



Pressemitteilung inspirato KONFERENZEN

**Ein Genuss in jeder Hinsicht:**

**Gelungener Auftakt des Think Tanks NEXT GENERATION FOOD in Berlin**

- > Der neue Branchentreff für die Foodbranche zu den Megatrends Genuss, Gesundheit, Convenience und Nachhaltigkeit
- > uglyfruits, der Laden für besondere Früchte, als Gewinner des Start-Up-Pitch
- > Fortsetzung des Formats im Herbst 2014 ist garantiert

*Bad Homburg, 1. November 2013:* Der Foodmarkt ist im Wandel wie nie zuvor. In der Kalkscheune in Berlin trafen sich am 14. Oktober führende Köpfe, Impulsgeber und Experten, um Trends, Technologien und Konzepte vorzustellen, zu diskutieren und vor Ort gemeinsam zu erdenken.

**"eFood ist inzwischen weit mehr als eCommerce mit Lebensmitteln. Die Food Branche hat realisiert, dass das Digitale zum Betriebssystem von allem wird - mit großartigen Möglichkeiten zur Vernetzung von Geschäftsmodellen. Einzigartigkeit im Hinblick auf den Verbraucher muss das Ziel sein."**, so Robert Franken, Geschäftsführer, Chefkoch.de, neben ecom consulting und inspirato Konferenzen einer der Mitveranstalter des Think Tanks.

Mehr als 140 Teilnehmer folgten der Einladung nach Berlin und wurden belohnt mit einer Vielfalt an Konzepten und (digitalen) Geschäftsmodellen aus den Bereichen Genuss, Gesundheit, Convenience und Nachhaltigkeit 2.0.

Vijay Sapre, Herausgeber des Magazins Effilee und Kurator der Berlin Food Week, eröffnete die Veranstaltung gleich zu Beginn mit Wünschen und Erwartungen an das Auditorium. Seine zentralen Aussagen spiegelten in vielfacher Hinsicht die Konsumenten-Trends in der Food Branche wieder. Hier ein Auszug der wichtigsten Gebote für den Tag:

1. „Bleiben Sie verführerisch“ und lassen sie sich verwöhnen. Man sollte sich öfters Zeit nehmen und wirklich genießen.
2. „Achten Sie auf Ihre Mittagspause“. In aller Hektik kommt diese oftmals zu kurz und ist gerade bei einem solch durchgeplanten Tag der Puffer, der als erstes genutzt wird.
3. „Seien Sie verantwortungsbewusst gegenüber Ihrem Körper und Ihrer Umwelt“.
4. „Bleiben Sie lokal“ und „Lernen Sie Produzenten kennen“.
5. „Produzieren Sie selber“, es ist das schönste Gefühl mit Früchten aus dem eigenen Garten einen Kuchen zu backen.
6. „Trauen Sie keiner Studie“...die sie selbst nicht gefälscht haben. Hier sollte man mehr auf die eigenen Erfahrungen vertrauen.

Auch Alessandro Panella, Chief Strategy Officer, Grey betonte den Wandel der Esskultur. Zeit wird immer knapper, geregelte Tagesabläufe bröckeln, der Großteil der Mahlzeiten wird außer Haus verzehrt und Essen wird immer einsamer. Der Wunsch nach gemeinschaftlichen und unterhaltsamen Essen ist tief in unserer DNA verankert. Es ist daher zunehmend die Aufgabe von Food-Marken und -Herstellern, diese Ur-Trends mittels neuer Technologien und Gesellschaftstrends zum Leben zu erwecken.

Zentrales Thema des Think Tanks in diesem Jahr war, auch dank der Unterstützung des bvlo e.V., die Entwicklung des Online-Lebensmittelhandels, der in Deutschland im Vergleich zum Ausland bisher kaum eine Rolle spielt.

Aktuell beträgt der Anteil an E-Food in Deutschland nur ca. 0,5%. Das Publikum steigerte auf die Frage nach der Entwicklung der Online Marktanteile bis zum Jahr 2020 seine Erwartungshaltung nach anfänglichen Wortmeldungen von 3-5 Prozent auf bis zu 20 Prozent.

Hohe Erwartungen, die den ebenso hohen Anforderungen der Kunden nach einem umfangreichen (Frische-)Sortiment, attraktiven Preisen auf Supermarkt-Niveau inkl. Sonderangeboten, geringen Gebühren, einer intelligenten Lebensmittelsuche mit wenig Clicks und jeder Menge Inspiration und Information sowie 1a Service inkl. ½ Stunden Lieferfenster, der Akzeptanz aller Bezahlarten und einem Fahrer als Markenbotschafter standhalten müssen.

