

FOOD INNOVATION CAMR





Facts&Figures FIC

- Mehr als 1300 Fachgäste
- 500 Matchmaking Gespräche
- 40 Pitches auf der FIC Pitch Bühne
- 1200 Teller aus der FIC Show Kitchen
- 100 Food Startups mit mehr als 130 innovative Produkte/Startup Ideen
- 100 Gesprächspartner für die Startups aus Handel, Investment und Gastgewerbe und Produktion
- 30 Pressevertreter:innen vor Ort
- 141.418 Impressions über alle Social-Media-Kanäle
- 19 spannende Programmpunkte auf den FIC Bühnen
- Forum Foodsense als neue Plattform als Zugang für die breite Öffentlichkeit

Prominente Gäste darunter: Hamburgs zweite Bürgermeisterin Katharina Fegebank, TV Koch Tim Mälzer, Ralf Dümmel, Christian Rach, der ehemalige Profi-Fußballer und Holger Stanislawski.



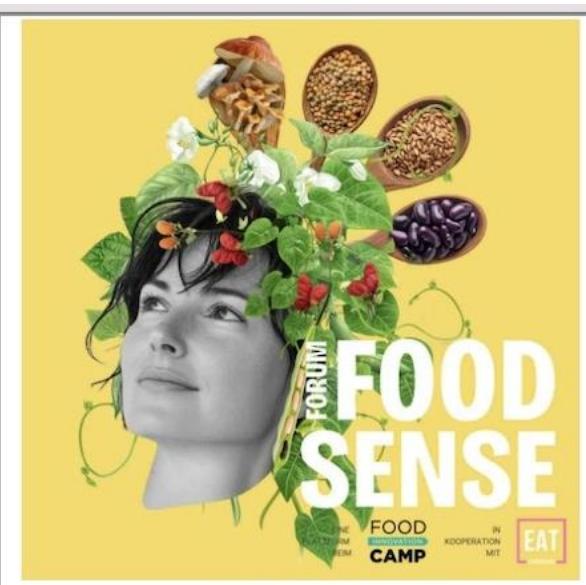
Hamburg Journal SINA GRITZUHN
Gründer Food Innovation Camp

01:30 02:53

Hamburg Morgen: Was essen wir in 50 Jahren?
23.06.2025 · Hamburg Journal - NDR

+ Merken
Auf dem Food Innovation Camp können Start-ups ihre Lebensmittelkreationen präsentieren. Es geht um Trends, aber auch neue Ideen.
Bild Screenshot

Video verfügbar: bis 23.06.2027 19:30 Uhr



„FoodSense“ – Wenn Ernährung wieder sinnlich wird

Dr. Robert Kecske, Senior Insights Director bei YouGov, hat es auf dem Smart Proteins Summit einmal treffend als „Sinn und Sinnlichkeit“ umschrieben. Wir haben Ernährung zu sehr rationalisiert, diskutieren über Reaktoren, Umweltentlastung und Skalierung. In unseren Küchen aber geht es um Appetit, um Lust, Gerüche, Geschmack und Familie. Und es geht auch um die Basis unserer Existenz: Hunger. Am Ende ist Ernährung immer auch Kultur und Kultur kreiert Ernährung.

Wohnen wir mit unserem Ernährungssystem steuern, ist demnach auch hoch emotional und abhängig von der Offenheit für neue Produkte. Ein zukunftsfähiges Ernährungssystem muss nicht gegen unseren Appetit arbeiten – es kann ihn nutzen, um Wandel voranzutreiben. Es muss den Menschen, guten Geschmack und gute Produkte in den Fokus rücken. „FoodSense“ beschreibt diese Verbindung zur Ernährung beziehungsweise zu Lebensmitteln, die gut für uns sind. Nicht nur messbar aufgrund von guten Inhaltsstoffen, die Gesundheit fördern, sondern auch weil sie unsere Lust betreffen und „gut“ für den Planeten sind.

vegconomist
– Das vegane Wirtschaftsmagazin –

Jetzt

Neue Produkte Interviews Food & Beverage Zell-/Biotechnologie Prozesstechnik
Alle Organisationen & Marken im Überblick Börsennotierte Unternehmen

