

Mit Tradition in die Zukunft

Süßwarenbranche trifft sich bei den 23. Tessiner Innovationstagen – Schwerpunkt Generationswechsel in Familienunternehmen

Den Generationswechsel anstoßen, die Organisation an neue Bedingungen anpassen und das Bestandsgeschäft profitabel halten: Bei den Tessiner Innovationstagen richtet die Süßwarenbranche den Blick auf Herausforderungen und Chancen der Zukunft.

Kreative Impulse jenseits des Tagesgeschäfts – dafür stehen die Tessiner Innovationstage. Zum 23. Mal lud Organisator Bernd Nordmeyer die Branche ins Schweizerische Ascona, um im „Innovationslabor der Süßware“ über aktuelle Herausforderungen zu diskutieren. Unter dem Leitthema „Was kommt – was geht – was bleibt!“ gaben die Referenten den rund 40 Teilnehmerinnen und Teilnehmern Denk- und Handlungsanstoße.

So zeigte Dr. Niklaus Leemann in seinem Vortrag den Unterschied zwischen inkrementeller Veränderung und radikalem Wandel auf. Auslöser für drastische Veränderungen in der Süßwarenindustrie könnten laut Leemann sowohl Regulierungen und Steuern als auch die Entwicklung der Rohstoffpreise sein. Zudem könnten die veränderten Konsumgewohnheiten der Generation Z für die Produzenten von süßen und salzigen Snacks zu einem radikalen Wandel des bisherigen Geschäftsumfeldes führen.

Wie genau die Gen Z denkt, arbeitet und konsumiert, erläuterte Sebastian Bartling von der Agentur Philoneos. Er betonte die Bedeutung der Kontextkompetenz und zeigte Beispiele für Employer-Branding-Konzepte auf, die sich speziell an die Gen Z richten. „Unternehmen müssen Nebenleistungen neu denken“, sagte Bartling.

Wie das in der Praxis aussehen kann, präsentierte Matthias Winkler vom Wiener Familienunternehmen Sacher. In seinen Luxushotels können die Mitarbeitenden sich unter anderem kostenlos Werkzeuge und Küchenutensilien ausleihen. Sie werden mit Weiterbildungen gefördert, müssen im Umkehrschluss aber auch ihren Teil zum Erfolg beitragen. „Wir sind ein



FOTOS: JÜRGEN SCHWITZKOPSKI

Geballe Süßwarenkompetenz: Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops in Ascona.



Austausch: Manfred Vondran (Kölln, I.) und Jürgen Herrmann (Mövenpick).

Hochleistungsunternehmen: Wer nicht kann, dem helfen wir. Wer nicht will, der muss gehen“, brachte Winkler die Firmenphilosophie auf den Punkt. Der CEO zeigte den harten Weg des Traditionsbetriebs aus der Pandemie auf: Mit Ideenreichtum und Mut gelang es der Sacher-Gruppe, den Einbruch in der „fast lebensbedrohlichen“ Phase zu überstehen und das Unternehmen zu alter Umsatzstärke zurückzuführen.

Dass auch in der jungen Generation „viel unternehmerischer Drive“ steckt, zeigte der Wissenschaftler Reinhard Prügl anhand einer aktuellen Studie der Zeppelin Universität in Friedrichshafen auf. „Die nachrückende Generation braucht mit Blick auf den Wechsel Gestaltungsmöglichkeiten“, betonte Prügl. Der Prozess der „Übergabe und Übernahme“ sei nicht von der Stange zu haben. Unternehmerfamilien müssten ihn frühzeitig starten.

Die nächsten Innovationstage, bei denen neben den inhaltlichen Impulsen traditionell das Netzwerken im Mittelpunkt steht, finden vom 5. bis 8. April 2025 statt. taf/lz 16-24



Next Gen: Richard Müller (Wawi, I.) und Gregory Mederer (Trolli).



Referent: Matthias Winkler, CEO der Sacher-Gruppe.



Stammgäste: Michael Holt (Sales in Time, I.) und Peter Riegelein (Riegelein).



Gut gelaunt: Andreas Coppenrath (Coppenrath, v.l.), Karsten Daum (BDSI), Claus Cersovsky (Rübezahl) und Fritz Haasen (Hellma).



Im Gespräch: Marco und Susen Thiele (Kathi, v.l.), Fabian Meier (Kuchenmeister) und Initiator Bernd Nordmeyer.