Dr. Henrik Haenecke, Geschäftsführer von Bringmeister.de, dem Lieferservice von Kaiser's Tengelmann bewies als einer der gerade mal zwei großen Player im Online-Lebensmittelhandel, der überregional ausliefert und ein Vollsortiment anbietet, anschaulich, wie man vor allem mit intelligenter Lebensmittelsuche, der Reduktion der Lieferzeit und denselben Bezahlmöglichkeiten wie im stationären Handel punktet. Kaiser's nutzt zudem sein ganzes Konzept als eine Markenbotschaft.

Der Erfolg des Handels mit Lebensmitteln im Internet steht und fällt mit der Logistik.

Tesco und Ocado haben in Großbritannien ihre Logistik seit Jahren selber aufgebaut. Peter Clifford, International Development Director des schwedischen Unternehmens Lina's Matkasse stellte in seinem Vortrag die Frage nach der Fahrlässigkeit, diese Kompetenz allein den Dienstleistern zu überlassen.

Aktuell ist DHL, Business-Partner des Think Tanks, mit dem Feierabend-Lieferservice dank kundenfreundlicher Lieferzeiten und garantierter Einhaltung der Kühlkette Vorreiter im deutschen Lebensmittelversand.

Etablieren konnten sich im Internet bislang vor allem Lebensmittelspezialisten, die Delikatessen, oder Gourmet-Produkte verkaufen. Aber auch der Onlinehandel mit individualisierten Lebensmitteln - Mass Customization - funktioniert.

Vor allem am Nachmittag bewiesen hier in 4 parallelen Sessions und dem anschließenden Food Barcamp die zahlreichen Erfolgsbeispiele u.a. von Delinero, foodist, mymuesli, Brandnooz oder Detox Delight, dass E-Food durchaus eine Nische mit Potential ist.

Highlight des Tages war der Start-Up Pitch, presented by E-Food Blog, bei dem eine Jury aus Branchenexperten und E-Commerce Spezialisten die beste E-Food Geschäftsidee kürte.

Die glücklichen Gewinner dieser Aktion waren die Gründer von ugly fruits, dem Laden für besondere, von der Norm abweichende, Früchte.

Die Denkfabrik fand ihren genussvollen Ausklang bei der Aftershowparty im Rocco & Sanny Bar & Grill, bei der unter allen Teilnehmern in Kooperation mit der Initiative „Boards without Borders“ ein Skateboard für einen wohltätigen Zweck - einen Skatepark in Indien – versteigert und noch zuvor auf unserer Veranstaltung von dem Künstler David Hartung handbemalt wurde.

Fazit und Hoffnung der Veranstalter am Ende eines inspirierenden Tages:

**„Die "NEXT GENERATION FOOD" hat einen Ort geschaffen, an dem alle Player zusammenkommen und in seltener Offenheit Möglichkeiten zur Kollaboration ausloten. Wir sind gespannt, was sich daraus entwickelt; vom Rückenwind aus Berlin sind wir begeistert und motiviert!“**

Durch das umfassende und facettenreiche Programm führten Oliver Lucas (ecom consulting), Max Thinius (bvlo e.V./ Allyouneed) und Fabio Ziemßen (E-Food-Blog).

Organisiert wurde die 1-tägige Denkfabrik von inspirato KONFERENZEN, einem Geschäftsbereich der SEMPORA Consulting GmbH.

Wer den Think Tank in 2014 als Referent oder Partner mitgestalten will, kann die Initiatoren unter der Emailadresse [f.thiele@inspirato.de](mailto:f.thiele@inspirato.de) kontaktieren.

Der Think Tank NEXT GENERATION FOOD wurde ermöglicht durch die Unterstützung und das Mitwirken zahlreicher Partner:

Ball Packaging, Berlin Food Week, BiteBox, bvlo e.V., DHL, Eatüber, G+J, INC, knusperreich, Mondelez, mymuesli, Smart Data One, true fruits, WMF

Links:

[www.next-generation-food.de](http://www.next-generation-food.de)

[www.inspirato.de](http://www.inspirato.de)

Ihr Ansprechpartner:

inspirato KONFERENZEN

Ein Geschäftsbereich der SEMPORA Consulting GmbH

Franziska Thiele, Geschäftsbereichs- und Projektleitung

Siemensstr. 27

D-61352 Bad Homburg

Tel: +49 (0) 6172 98196 82

Fax: +49 (0) 6172 98196 89

Mobil: +49 (0) 151 62417 941

E-Mail: [f.thiele@inspirato.de](mailto:f.thiele@inspirato.de)