Messen & Events

Siebtes Food Innovation Camp mit wichtigen Zukunftsimpulsen und Forum Foodsense als interaktiver Plattform

24. Juni 2025

Schließen **Lebensmittel Zeitung**

38 Lebensmittel Zeitung MARKTPLATZ NEW FOOD & PLANT-BASED 18.06.2025

„Coole Ideen gibt es in allen Sortimenten“

Nicht nur als langjähriger Partner des Hamburger Food Innovation Camp (FC) ist die Rewe Nord mit ihren 805 Märkten offen für die Zusammensetzung mit Startups. Eine ganz allein aber reicht nicht aus für eine Lösung, sagt Marcel Minuth, der seit neun Jahren das Category Management für die Rewe Nord verantwortet.

„Haben Misserfolge, welche Strukturen halten Sie nachvorteilhaft für den Food Innovation Camp? Welche Erfahrungen machen Sie aus dem Startup amphiplus zu sein?“

„Wir haben einige Erfahrungen gemacht, dass Interessenten gern an dem kleinen Kleinstabfertigung interessiert waren, die wir auf dem Markt nicht so leicht finden konnten. Das war ein Nachteil, was als andere Fachgruppen, Bei der Herleitung der Saat von den Anbaugebieten, die wir in der Region besitzen, etwas weniger, geringer wenig wie auf bestehende Warengruppen, wo wir schon gern es in allen Sortimenten.“

„Wie geht es mit Ihrer Warenpräsentation in diesen Startups? Wie unterscheiden sich diese von Ihrem Bestand New Food oder auch von anderen Supermarkten? Im Lebensmittelbereich werden Startups oft eher in den herkömmlichen Discounter- oder Supermarktsegmenten positioniert. Im Moment sind etwa die Zuckermannsbutte oder auch Proteinix ganz gut in den Discounter- oder auch Plant-Based ist, was dieser kleinen Produzenten angeht, immer noch wichtig.“

„Für die vergangenen Jahre kann man sagen, dass Startups in der Regel eher eine kreative Impulse in die Konsumkette gebracht haben, auch wenn preis, anbietung, Qualität und so weiter, eben nicht so gut waren.“

„Und auch bei unserer Eigenmarke, unter der wir wichtige Differenzierungen machen, wie sich ein temporär Produkt mit guten Markenprodukten entwickelt.“

„Wie verändert diese Impulse die Sortimentspolitik?“

„Wir schenken unserer Märkte, die für vegan und vegetarisch mehr Platz benötigen, mehr Platz. Wenn wir nicht einen Regalplatz geben, gibt es heute wechsle oder stehen. Im Kalibersatz ist es auch eine interessante Option, die wir auf der Startups-Site. Den Bereich für Startups haben neben den genannten Produkten auch einige generische Abnehmer, gilt für Kinderernährung. Diese Nische wurde und wird stark von Startup Aktivitäten geprägt.“

„Was muss ein Startup mindestens, um eine Chance in Ihrem Markt zu haben?“

„Wichtig ist zunächst die Leidenschaft für das Thema, die Leidenschaft, die Leidenschaft, was noch eine packende Geschichte, welche die Firma und ihr Gründerherzen erzählen kann.“

„Wichtig ist außerdem das Marketing, neben einer ausführbaren Marktevaluation, ob es sich um das richtige Ziel, die die Zeit und die Kosten für die Entwicklung, das Start-up zu haben.“

„Dann sollten sie uns, welche Trends auf Social Media wichtig sind oder häufiger thematisiert werden.“

„Was kann ein Startup machen?“

„Was ein Produkt in einer Präsentation im Rahmen der Rewe Nord präsentiert wird, muss nicht direkt anbauen, aber es kann auch abstimmen darum, was viele Kunden von einem Frischwarenladen erwarten.“

„Bei kleinen Herstellern, die vielleicht eine relativ kleine Logistik haben, kann es sich lohnen, dass sie direkt mit dem Markt in Kontakt treten, wenn die Kunden das Produkt kennengelernt und sich interessieren lassen können.“