FIRMEN		
Action	6	Hövelmann 13
Aldi Netherlands	40	
Aldi Nord	27	IFH Media Analytics
Aldi Süd	18/27	35
Amazon	33	
Aquapurna	31	Jägermeister
AWF Consulting	30	35
		K&S
		31
Bio Breadness	16	Karwendel-
Bridor	16	Werke Huber
Bünting	27	Kaufland
BVL	34	Kodi
		1/6
		Kölln
		10
Coca-Cola	16	
Cosnova	36	Lidl
Costa	31	4
		Markant
		27
Deutsche See	29	Mazur
Develey	35	Migros
dm	1/34	Milchwerke
Dr. Oetker	38	Schwaben
		16
		Milka
		35
Edeka	27	Mon Marché
Edeka Nord	33	24
Edeka Nordbayern		Naturalia
Sachsen-Thüringen	8	Netto
EHI	34	33
E. Leclerc	24	
Emmi	16	Otto Group
Epy	38	40
Escal	31	
		Pandriks
		16
		Pepco
		8
		Pickenpack
		29
Fair Parken	20	Prosol
Flink	4	24
Fuchs	12	
		Rewe
		27
Getir	4	Rossmann
Globus	27	33
Google	38	
GST	34	Schwarz-Gruppe
		27
		Stute
		1/10
		Tegut
		35
Hellmann's	36	Tinema
Henkel	14	29
Henkell-Freixenet	16	Tupperware
Honest Catch	31	39
		Zott
		16/21

IMPRESSUM

Lebensmittel Zeitung

76. Jahrgang

Verlag: Deutscher Fachverlag GmbH
Postadresse: 60264 Frankfurt am Main;
Hausadresse: Mainzer Landstraße 251, 60326
Frankfurt am Main
Telefonzentrale: +49 69 7595-01; Fax: -2210
(Vertrieb); -1740 (Anzeigen); -1400 (Redaktion)

Gründer: Wilhelm Lorch †
Geschäftsführung: Peter Esser (Sprecher), Sönke Reimers (Sprecher), Thomas Berner, Markus Gotta
Aufsichtsrat: Andreas Lorch, Catrin Lorch, Dr. Edith Baumann-Lorch, Peter Ruß

E-Mail-Adresse LZ-Redaktion: red-lz@dfv.de

LZnet: www.lebensmittelzeitung.net
http://www.german-retail-blog.com
Telefondurchwahl LZ: +49 69 7595--

Redaktion

Chefredaktion: Christiane Preuschat (1434), v.i.S.d.P., Anschrift wie Verlag; Stellvertreter: Bernd Biehl (1402); Tanja Fries (1454); Jan-Henrik Mende (1428)
Handel: Jan-Henrik Mende, Ltg. (1428); Hans Jürgen Schulz, Stellv. (2528); Philip Brändlein (1424); Janine Hofmann (1429); Annette C. Müller (1416); Werner Tewes (1435)
Chefkorrespondent: Manfred Stockburger (1442)

Industrie: Tanja Fries, Ltg. (1454); Delphine Sachsenröder, Stellv. (1427); Andrea Adelhardt (1422); Anja Ingelmann (1468)

Chefkorrespondent: Mario Brück (1423)

Frischware: Dirk Lenders, Ltg. (1495); Christoph Murmann, Stellv. (2518); Alrun Krönert (1432)

Recht & Politik: Hanno Bender, Ltg. (1431); Gerrit-Milena Falck (1433)

Journal: Miriam Hebben, Ltg. (1487); Mathias Himberg, Stellv. (2517); Jenny Busche (1478); Sonia Shinde (2759)

Chefreporterin: Madeleine Nissen (1482)

Marktplatz: Heidrun Krost, (1461); Gabriele Calvo Henning (1483); Iki Kühn (1469)

Technologie & Logistik: Denise Klug, Ltg. (2542); Lena Bökamp (1419); Maurizio Giuri (1425)

Marketing: Jörg Konrad, Ltg. (1465); Bernd Nusser (1448); Daniela Rück (1493); **Verpackung, Umwelt:** Horst Wenzel (2514); **Management und Karriere:** Iris Tietze (1475); Julia Wittenhagen (1456); **Personalien, Ereignisse:** Beate Hofmann (1462)

Nonfood: Silke Biester, Ltg. (1455)

Länderthemen: Ralf Bender, Ltg. (1459); Heike Balzer (1489); Judit Hillemeier (1458)

Redaktion Berlin: Leitung Berliner Hauptstadtbüro, Hans-Jürgen Deglow, Mobil +49 151 1593 8892; Haus der Bundespressekonferenz, Büro 1208, Schiffbauerdamm 40, 10117 Berlin, +49 30 20627889, Fax +49 30 20634641.

