16.00 h **Dezentrale Abfüllungen – Lokale Umsetzung der globalen Trends im Getränkemarkt**

Can Kalaçci, Creative Food and Beverage Company

Eine zentral umgesetzte Produktidee reicht heute alleine nicht aus. Die Hersteller von Heute müssen sich mit den globalen Trends auseinandersetzen, lokale Innovationen bewirken und diese kurzlebigen Produktkonzepte auch nachhaltig umsetzen. „Back to the roots“ und „Craft“ sind dabei sehr wichtige Begriffe geworden. Dezentrale Abfüllungen sind gefragter denn je! Creative Food and Beverage Company AG möchte Ihnen Einblicke in das Abfüller-Netzwerk von Morgen geben

Fragen zum Thema

16.45 h **Feed-back Runde und Abschlussdiskussion**

17.00 h **Verabschiedung und Ausgabe der Teilnehmerzertifikate**

Die Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Fach- und Führungskräfte in der Fruchtsaft- und AfG-Industrie aus den Bereichen Produktentwicklung, Produktion und Marketing, Qualitätssicherung/-management, die schon heute auf die Produkte von morgen vorbereitet sein wollen.

Der Treffpunkt

food hotel

Europas erstes Supermarkt-Themenhotel
Langendorfer Straße 155-157
56564 Neuwied am Rhein
www.food-hotel.de