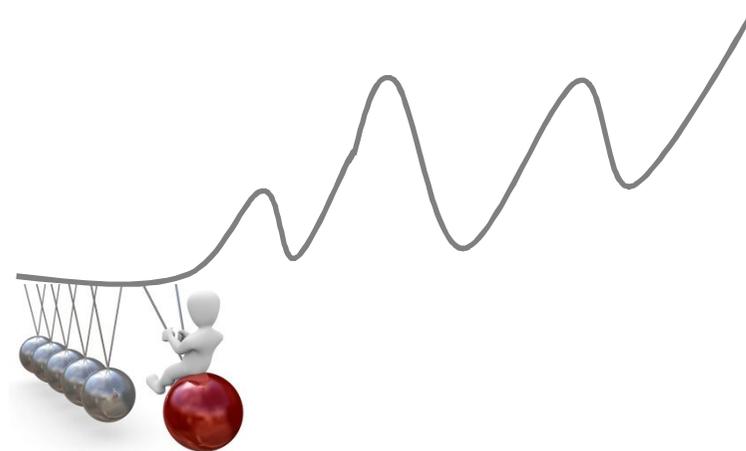


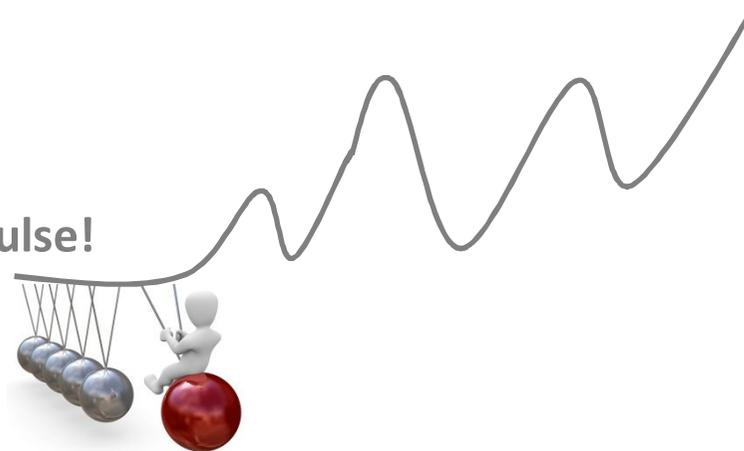
# Rezept-Entwicklung 2.0



**Effiziente Lösungsansätze für innovative Food Konzepte**

### Wie werden neue Rezepturprofile und Food-Konzepte erfolgreich entwickelt?

Mehr Mut + Frische Impulse!



- **Externe Experten** → Neue Sichtweise + unkonventionelle Denkansätze
- **Open Innovation** → Interaktionen mit Marken-Fans/Verbrauchern
- **Social Media** → Verbraucher-Feedback + sichtbare Marken-Profilierung

# Welches Food-Konzept macht Marken erfolgreich?

Die Grenzen der Strategic Food-Trends überschneiden sich teilweise, d.h. Schnittmengen gemeinsamer Eigenschaften bergen Erfolgspotential!

- **Marktanalyse Verbraucherwünsche** → Fokussierung der Präferenzen
- **Kombination von Food-Trends** → ganzheitliches Food-Konzept
- **Neue Zutaten-Kombinationen bzw. Zubereitungsmethoden**  
→ z.B. Trendzutaten in „gelernte“ Geschmacksprofile integrieren  
Fusion-Cuisine, Neu-Interpretation der Klassiker
- **Alleinstellungsmerkmal**  
→ Positionierung der Unternehmensphilosophie im Marktsegment

## Beispiel Alleinstellungsmerkmal Food-Konzept?

→ Olivenblätter-Tee, Zutat in neuer Anwendung (UseExtension)

- **Mediterrane Kräuterbutter**

Butter | Bärlauch oder Rucola | Olivenblätter | Olivenöl

Quelle: [www.olivenblaettertee.wordpress.com](http://www.olivenblaettertee.wordpress.com)



- **Italienischer Suppen-Klassiker Ribollita**

Mediterr. Gemüsemischung | Ital. Kräuter | Olivenblätterttee

Quelle: [www.freihaendigkochen.de](http://www.freihaendigkochen.de)