„Und invertiert wird, dass Preis für dieses neue Produkt zu beachten.“

„Die Preisstruktur muss den Preis des Sortiments deutlich übertreffen. Klart ist, dass die Rohstoffe die Preise erhöhen werden können. Dies ist ja nach Startup sehr individuell.“

„Die Preisstruktur muss den Preis des Sortiments deutlich übertreffen.“

„Für kleine Hersteller von der Küchenzeile, die nicht direkt mit dem Markt in Kontakt treten, wird dies ein Problem.“

„Das kann sich einfach nicht präsentieren.“

„In der Region Nord ha-



PRÄSENT SEIN

„Laut dem Informationsdienst Stattprodukte ist es in vielen Hallen 2025 in Deutschland mit über 60 neue Standorten über 100 neue Aussteller und 100 neue Aussteller geprägt worden. Meistens war das Hamburger Food Innovation Camp (FC). Da die unabhängige Ausstellung kein eigener Standort war, fand auch ein weiterer Markt rund 80 Stände und 150 Firmen.“

„Wer einen Markt aufbaut, sollte natürlich die Teilnahme an einer großen Messe oder an einer anderen Messe präsentieren. Meistens ist es eine Messe, die von einer Branche oder einer Branche mit einer anderen Branche zusammengebracht wird.“

„Wer einen Markt aufbaut, sollte

„Die Teilnahme an einer großen Messe oder an einer anderen Messe präsentieren.“

„Wer einen Markt aufbaut, sollte

„Die Teilnahme an einer großen Messe oder an einer anderen Messe präsentieren.“

„Wer einen Markt aufbaut, sollte

„Die Teilnahme an einer großen Messe oder an einer anderen Messe präsentieren.“

„Wer einen Markt aufbaut, sollte

„Die Teilnahme an einer großen Messe oder an einer anderen Messe präsentieren.“

„Wer einen Markt aufbaut, sollte

„Die Teilnahme an einer großen Messe oder an einer anderen Messe präsentieren.“

„Wer einen Markt aufbaut, sollte

„Die Teilnahme an einer großen Messe oder an einer anderen Messe präsentieren.“

„Wer einen Markt aufbaut, sollte

Pressestimmen



Das FIC als Plattform für für Gastronomie-, Großhandels- und Foodservice-Unternehmen

Das Food Innovation Camp (FIC) bringt Gastronomie, Hotellerie und Foodservice mit innovativen Startups zusammen – begleitet von neuen Formaten und Partnern, die den Wandel der Branche aktiv mitgestalten.

Das mit unseren Partnern kuratierte Rahmenprogramm – bestehend aus Talks, Panels und Workshops – bietet inspirierende Inhalte, lädt zum Austausch ein und gibt besondere Einblicke in aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze der professionellen Foodwelt.

In der Show Kitchen treffen Kochende, Unternehmen und Entscheider:innen aufeinander – für Austausch, Präsentation und Innovation zum Anfassen und probieren.

KONFERENZ

Wissen teilen. Zukunft gestalten.

Talks, Panels und Workshops zu zentralen Themen wie Digitale Prozesse & Küchenautomation, Patentschutz, Produktentwicklung für die Gemeinschaftsverpflegung, Marketing, Logistik & Nachhaltigkeit in Lieferketten bieten fundierten Know-how-Transfer – für Startups ebenso wie für die etablierte Ernährungswirtschaft.

Die Inhalte ermöglichen es Partnern und Speaker:innen, sich gezielt zu positionieren:

- Expertise in Food Innovation präsentieren
- Wichtige Trend-Themen mitgestalten
- Mit prominenten Entscheider:innen und Innovator:innen diskutieren
- Hohe Sichtbarkeit in einem relevanten Branchenumfeld



MATCHMAKINGS

Gezielt vernetzt. Innovationen früh erkennen.

Um Food Startups mit relevanten Innovationstreibern zusammenzubringen, organisiert das Food Innovation Camp kuratierte Speed Datings und gezielte Einzel-Matchmakings zwischen Ausstellern und Entscheider:innen aus Handel, Investment, Gastronomie, Medien.