LZnet: Jens Holst, Ltg. (1417); Ingo Rentz, Stellv. (1450); Jessica Becker (1467); Ruth Herberg (1413); Marco Hübner (1497); Marco Kitzmann, CvD Online (1452); Britta Rosbach (1446); Laura Uebel, Social Media (1485); Katy Weber (1486)

Grafik: Art Director: Marianne Hartz (1473); Annette Gerhards-Fley (1457); Imke Hunstein (2444); Gudrun Kiender (1471); Christel Klein (2435); Kassim Majura (1472)

Bildarchiv: Karin Schilling (1453)

Verlagsabteilungen

Verlagsleitung: Sven Lang (1756)
Sales Director: Gabor Griego (1834)

Anzeigendisposition: Rainer Tradt, Ltg. (1744), verantwortlich für den Inhalt der Anzeigen

Vertrieb: Andreas Hoffmann, Ltg. (1761)

Abonnentenservice: +49 69 7595-2215

Marketing: Matthias Thelen, Ltg. (2621)

Marktforschung: Hilke Waas, Ltg. (1957)

Seminare und Events: Johanna Kuhn, Ltg. (1952)

Produktion: Hans Dreier, Ltg. (2463)

Logistik: Ilja Sauer, Ltg. (2201)

Alle Frankfurt am Main.

Erscheinungsweise: wöchentlich

Bezugspreise

Inland, inkl. Der Handel: Jahresabonnement: 465,- EUR zzgl. MwSt.; für Studierende gegen Vorlage einer Immatrikulationsbescheinigung: 280,- EUR zzgl. MwSt.

Österreich und Schweiz: Jahresabonnement: 490,- EUR zzgl. MwSt.; ohne MwSt. bei Nennung einer UStID-Nr.

Europa: Jahresabonnement: 555,- EUR zzgl. MwSt.; ohne MwSt. bei Nennung einer UStID-Nr.

Ausland/Welt: Jahresabonnement: 575,- EUR

Einzelausgabe der LZ: 10,50 EUR + Versandkosten + MwSt.

Alle LZ-Jahrespreise inkl. Versandkosten

Alle Angebote und Preise von LZ sowie LZ Digital (inkl. E-Paper) sind verfügbar unter www.lebensmittelzeitung.net/abo.

Die Abonnementsgebühren sind im Voraus zahlbar. Abonnementskündigung nur mit dreimonatiger Frist zum Ende des jeweiligen Berechnungszeitraumes möglich.

Anzeigenpreisliste: Nr. 69 vom 01.01.2023 und 69a vom 01.01.2023 für Stellenanzeigen.

Bankverbindungen: Frankfurter Sparkasse, Frankfurt a. M., BIC: HELADEF1822; IBAN: DE56 5005 0201 0000 0349 26

Druck: WVD, Kurhessenstr. 4-6, 64546 Mörfelden-Walldorf. Wir setzen ein nachhaltiges 100% Recyclingpapier ein, das mit dem Label des Blauen Umweltengels ausgezeichnet ist.

Nutzungsrechte: Die vorliegende Fachzeitschrift wird in gedruckter und digitaler Form vertrieben und ist aus Datenbanken abrufbar. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Artikel und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigung, Verbreitung, Digitalisierung, Speicherung in Datenbanksystemen oder Intranets, ist unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urhebergesetz nichts anderes ergibt.

Sollten Sie Artikel aus dieser Fachzeitschrift nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder in Ihr Intranet über nehmen oder per E-Mail versenden wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der Deutschen Fachverlag GmbH erwerben. Ihre Anfrage können Sie per E-Mail an content-syndication@dfv.de richten. Auskunft erhalten Sie telefonisch unter 069 7595-2042. Für die Übernahme von Artikeln in Ihren internen digitalen Pressespiegel erhalten Sie die erforderlichen Rechte von der PMG Presse-Monitor GmbH & Co. KG unter www.presse-monitor.de oder info@presse-monitor.de.

Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlags, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen

ISSN-Nummer 0947-7527

Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. angeschlossen.



MODERNER MARKT
LEBENSMITTEL-KAUFMANN
LEBENSMITTELHANDEL

dfv Mediengruppe