



FOOD
INNOVATORS

RISING STARS **2024**

Junge Food- und Getränke-Marken aus
Deutschland, Österreich und der Schweiz,
die wir 2024 nicht übersehen dürfen.

www.foodinnovators.de

Food Innovators: Entdecke die Rising Stars 2024!

Grußworte vom Herausgeber & Gründer der Food Innovators, Dr. Florian Kandler

Die Food-Startup-Szene kämpft sich durch anhaltend herausfordernde Zeiten. Dennoch lancieren mutige und passionierte Gründer:innen neue, innovative Lebensmittel, Drinks und Snacks. Die Gründer:innen und ihre spannenden Produkte wollen wir seit vier Jahren jedes Jahr mit dem Rising Stars Report in den Mittelpunkt rücken. Wir ermöglichen es der gesamten Community und der Branche, die neuen Produkte und die Gründer:innen, die dahinterstehen, zu entdecken, kennenzulernen und sich mit ihnen zu vernetzen. Wie freuen uns, dass wir jedes Jahr hören, dass sich auf diesem Weg tolle neue Geschäftskontakte ergeben haben. Auch dieses Jahr präsentieren sich wieder auf fast 100 Seiten einige der jüngsten, innovativsten oder erfolgreichsten Food-Startups. Wir wünschen dir, liebe/r Leser/in, eine spannende Entdeckungsreise!

FÜR FOOD INNOVATOR:INNEN

Über 7.000 Menschen sind Teil unserer digitalen Food-Innovations-Community. Mit ihnen und für sie betreiben wir seit Jahren zwei große Initiativen mit dem Ziel, die Innovation und die Innovator:innen in der Food-Szene zu unterstützen und auf ihrem Weg zum Erfolg zu unterstützen. Unsere zwei großen jährlichen Initiativen sind einerseits der Rising Stars Report, den du hier in deinen digitalen Händen hältst, und andererseits das große Online-Event der Food-Szene, den „Food Innovators Online Summit“ genannt.

UNSERE MISSION

Zwei Faktoren sind erwiesenermaßen große Einflussfaktoren auf den Erfolg eines jungen Unternehmens: **Zugang zu Wissen; und Zugang zu Menschen.** Ohne Wissen, Erfahrung und Connections ist es ungleich schwieriger, ein Business erfolgreich aufzubauen. Das richtige Wissen zur richtigen Zeit, oder der richtige Kontakt im perfekten Moment haben jedoch das Potenzial, den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg auszumachen. Dabei spreche ich selbst aus meiner unternehmerischen Erfahrung. Die meisten meiner größten Erfolge kann ich auf die Unterstützung von wichtigen Personen oder den Zugang zu entscheidendem Wissen zurückführen. Daher ist es unsere Mission, genau bei diesen zwei Punkten unseren Beitrag zu leisten.

WIE ALLES BEGANN

Inspiriert wurde ich durch meine Arbeit mit Puls4, dem größten österreichischen Privat-TV-Sender, der die „österreichische **Höhle der Löwen**“ namens „2 Minuten 2 Millionen“ produziert. (Im Bild rechts oben sitze ich im TV-Studio am Stuhl eines Investors.) Seit vielen Jahren bin ich dort der offizielle „Pitch Doktor“, der die Gründer:innen bei der Vorbereitung ihres großen Auftritts unterstützt. In den ersten Jahren meiner Tätigkeit dort traf ich auf zahlreiche Food-Gründer:innen, die mich mit ihren Produkten, aber vor allem mit ihrer Begeisterung und Vision begeisterten. Viele von ihnen hatten nicht nur leckere Produkte entwickelt, sondern verfolgten auch ökologische und soziale Ziele mit ihren Unternehmen.

FOOD SUMMIT

Aus der Überlegung, wie man diesen Food-Gründer:innen helfen kann, entstand **im Jahr 2019** die Idee eines Online Summits. Ich machte es mir zum Ziel, einige der erfahrensten und erfolgreichsten Food-Gründer:innen, Food-Investor:innen und Branchen-Insider:innen dafür zu begeistern, bei diesem Online-Event ihr Wissen mit der jungen Generation an Food-Gründer:innen zu teilen.

