

1. KONGRESSTAG

MITTWOCH, 1. DEZEMBER 2021

Moderation:

Bernd Biehl (Chefredaktion Lebensmittel Zeitung) und
Miriam Hebben (Redaktion Lebensmittel Zeitung), dfv Mediengruppe

9.00 **BEGRÜSSUNG UND EINFÜHRUNG**

THE NEW CONSUMER – INSIGHTS

9.10 Consumer Insights – der neue alte Konsument

- Warum wird das schizophrene Kundenverhalten auch diese Krise überstehen?
- Konsumverzicht – wie wichtig sind Produktinnovationen aktuell und zukünftig?

Jens Lönneker, Geschäftsführer, rheingold salon GmbH & Co. KG

9.40 Food Trends 2021 – Potenzial für Handel und Hersteller

- Die Renaissance des Kochens – welche Potenziale bietet der Trend zum Selbermachen?
- Gesundheit und Fitness aus dem Supermarktregal – Neuprodukte mit Impulsen
- Regaloptimierung im Fokus: Welche Bedeutung haben Produktneueinführungen?

Enrico Krien, Commercial Leader Food & Dairy, NielsenIQ

10.10 **TAKE A BREAK (20 Minuten)**

FOOD TRENDS – DIE ERNÄHRUNG DER ZUKUNFT

10.30 Ein neuer Blick auf den Markt für personalisierte Ernährung – Trends. Umbrüche. Herausforderungen.

Michael Gusko, Global Director Innovation, GoodMills Group

11.00 Alternative Proteine im Lebensmittelregal: Was gibt es schon, was können wir erwarten?

Prof. Dr. Hans-Wilhelm Windhorst, Leiter des „Wissenschaft und Innovation für nachhaltige Geflügelwirtschaft“ (WING),
Stiftung Tierärztliche Hochschule Hannover

11.40 **TAKE A BREAK (10 Minuten)**

11.50 Cell-based meat der nächsten Generation – die Perspektive von MIRAI FOODS

- Status quo und der Ausblick auf die nächsten 10 Jahre: MIRAI's Platz in dieser Zukunft
- Berührungspunkte mit der traditionellen Lebensmittel- und Fleischindustrie

Christoph Mayr, Mitgründer und CEO, MIRAI FOODS AG

12.20 **LUNCHBREAK (30 Minuten)**

FOOD TRENDS – INNOVATIONEN FÜR DIE ZUKUNFT

12.50 Trends erfolgreich in Innovationen umsetzen – Chancen und Herausforderungen für die Marke Iglo

- Traditionsmarke mit Zukunftsvision: Transformation für eine klimafreundliche Ernährungswende
- Veggie als „Herzstück“ einer Mahlzeit – Den Mainstream definieren!
- Marke innovativ profilieren – die Weiterentwicklung des Storytellings

Henrik Boermans, Director Marketing, iglo Deutschland

13.20 Das Rügenwalder Konzept – Innovation aus Tradition

- Dynamischer Produktmix als Motor der Veränderung
- Die Pommersche als „crowd-pleaser“
- Aktuelle und zukünftige Herausforderungen

Patrick Bühr, Leitung Forschung und Entwicklung, Rügenwalder Mühle Carl Müller GmbH & Co. KG

13.50 Die Seeberger Story: Wie aus jahrhundertalten Commodities trendige Snacks aus der Natur werden

Ralph Beranek, Geschäftsführer, Seeberger GmbH

14.20 TAKE A BREAK (20 Minuten)

THE NEW NORMAL – HERAUSFORDERUNGEN FÜR STARTUPS UND INVESTOREN

14.40 *Wie Startups, Mittelstand und Konzerne nach der Pandemie die Zukunft der Ernährung gestalten*

- Die Pandemie als Beschleuniger und Katalysator von New Food
- Der neue Gründergeist – frische Beispiele aus dem KitchenTown-Universum
- Learnings aus bisherigen Kooperationen von Acceleratoren und Inkubatoren

Lukas Neuß, Gründer und Geschäftsführer, KitchenTown GmbH & Co. KG

15.10 DISKUSSIONSRUNDE:

The new normal: Wie hat die Pandemie die Rahmenbedingungen für Startups, Handel und Hersteller verändert?