Das Format bietet Partnern:

- Direkten Zugang zu innovativen Produkten und Konzepten
- Persönliche Gespräche mit ausgewählten Startups
- Gezielte Vernetzung mit Zukunftspartnern
- Impulse für Sortiment, Zusammenarbeit und Weiterentwicklung

Durch die **strukturierte Vorauswahl** und persönliche Ansprache entsteht ein effizienter, qualitativer Austausch – ideal für neue Partnerschaften, Produktintegration oder Innovationsscouting.





EXPO

Die Expo – Innovation live erleben

Die Messe des Food Innovation Camps bietet bis zu **100 innovativen Ausstellern** die Möglichkeit, ihre Produkte und Konzepte einem hochkarätigen Fachpublikum zu präsentieren.

Startups aus den Bereichen **Food, Beverages und Food Accessoires** treffen hier auf Entscheider:innen aus **Handel, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Foodservice** – in einem offenen, modernen Ambiente mit Netzwerkcharakter.

Für Partner bietet die Expo:

- Direkten Zugang zu marktreifen Innovationen
- Kontakte zu jungen Marken und Gründenden
- Impulse für Sortiment, Kooperationen & Beschaffung
- Eine Bühne für eigene Sichtbarkeit im Innovationsumfeld

PITCH BÜHNE

Innovation im Rampenlicht

Bis zu **40 spannende Food-Startups** pitchen auf der zentralen Bühne vor Entscheider:innen aus **Handel, Gastronomie, Foodservice und Investment**. Eine **Fachjury** gibt direktes Feedback – den Gewinner:innen winken attraktive Preise und mediale Aufmerksamkeit.

Vorteile für Partner:

- **Mitwirkung bei Jury & Preisvergabe**
- **Direkter Kontakt zu Startups & Fachpublikum**
- **Scouting von Innovationen**
- **Positionierung als Trendsetter**
- **Hohe Sichtbarkeit & Media-Reichweite**

Ein starkes Format für alle, die Innovation mitgestalten wollen.





FORUM FOOD SENSE

EINE
PLATTFORM
BEIM
**FOOD
INNOVATION
CAMP**

IN
KOOPERATION
MIT
EAT
EXPERIENCE

Forum Foodsense

Das „Forum Foodsense“ ist eine Plattform beim Food Innovation Camp, die Es Besucher:innen dazu einlädt, die Zukunft der Ernährung mit allen Sinnen zu erleben – durch Kunst, Bildung und Interaktion.



FIC Show Kitchen

In der FIC Show Kitchen präsentierten Hospitality Partner gemeinsam mit Profi-Köchinnen und -Köchen wie z.B. Antje de Vries, Jens Rittmeyer, Clara Nürnberg, André Jenczewski, Jonas Lehmann, Mitch Heinlein und Roger Alliger kulinarische Köstlichkeiten mit innovativen Produkten aus der FIC Startup-Welt.