Mittlerweile hat sich der „[Food Innovators Online Summit](#)“ zu einem jährlichen Event-Highlight entwickelt, bei dem sich Food-Gründer:innen ihre jährliche Dosis Food-



Florian im Studio der der TV Startup Show „2 Minuten 2 Millionen“ - (c) Gerry Frank

Wissen zu allen relevanten Erfolgsthemen holen können. Im Jahr 2019 war das Konzept einer professionellen **Online-Konferenz** noch sehr selten. Die Vorteile für die Teilnehmer:innen waren damals wie heute aber klar:

- 1) Die einfache Teilnahme für alle Food-Gründer:innen und alle Menschen in der Food-Innovationswelt. Ganz bequem von überall, ohne Kosten für Unterkunft und ohne Belastung der Umwelt und des Geldbeutels durch die Anreise.
- 2) Erfahrenen Gründer:innen und Expert:innen der Branche die Möglichkeit zu geben, ohne großen Aufwand ihr Wissen als Speaker:in beim Summit mit der Community zu teilen. So sind jedes Jahr einige Top-Speaker:innen dabei, die ihr Wissen bei keinen anderen Konferenzen teilen.
- 3) All das mit dem Ziel: angehenden und jungen Gründer:innen und Innovator:innen im Food-Bereich zu helfen, indem wir beim Online Summit erfolgskritisches Wissen zusammentragen und zugänglich machen.

RISING STARS REPORT

2 Jahre nach dem Start unsers Online Summits lancierten wir den Rising Stars Report. Das Ziel: die Gründer:innen zu promoten und wertvolle Geschäftskontakte fördern. Daher habe ich den Report in Abstimmung mit Vertreter:innen aus der Food-Szene, Gründer-Welt, LEH-Ketten und Food-Investor:innen konzipiert. Um die jungen, neuen Startups speziell zu unterstützen.

Den Gründer:innen hinter den Startups im Rising Stars Report wollen wir helfen, vom LEH, von Investoren, der Community, Kund:innen und jeglichen Unterstützer:innen frühestmöglich entdeckt zu werden.

Den Mitgliedern der Food-Community möchten wir es ermöglichen, diese spannenden Startups zu entdecken. Wenn Innovations-Manager:innen der LEH-Ketten hier neue Marken entdecken, freuen wir uns. Wenn Food-Investor:innen durch den Report mit interessanten Gründer:innen in Kontakt kommen, sind wir begeistert. Wenn sich neue Teammitglieder oder Co-Founder auf diesem Wege finden oder Unterstützer mit Tipps, Kontakten und Support dabei helfen, dass einige der jungen Startups im Report schneller zum Erfolg kommen, dann hat dieser Report seinen Zweck erfüllt.

Viel Vergnügen beim Lesen und Entdecken einiger der spannendsten, jungen Food-Brands unserer Community! Herzliche Grüße im Namen des gesamten Teams,

Dr. Florian Kandler

Email: florian@foodinnovators.de

[Florian auf LinkedIn](#) | [Food Innovators auf LinkedIn](#)

EINLADUNG:

Komm in unseren WhatsApp Kanal und verpasse keine unserer nächsten Events und Initiativen.

[Klicke hier um Zugang zu erhalten](#)

5 Gründe, weshalb du deinen eigenen Business-Podcast ins Leben rufen solltest

Gastartikel von André Moll, Gründer und Geschäftsführer von Utry.me

Ein Business-Podcast ist heute ein starkes Medium, um die eigene Marke zu stärken, gezielt zu wachsen und in direkten Kontakt mit einer Zielgruppe zu treten, die aktiv nach hochwertigen Inhalten sucht. Das Interesse an Podcasts steigt kontinuierlich, und Unternehmen erkennen zunehmend ihr Potenzial für Branding, Netzwerkaufbau und Umsatzsteigerung. Hier sind fünf überzeugende Gründe, warum du deinen eigenen Podcast ins Leben rufen solltest.