## Produkte und Rezepte werden durch Alleinstellungsmerkmale sichtbarer



MediaProjektion  
InfoScreen

→ Feature in strategische Food-Trends integrieren:  
z.B. „Clean Eating“: Mediterrane Suppe mit spezieller Zutat

## Was sind Strategic Food-Trends?

Quellen 2012 - 2015: FoodService Magazin, FutureFood Studio H. Rützler

- **UpDating** : kürzere Intervalle Produktneuheiten bzw. -variationen
- **Mainstream vs. Innovation**: widersprüchliches Kaufverhalten
- **Offensives EyeCatching**: Food-Design, „Food-Porn“, Verpackung
- **Less Is More**: Rezepte mit weniger Zutaten
- **Clean Eating**: „Free From“, Health-Aspects
- **Mini-Portionen**: mehr „Tasting“
- **Streetfood-Look**: „Coolness-Faktor“



## Innovation Step 1: Aufbau Projekt-Team

- **Interne Kompetenzen**

- Marketing, Vertrieb, Produktentwicklung, Produktionsleitung



- **Externe Impulse**

- Rezeptentwickler, Marketing-Experten für Consumer Insights, Verpackungsdesigner, Ernährungsexperten, TrendScouts

- **Interaktionen mit Verbrauchern**

- Marken-Fans, Foodie-Avantgarde, Zielgruppen-Recruitment



## Step 2: Briefing / Zielsetzung

Experten-Runde : Diskussion Food-Themen, z.B.:

- **Konzept-Ideen:** z.B. Alpenküche, „Teufelsküche“, Worldfood, Hybrid-Food
- **Definition Innovationsgrad:** adaptiv, facelifted oder revolutionär
- **„Ideale Produktzusammensetzung“:** z.B. Textur, Multi-Usage
- **Zutaten-Kombinationen:** z.B. Kaffee + X, Dessertkräuter + X
- **Implementierung Trendzutaten:** z.B. „Superfoods“, Heilkräuter