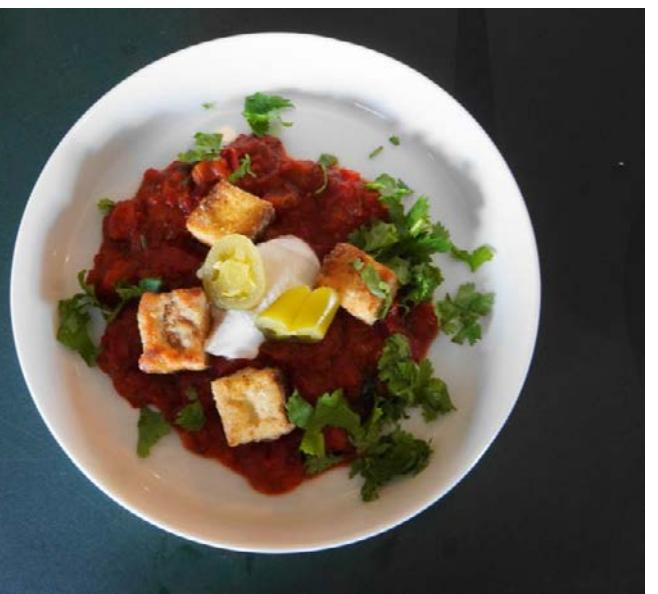
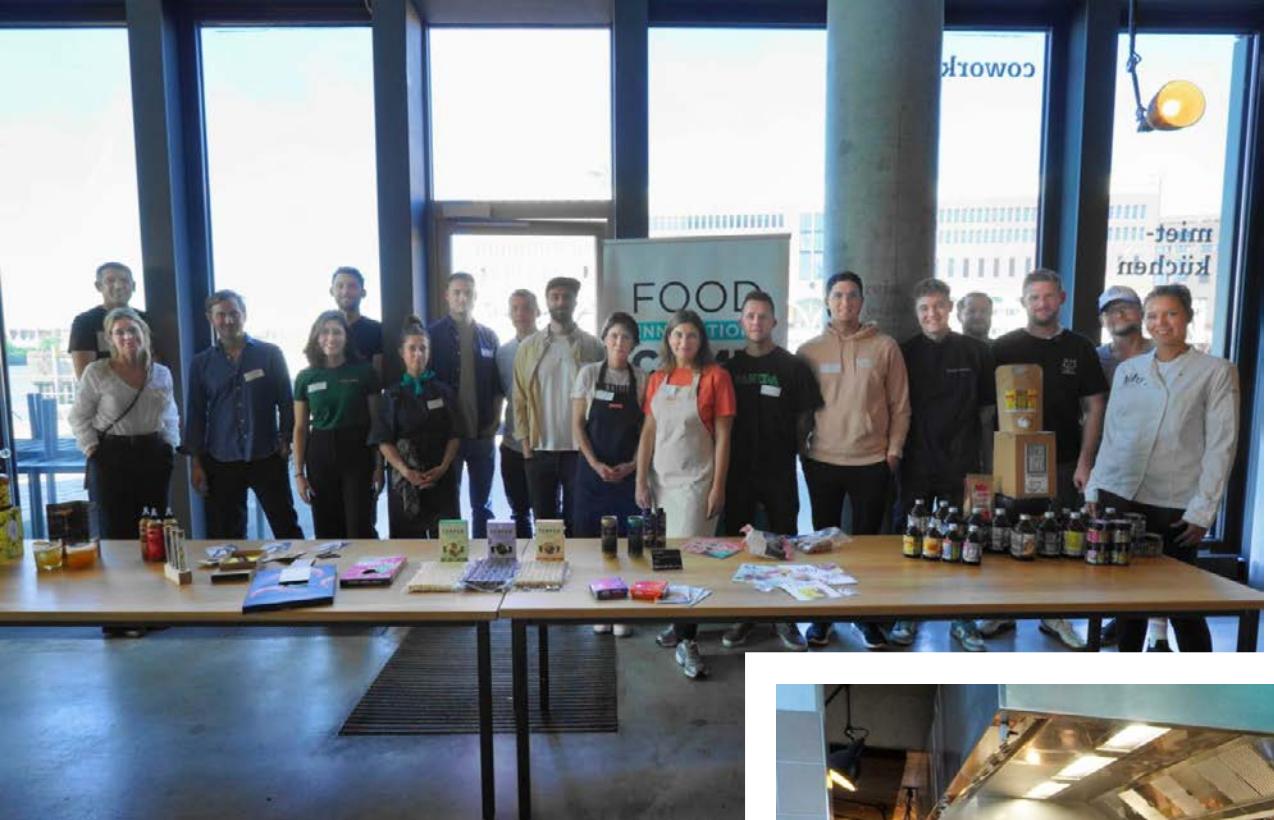




Neu: Hot Kitchen Challenge mit Taste & Tease pre-Event im foodlab

Der Produktions- und Tastingtag vor dem FIC bringt die Kochende der FIC Show Kitchen mit den innovativen Produkten und Startups zusammen. Er bietet Raum zum gemeinsamen Probieren, Experimentieren, Rezeptentwicklung und zur direkten Rückmeldung aus der Praxis.

Neben relevanten Partnern und Kundinnen sind auch Medienvertreter:innen sowie Entscheider:innen aus B2B und Foodservice regelmäßig unter den Gästen – und schaffen wertvolle Kontakte und Sichtbarkeit.



FIC Speaker Get-Together

Das Speakers Get-Together am Vorabend des Food Innovation Camps bringt alle Partner, Speaker:innen und Prominenz zusammen, um das FIC gemeinsam einzuläuten und erste Kontakte zu knüpfen.