1. BRANDING: NATIVE, KOSTENLOSE WERBUNG

Ein Podcast ist eine kostenlose Möglichkeit, deine Marke zu stärken und in den Köpfen deiner Zielgruppe zu verankern. Im Gegensatz zu klassischen Anzeigen, die als aufdringlich wahrgenommen werden können, gibt dir ein Podcast die Möglichkeit, nativ und authentisch zu kommunizieren. Deine Hörer nehmen dich direkt wahr und bauen eine persönliche Verbindung auf, die in klassischen Medien kaum möglich ist. So stärkst du das Vertrauen in deine Marke und kannst sie regelmäßig und unaufdringlich bekannt machen. Jede Episode ist eine Chance, deine Botschaft direkt zu transportieren, ohne zusätzlichen Werbeaufwand.

2. NETZWERK: B2B- ODER B2C-POTENZIAL NUTZEN

Ein Podcast ist ideal, um strategische Verbindungen zu schaffen und dein Netzwerk zu erweitern – sei es im B2B-Bereich mit Geschäftspartnern oder im B2C-Bereich mit Endkunden. In der B2B-Welt ermöglicht ein Podcast, sich gezielt als Experte zu positionieren, potenzielle Partner zu gewinnen und Kooperationen anzustoßen. Im B2C-Bereich können Podcasts wiederum eine direkte Bindung zum Kunden fördern, indem sie Einblicke, Geschichten und Mehrwert bieten. Die Positionierung entscheidet über die Zielrichtung, aber in beiden Fällen schafft der Podcast Möglichkeiten, neue Verbindungen zu knüpfen und Beziehungen langfristig zu stärken.

3. WERBEEINNAHMEN: ZUSÄTZLICHE EINKOMMENSQUELLE

Mit wachsender Reichweite wird ein Podcast auch als Einnahmequelle interessant. Mit dem Vertrauen der Hörer steigt das Interesse von Werbepartnern, die im Rahmen des Podcasts präsent sein möchten. Werbung in Podcasts wird oft als persönlicher und weniger störend wahrgenommen, da sie im Kontext eingebettet ist und von einem vertrauten Host kommt. Du kannst durch Sponsoring, Produktempfehlungen oder kurze Werbesegmente zusätzliche Einnahmen generieren. So bietet der Podcast nicht nur Branding und Reichweite, sondern kann auch eine eigene, regelmäßige Einkommensquelle für dein Unternehmen sein. Expertenwissen: Branchenwissen durch Interviews

Indem du ExpertInnen in deinem Podcast interviewst, erhältst du Zugang zu umfangreichem Branchenwissen. Das stärkt nicht nur deine Reputation, sondern auch deine eigene Expertise.

4. EXPERTENWISSEN: BRANCHENWISSEN DURCH INTERVIEWS ERWEITERN

Mit einem eigenen Podcast hast du die Möglichkeit, gezielt Experten und Vordenker deiner Branche zu interviewen. Diese Gespräche verschaffen dir nicht nur tiefere Einblicke in Branchentrends und aktuelle Entwicklungen, sondern erweitern auch dein Wissen und stärken deine Position als Branchenkenner. Durch den Austausch mit Experten gewinnst du wertvolle Erkenntnisse und baust zugleich ein wertvolles Netzwerk auf. Deine Zuhörer schätzen den Mehrwert der Gespräche, und du selbst lernst von jedem Gast dazu – ein echter Gewinn für alle Beteiligten.

FRIDAY IS TRYDAY



5. STEIGENDE RELEVANZ VON PODCASTS: PRÄSENZ AUF WACHSTUMSSTARKEN PLATTFORMEN

Podcasts gewinnen seit Jahren an Beliebtheit und gehören mittlerweile zu den bedeutendsten Medienformaten. Plattformen wie Spotify, Apple Podcasts und Google Podcasts verzeichnen Millionen von Nutzern, die aktiv nach neuen Inhalten suchen. Mit einem eigenen Podcast stellst du sicher, dass deine Marke dort vertreten ist, wo eine zunehmend digitale und audiobasierte Zielgruppe ihre Zeit verbringt. Gerade bei jungen, trendaffinen Zielgruppen sind Podcasts stark im Kommen – hier positionierst du dein Unternehmen auf relevanten Kanälen und stellst sicher, dass du auf einem Medium präsent bist, das weiter an Bedeutung gewinnen wird.

