

NACHBERICHT TAKE-OFF MÄRZ 2023

Nachwuchskongress für junge Führungskräfte
aus dem Lebensmitteleinzelhandel
am 28. und 29. März bei Rügenwalder Mühle
in Bad Zwischenahn.

THEMA:

Megatrend
Individualisierung schafft
Raum für Koexistenz
von tierischen und
Plant-Based-Lebensmitteln

Der Take-off 2023 liefert wertvolles Know-how zum
aktuellen Shoppertrend inklusive Produktwissen,
reichlich Gelegenheit zum Netzwerken und
praxisbezogene Einblicke hinter die Kulissen.

TAG 1: DIENSTAG, 28. MÄRZ 2023

Ab in den Norden – 2023 findet der Take-off bei Kooperationspartner Rügenwalder Mühle in Bad Zwischenahn statt. Der Nachwuchskongress des Symposiums Feines Essen + Trinken startet diesmal mit besonders starker Teilnehmerzahl: Fast 50 junge Führungskräfte aus dem Lebensmitteleinzelhandel – zwischen 25 und 35 Jahren – sind angereist, um Expertise und Praxiswissen zur erfolgreichen Koexistenz von tierischen und Plant-Based-Lebensmitteln auszubauen. Im Charlottenhof, dem Tagungsort, werden sie mit einer Begrüßungsrede von Jörg Pretzel, Vorstandsvorsitzender Symposium Feines Essen + Trinken e.V., in Empfang genommen.

Anschließend gibt **Dr. Robert Kecskes, Senior Insights Director GfK**, einen Einblick in die Ausgangslage der Verbraucher: „**Shopper zwischen Melancholie und Rebellion**“. Der Spezialist für Consumer- und Trendforschung erläutert die Auswirkungen multipler Krisen der letzten Jahre auf die Käuferschaft. Dann zeigt er Chancen für den Handel im Kontext sozio-ökonomischer Polarisierungen auf: Kecskes empfiehlt, verunsicherte Consumer mit einer Doppelstrategie abzuholen. Diese besteht einerseits aus Rückbestätigung

und Vermittlung von Beständigkeit durch ein Sortiment herkömmlicher, etablierter Marken. Noch wichtiger sei es jedoch, der Kundschaft mit wertorientierten Brands Mut für die Zukunft zu machen: durch große etablierte Marken mit Zukunftsnarrativ sowie regionale und junge Kulturmarken, die sich für soziale und nachhaltige Ziele engagieren.



Auf diesen Überblick in die Bedürfnisse der Shopper folgt eine Einführung in die erfolgreiche Transformationsgeschichte der Rügenwalder Mühle: „**So is(s)t die Zukunft**“. **Mathias Schlüter, Chief Sales Officer, Rügenwalder Mühle** berichtet, wie das Unternehmen 2014 – als eines der ersten – vegetarische Alternativen für Fleisch- und Wurstwaren auf den Markt brachte. Seitdem entwickelt sich der Hersteller kontinuierlich „vom Veggie-Pionier zum Category-Captain.“

Die nächsten beiden Beiträge fokussieren die **Vermarktung des Segments Pflanzlicher Produkte im Rahmen des Category-Managements Wurst. Felix Nickel, Head of Shopper & Customer Marketing und Category Management Rügenwalder Mühle**, berichtet von der rasant angestiegenen Nachfrage vegetarischer und veganer Produkte in den letzten Jahren. Dieses Wachstum rechtfertigt eine künftig eigenständige Kategorie im LEH. **Volker Voss, Spartenleiter Fleisch/Wurst EDEKA Minden**, ergänzt aus Blickwinkel des Handels die Entwicklung der Bedienungstheke: Neue fleischlose Alternativen werden erfolgreich in konventionelle Fleisch- und Wurstsortimente integriert.

In seinem Beitrag „**Für Qualität gibt es keinen Ersatz**“ spricht **Michael Adam** über Qualität und Verantwortung bei der Herstellung von Fleisch- und Wurstwaren. Der **Regional-Verkaufsleiter der Bedford GmbH & Co KG** berichtete über Handwerk, Tierwohl und Transparenz in der Wurst- & Schinkenmanufaktur.



„**Unternehmer kommt von unternehmen**“ der letzte Vortrag des Tages wird von **Michael Hähnel, CEO und Vorsitzender der Geschäftsführung Rügenwalder Mühle**, gehalten. „Veränderung findet immer außerhalb der Komfortzone statt“, mit diesem Statement fasst er den andauernden Transformationsprozess des Familienunternehmens zusammen. Fast 60 Prozent des Gesamtumsatzes macht der Hersteller mittlerweile mit vegetarischen und veganen Sortimenten. Als nächsten Schritt in Richtung Zukunft steuert Rügenwalder Mühle die Herstellung von Produkten mit kultiviertem Fleisch an. In Kooperation mit innovativen Partnern entwickelt Rügenwalder Mühle neue Alternativen für den Fleischkonsum der Zukunft.

Das folgende Abendprogramm entführt die Teilnehmer in original-norddeutsches Ambiente. Im urig-gemütlichen Restaurant „Der Spieker“ nutzen die jungen Führungskräfte die Gelegenheit, sich beim Genuss traditioneller Speisen besser kennenzulernen, Erfahrungen auszutauschen und Businesskontakte aufzubauen.

TAG 2: MITTWOCH, 29. MÄRZ 2023

Am zweiten Veranstaltungstag geht es stärker in die Praxis: „**Cook and Talk. Warenkunde rund um vegane Alternativprodukte**“ steht auf dem Programm: In dem interaktiven Show-Cooking liefert das Team von Rügenwalder Mühle Rezepte und Hintergrundwissen zum veganen Sortiment. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, Fragen zu Produkten zu stellen und variantenreiche Probierhappen zu kosten. Anschließend geht es zur Besichtigung der Roten Mühle, dem Wahrzeichen der Rügenwalder Mühle.

Nach dem Lunch im Charlottenhof geht es weiter mit einem **Workshop von Regina Haas-Hamant, Lead Innovation, GS1 Germany GmbH**: „**Machen ist wie wollen, nur krasser**“. Anhand von Gruppenarbeit werden die angehenden Führungskräfte für den Zusammenhang von New Work und Innovation sensibilisiert. Gemeinsam werden Tools zu Team-Building erprobt und Leadership-Skills ausgebaut.

Am Ende des Nachwuchskongresses machen sich die Nachwuchsführungskräfte nach zwei vollen Programmtagen auf die Heimreise – neu dazu gewonnen im Gepäck: **jede Menge Know-how, lösungsorientiertes Praxiswissen und zahlreiche neue Businesskontakte**. Für den erfolgreichen Take-off 2023 bedanken wir uns bei den **engagierten Teilnehmern**, unseren **erstklassigen Referenten** und **ganz herzlich bei Gastgeber Rügenwalder Mühle**.