Exklusive Sichtbarkeit

- Als Gesprächspartner auf den Konferenzbühnen
- Logo-Wand mit allen Partnern auf der Hauptbühne, im Eingang und Logo Fahnen mit den Haupt-Sponsoren
- Im mehrseitigen Messe-Magazin: Dort werden neben anderem Content alle Aussteller mit Kontakt-Adressen und Kurzbeschreibung vertreten sein
- Food Innovation Camp Goodie Bag, das an alle Konferenzgäste verteilt wird und das Messemagazin und weitere Goodies enthält
- Redaktionelle Berichterstattung über Hamburg Startups und foodinnovationcamp.de
- Anzeigenplatzierung über Programmbildschirme
- Gesonderte Social Media Betreuung vorab und während des Events





Über alle Kanäle...



Food Innovation Camp
7.597 Follower:innen
2 Monate • 5

Unser Rückblick auf das Taste & Tease 2025 – ein Event voller Inspiration, Genuss und Networking! ... mehr

A video frame showing two men sitting and talking. The man on the left is wearing a blue apron with "CHEFS' CULINAR FOOD INNOVATION CAMP Show Kitchen" printed on it. He is holding a microphone and speaking. The man on the right is listening attentively. The video player interface shows a play button, a timestamp of 0:37, a volume icon, and a double arrow icon.

FOOD INNOVATION CAMP
23. JUNI 2025

„Als Partner des Food Innovation Camps freuen wir uns, wieder wertvollen Input zu liefern – sei es durch die FIC Show Kitchen, Panel-Diskussionen oder Workshops. Das Event bietet eine ideale Plattform für den Austausch und das Networking von Stakeholdern in unserer Branche. Wir freuen uns darüber, dass es so viele Kreativitäten in der Branche. Wir blicken mit Vorfreude auf spannende Gespräche und den Wissensaustausch, den dieses Event auch für uns mit sich bringt.“

Christoph Langness
Geschäftsführung
CHEFS' CULINAR

23. Juni 2025 - Hamburg - Jetzt Tickets sichern!

NEWS CLUB NEWCOMER CAMP THINK TANK BUY & TRY STARTUP PARTNER TEAM Q

VISIONEN UND BEST PRACTICES FÜR DICH UND DIE GASTRO-BRANCHE

by CHEFS' CULINAR

Gastronomie und Hotellerie
CHEFS' CULINAR

Category Manager Food
CHEFS' CULINAR

Meet me at

A collage of images including the Food Innovation Camp logo, a portrait of a man, a group photo of chefs, and a photo of an event setup with tents and a city skyline in the background.

Wichtige Branchenvertreter sind zu Gast

Zu unseren Fachbesuchern gehören Industrie-Leader aus Food Service, Großhandel und Catering und Gemeinschaftsverpflegung



Das FIC Plattform für Entscheider aus den Bereichen Retail, Gastgewerbe, Presse und Investment