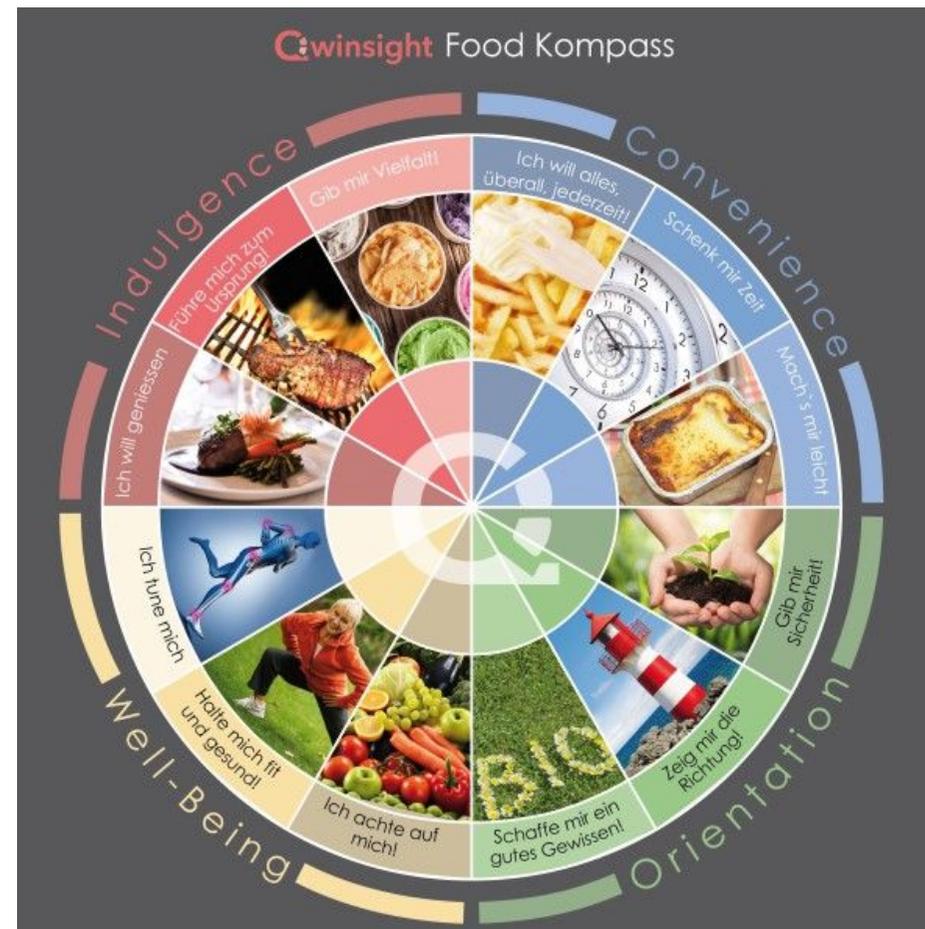
### Step 3: Aufgabenstellungen lösen

**Interaktive Verbraucher** (Casting per Social Media, PR-Kampagne) **und Experten** arbeiten gemeinsam an der Zielsetzung, z.B.:

- **Kundenorientierung** : Wünsche erkennen, Konzepte entwickeln, z.B. Anwendung Food Kompass von [Qwinsight, die Experten für Insights](#)
- **Auswahl bzw. Erstellung** eines idealen Rezepturprofils  
z.B. Anwendung [CuliMatrix®](#), Kreativ-Werkzeug für potentielle Zutatenkombinationen
- **Zuordnung** von Geschmacksprofilen zu Konzeptideen und Innovationsgrad

# Beispiel: Konzepte entwickeln mit Food Kompass

- **Qualitative Studie** fasst die wesentlichen aktuellen Entwicklungen im Bereich Ernährung in 12 Grundströmungen zusammen, die sich den 4 Themenfeldern Genuss, Convenience, Well-Being und Orientation zuordnen lassen
  - **Systematik** für kundenorientierte Innovationen und Schärfung von Positionierungen.
  - **Die wichtigsten Trends** der nächsten 3-5 Jahre lassen sich auf spezifische Marken und Zielgruppen zuspitzen
- © [Qwinsight.de](http://Qwinsight.de)



## Beispiel: Auswahl eines idealen Rezepturprofils

- Kundenorientierung per Food Kompass: Clean Eating, Vegane Suppe
- Anwendung Kreativ-Werkzeug CuliMatrix®: Harmonisierende Zutaten
- Zuordnung der Zutaten bzw. des Geschmacksprofils zur Konzept-Idee



Ergebnis: Cremige Rotkohlsuppe mit asiatischem Flair (Crossover)

## Step 4: Aufbereitung der Ergebnisse

Expertenrunde: Evaluierung der Resultate

- **Präsentation und Optimierung** der favorisierten Ideen



- **Mustererstellung** im Labormaßstab



- **Interne Verkostung** bzw. Anwendungstest

## Step 5: Fazit bzw. Fokussierung

Expertenrunde: Evaluierung der Resultate

- **Auswahl Konzept-Idee**, z.B.: Facelift Rezeptur -> Trendzutaten



- **Machbarkeitsanalyse**, z.B.: Produktionsverfahren, Materialkosten



- **Planung Testproduktion**

## Step 6: Realisierung bzw. Testphase im Markt

Testproduktion: Evaluierung durch Verbraucher und Experten

- **Verkostung durch Verbraucher**  
z.B.: *Brandnooz Box*<sup>®</sup>, *Taste@Home Conjoint Testing*<sup>®</sup>



- **Consumer-Feedback**



- **Auswertung durch Experten**



- **Adaption für Serienproduktion** oder Neubewertung des Projekts



## Step 7: Startbereit für mehr Erfolg für Ihr Produkt-Sortiment bzw. Speisekarte?

→ Wenn Fragen offen sind, ... Experten kontaktieren!

### Kontakt

#### Stephan Schmitz

Dipl.-Ing. Lebensmitteltechnologie (FH)  
Ausgebildeter Koch, Fachbuch-Autor, Foodblogger

Mobil: +49 178 187 0573

E-Mail: [consulting@culinarium-futurum.de](mailto:consulting@culinarium-futurum.de)

[www.culinarium-futurum.de](http://www.culinarium-futurum.de)



Impulse für die Kulinarik von Morgen