

Wertewandel im Food-
Segment:

**DIE ZUKUNFT
GEHÖRT GUTEN
LEBENSMITTELN**

10./11. November 2016
in Berlin

Eine Veranstaltung der
grüneköpfe Strategieberatung

GUT: STORY & SUBSTANZ

Das Ende der klassischen Werbung und der Anfang von substantieller Kommunikation. Gute Produkte haben eine Story, schlechte haben keine.

Die Instagramisierung gesunder Ernährung. Der Wertewandel bringt nicht nur ein rasant steigendes Bedürfnis nach Selbstoptimierung, in dem Ernährung eine zentrale Rolle spielt, sondern fordert auch eine neue Inszenierung von ‚Schön‘ rund um Lebensmittel.

GUT: SUPERGESUND & SUPERSCHÖN

GUT: SINNVOLL & SINNLICH

Wenn Ästhetik die gesamte Palette von Eigenschaften ist, die darüber entscheidet, wie wir ein Produkt bewerten, dann ist Ethik mehr und mehr ein fester Bestandteil von Ästhetik. Umgekehrt braucht auch das Moralische das Schöne und Sinnliche.

PROGRAMM TAG 1: 10-11-2016

12.30 FOOD FOR THOUGHT I: Die Fragmentierung der Werte rund um das gute Essen – ein praktisch kulinarischer Einstieg

Die besten Schinken der Stadt treffen auf die besten veganen Käse. Knochenbrühe trifft auf Chia-Bowls, Supergreen-Smoothie trifft auf Orang-Utan-Kaffee, Paranussmilch trifft auf Rohmilchbutter, Raw Food auf Steaks von alten Milchkühen...

13.30 WERTEWANDEL: Warum Nähe ein Wert ist und Essen die neue Protestkultur

Der Rückzug in den Nahbereich. Warum die eigene kleine Welt sich als geeignet erweist, Identität, Bestätigung und Sicherheit zu finden. Warum die Moralisierung des Essens zur Frontenbildung führt, und warum gerade das Moralisieren zum Wunsch nach Einfachheit und Unbeschwertheit führt.

14.30 SEHNSUCHTSRÄUME identifizieren, NEUE BUSINESSFELDER entwickeln

Die neuen Konsumentenwünsche stellen das heutige Angebot der Lebensmittelindustrie und vom Handel in einer nie dagewesenen Art und Weise in Frage. Gleichzeitig führen Konsumentenwünsche und Konsumentenwerte unmittelbar zu neuen Businessfeldern innerhalb der Sehnsuchtsräume Right-Food und Love-Food.

16.00 Auswirkungen auf MARKENPOSITIONIERUNGEN

Kunden möchten ihre Werte in Marken wiederentdecken. Welche authentischen und substanziellen Chancen gibt es, neue Werte innerhalb von Markenpositionierungen zu integrieren? Was sind die entscheidenden Hebel? Was können Food-Hersteller und Handel von der enthusiastischen Generation der Food-Quereinsteiger lernen, die mehr und mehr zu Game-Changern werden?

17.00 Auswirkungen auf die KOMMUNIKATION

STORYTELLING, PARTIZIPATION, ENTLASTUNG sind die drei Schlagworte der guten Kommunikation für gute Lebensmittel. Es ist gleichzeitig das Ende von erkaufte Emotionalität über klassische Werbung. Reichweite ist künftig nicht nur die Anzahl der Menschen, die mit der Kommunikation in Kontakt kommen, sondern die Reichweite innerhalb des Werteverständnisses der Kunden. Wir zeigen, wie gutes Storytelling heute aussieht und wie man Kunden auf Augenhöhe begegnet.

18.00 FOOD FOR THOUGHT II: Gemeinsames Abendessen und VIN NATURELS-VERKOSTUNG mit dem besten Weinhändler der Stadt

Vins Naturels polarisieren. Wir zeigen, warum es manchmal spannend ist, Gelerntes über den Haufen zu werfen und eine Kategorie neu zu entdecken. Was das ganze mit Storytelling zu tun hat und warum es auch bei Lebensmitteln aufregend ist, seinen Erfahrungs- und Sprachschatz zu erweitern.

Ort: Vom Einfachen das Gute, Vins Naturels von Holger Schwarz/Viniculture

PROGRAMM TAG 2: 11-11-2016

09.00 bis 14.00 Uhr: Expedition zu Foodtrend-Hotspots in Berlin

Die Berliner Food-Szene ist eine der dynamischsten in Europa. Neue Konzepte wachsen schneller aus dem Boden, als man schauen kann. Wir führen Sie zu angesagten Hotspots und (noch) Geheimtipp-Locations.

Veranstalter

grüneköpfe Strategieberatung aus Berlin. Als grüneköpfe beraten wir Marken- und Handelsunternehmen bei der Verbindung von Nachhaltigkeit und Kundennutzen. Mit Blick über den Tellerrand spüren wir kommende Food-Trends auf, die gesellschaftlichen Wandel dokumentieren und damit Chancen für kleine, wie große Unternehmen bieten. Unsere Erkenntnisse finden sich dabei nicht nur in der Arbeit als Strategieberater wieder, sondern seit 2013 auch in Form des Lebensmittelladens „Vom Einfachen das Gute“.

Veranstaltungsort & Hoteltipp

Veranstaltungsort und Treffpunkt am 10.November: grüneköpfe Strategieberatung, Invalidenstr. 158, 10115 Berlin-Mitte

Hoteltipps:

The Circus Hotel, Rosenthaler Str. 1, 10119 Berlin, www.circus-berlin.de

Hotel Amano, Auguststraße 43, 10119 Berlin, www.amanogroup.de

Anmeldung

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Anmeldung per Email an

Manuela Rehn, rehn@gk-strategie.com

Jörg Reuter, reuter@gk-strategie.com

Teilnahmegebühr

€ 690,-(zzgl. MwSt). Der zweite Mitarbeiter einer Firma zahlt € 540,-(zzgl. MwSt).

Die Teilnahmegebühr umfasst das Programm und Essen im Rahmen der Veranstaltung inkl. Abendessen mit Weinverkostung. Kosten für Anreise und Übernachtung sind separat und auf eigene Rechnung zu tragen. Die Teilnahmegebühr ist zahlbar innerhalb einer Woche nach Eingang der Anmeldebestätigung und Rechnung per E-Mail. Stornierungen sind schriftlich mitzuteilen. Bis zum 15.10.16 ist eine Stornierung kostenlos möglich. Ab dem 16.10.16 werden 50% der Gebühr fällig.