- Die neuen Rahmenbedingungen – wie hat sich das Verbraucherverhalten verändert?
- Fokus Kerngeschäft – welche Relevanz haben Produktinnovationen aktuell für den Handel?
- Keine Experimente – wie hat sich die Situation für Startups verändert? Sind jetzt die Marktführer (FMCGler) wieder am Zug?

Daniel Duarte, Gründer und Geschäftsführer, koakult GmbH

Nicolas Hartmann, Geschäftsführer und Co-Founder, VF Nutrition GmbH – vly

Florian Stöhr, Geschäftsführer, Seedhouse Accelerator GmbH

Fabio Ziemßen, Vorstand, Verband für Alternative Proteinquellen e.V.

16.00 TAKE A BREAK (10 Minuten)

16.10 *Identitätsbasierte Innovation: Welche Rolle spielt Marke für die Zukunftssicherung?*

- Wie etabliert man Innovationskultur?
- Wie legt man die historische Kraft der Organisation für die Zukunftssicherung frei?
- Wie versteht man den Kontext für global food innovation?

Prof. Marc Sasserath, CEO, sasserath+

16.40 *Sustainability - what significance will it have for consumers in the future?*

Tony Lorman, Managing Director, Alpro GmbH

17.10 *Ende des ersten Kongresstages*

2. KONGRESSTAG DONNERSTAG, 2. DEZEMBER 2021

9.00 EINFÜHRUNG IN DEN KONGRESSTAG

VON DER IDEE ZUM POINT OF SALE

9.10 *Evolution oder Revolution – sind Innovationen planbar?*

- Das richtige Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort – die grundsätzlichen Herausforderungen bei der Produktentwicklung
- Innovationen in der Krise – jetzt erst Recht?!
- Food Startups vs. Industrie – wer liefert zukünftig Produktinnovationen?
- Das eigentliche Problem beim Product-Market-Fit – die Produktionslücke im Skalierungsprozess

Jochen Matzer, Geschäftsführer, Red Rabbit GmbH

9.50 *Healthy Me & Healthy Planet*

- Gesundheit und Nachhaltigkeit als neue Wachstumstreiber im LEH

Philippe Humbert, Senior Director Manufacturer und Retail, Information Resources GmbH (IRI)

10.20 TAKE A BREAK (10 Minuten)

10.30 Die Pandemie verändert Zielgruppen, unsere Ernährung und Sortimente – aber am POS ist (noch) alles beim Alten: Herausforderungen für Abfolgen, Platzierung und Promotions
Sören Ott, Vorstand, Gruppe Nymphenburg Consult AG

11.00 Produktinnovationen erfolgreich verpacken

- Vom Ernährungstrend ins Supermarktregal – Welches sind die Erfolgsfaktoren?
- Cases und Learnings

Thomas Reiner, Chief Executive Officer, Berndt+Partner Group

11.30 TAKE A BREAK (10 Minuten)

11.40 Der Verbraucher als Produktentwickler – Die Initiative „Du bist hier der Chef“

- Von der Idee bis ins Regal: das Konzept
- Die richtige Verpackung
- Learnings und Perspektiven

Nicolas Barthelmé, Mitgründer und 1. Vorsitzender, Die Gemeinschaft „Du bist hier der Chef! Die Verbrauchermarke“ e.V.

12.10 New FOOD meets Generation Zukunft – Ihr Speed Dating mit den Zielgruppen von Morgen...

- Wer sind die neuen Konsumenten? Wie ticken sie?
- In welchem Spannungsfeld bewegen Sie sich?
- Welche Food Marken erreichen sie jetzt schon und welche Food Produkte kaufen sie?
- Wo finden sich Impulse, Trends, Chancen und Best Cases für die Branche?

Patrizia Stitz, Gründerin, FOOD IDEAS

12.40 Ende des LZ-Strategietages New Food – Digital Edition