foodfriends, Proveg Incubator, alnatura, womenshealth, Görtz Bäckerei, Bio Company, harderreform, Cinemaxx, Bio Company, Superbude, Süllberg, Netrocks // Startup Niedersachsen, Lidl, EDEKA Struve, Lekkerland, Gruner+Jahr, Dennree, foodregio SH, Exbox (Lidl), Rossmann, EDEKA Hafencity, Transgourmet, QVC, REWE Nord, gategroup, dm, Block Gruppe, Oysterbay, Tank& Rast, SevenVentures, foodservice, CHEP, HIT, Rewe To Go, Bundesministerium für Wirtschaft, Koro, Grell, HWWI, Bitburger Ventures, Edeka Niemerszein, LSG Group, Hermman's, ZINTIUS, Evolution 4 Food, Astanor Ventures, Futury GmbH, Square One Foods, Dohle Handelsgruppe, Service GmbH & Co. KG, SPAR Österreich, Fresh Nuts GmbH, ENSO eCommerce, SevenAccelerator, Auxxo, tegut, Beiersdorf, Viva con agua, HHLA, OMR, KPMG, Jung von Matt, TECH GmbH, Die Grünen, Hamburg Invest, Montblanc, Easymotion Fitness, east Group, Reformhaus Vitalia, Food News Germany, Foodschau, Ponnath, Reformhaus Engelhardt, Alecobio, Bünting, Markant, Frischeparadies, Tchibo, Szene Hamburg, Capacura, Budni, ProVeg, Göbber, Eatsmarter, Lebensmittelzeitung, BayWa AG, Chefkoch.de, Stern Wywiol, Servicebund, Radisson blu, Penny, EIT Food, European Circular Economy Fund, Katjes Greenfood, Bauer Media, Naturkost Nord, mventures, Deutsche Bahn, TEC / Burda, hellofresh, prizeotel, EDEKA Foodservice, Avocado Store, Tjadens, A-ja Grömitz, Aldi Süd, Gekko Group, Roomers, myenso, BUGA, green lifestyle group, Green Generation Fund, Compass Group, Fresh Food Services (FFS), Drinks&More, Die Höhle der Löwen, / Sony, flink, Döhler, Farmy, L'osteria, 5 Season Ventures, Seven Accelerator (Pro7Sat1), Whole Foods Market, Galeria, REWE Süd, REWE Stani, Ankerkraut, CERES Capital, THE FONTENAY, DS Invest, Melia.com, DFS Dewender Food Service, Superbude, Darboven, Madison Hotel, Eisenhardt Consulting UG, Enchilada Group, Aramark, Kitchentown, TUI Cruises, Primera Beteiligung, Globus uvm.

(Mehr)Werte für Partner

Entlastung und Effizienzsteigerung durch FIC:

- Einkauf/Category Management
- Marketing & Kommunikation
- Event-Management
- Kundeneinbindung
- Wettbewerbsvorteil



Effizienz und
Gewinn steigern



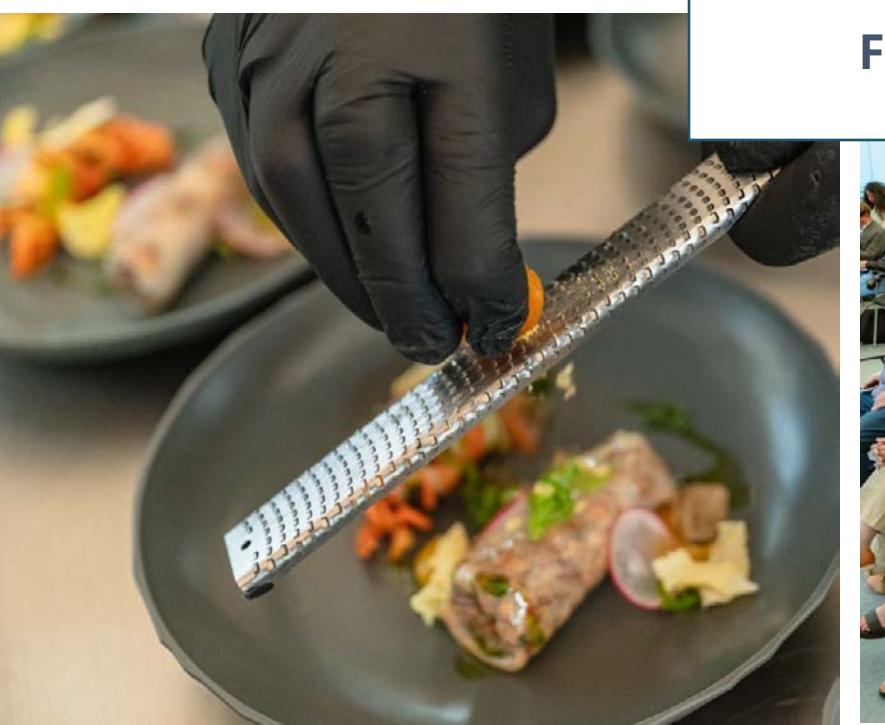
Innovation und
nachhaltige Trends
identifizieren



Kundenzufriedenheit und
-bindung steigern



Bessere Sichtbarkeit als
Trendsetter schaffen



Save the date:
Food Innovation Camp 22. Juni 2026