FAZIT: MIT DEM RICHTIGEN VERMARKTER ERFOLGREICH DURCHSTARTEN

Ein Podcast bietet vielfältige Chancen, ist jedoch mit Planung und Strategie am erfolgreichsten. Die professionelle Vermarktung kann dabei eine große Rolle spielen, um Reichweite zu generieren, Plattformen optimal zu nutzen und Werbe- und Kooperationspartner zu gewinnen. Der richtige Vermarkter bringt Erfahrung

und Know-how mit, um dich bei Aufbau und Wachstum deines Podcasts gezielt zu unterstützen. Wenn du dir professionelle Unterstützung beim Start deines Podcasts wünschst, helfen wir dir gerne mit einem starken Netzwerk und den nötigen Ressourcen, um dein Projekt erfolgreich zu machen. Ein eigener Podcast ist eine wertvolle Investition in die Zukunft deines Unternehmens. Er schafft Nähe, stärkt deine Position und bietet dir die Möglichkeit, dich authentisch und professionell zu präsentieren – auf einem Medium, das sich immer größerer Beliebtheit erfreut.

EXPERTENTIPP:

Wir von Utry.me glauben daran, dass es sich lohnt, im Leben Neues auszuprobieren. Insbesondere am Freitag - deshalb heißt es freitags bei Utry.me: **#FridayisTryday**.

In unserem gleichnamigen Podcast findet ihr immer neue spannende Gäste mit Fokus auf die aktuell angesagtesten Trends in der FMCG-Branche und Umgebung. Hört unbedingt rein, wenn es um Inspiration, Lifestyle und Business geht!

[Link zu Spotify](#)

Skalierung im Lebensmitteleinzelhandel: nucao setzt auf Xentral & Procurios für effiziente Prozesse

Gastartikel von Xentral ERP

Nachhaltigkeit und Wachstum sind selten eine einfache Kombination – doch nucao zeigt, dass beides möglich ist. Mit Xentral und Procurios konnte das Unternehmen seine Prozesse im stationären Handel so effizient gestalten, dass 95 % der manuellen Auftragsabwicklung entfallen und neue Handelspartner problemlos integriert werden können.

Während der Fokus für nucao am Anfang vor allem auf dem eigenen Online-Shop lag, steht heute der Vertrieb über Einzelhandelsketten wie Rossmann, DM, REWE und EDEKA im Mittelpunkt. Nach der Pandemie war schnell klar, dass der eigentliche Wachstumstreiber für nucao der stationäre Handel ist.

NEUE HERAUSFORDERUNGEN IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL MEISTERN

Mit der Expansion in den Einzelhandel stieß das Unternehmen schnell an die Grenzen seiner vorhandenen Systeme und Prozesse. Manuelle Dateneingaben, doppelte Arbeitsschritte und fehlende Integration zwischen verschiedenen Plattformen führten zu ineffizienten Abläufen.

Besonders zeitintensiv waren die Auftragsabwicklung sowie die manuelle Verwaltung von Bestellungen und Rechnungen. Das Unternehmen benötigte ein zuverlässiges ERP-System, das nicht nur den eigenen Onlineshop abbilden konnte, sondern auch Schnittstellen zu EDI (Electronic Data Interchange)-Systemen für den automatisierten Datenaustausch mit großen Handelspartnern bot.

GROSSBESTELLUNGEN VON REWE, EDEKA UND CO. WERDEN AUTOMATISCH VERARBEITET

Um diese Herausforderungen zu meistern, entschied sich nucao für Xentral und Procurios. Xentral fungiert als zentrale Steuerungseinheit, in der alle Bestellungen, Rechnungen und Lagerprozesse verwaltet werden. Procurios ist dabei

vollständig in Xentral integriert und übernimmt den EDI-Datenaustausch. Sobald eine Bestellung von einem Handelspartner eingeht, wird diese direkt über Procurios in das Xentral-System eingespielt und dort weiterverarbeitet.

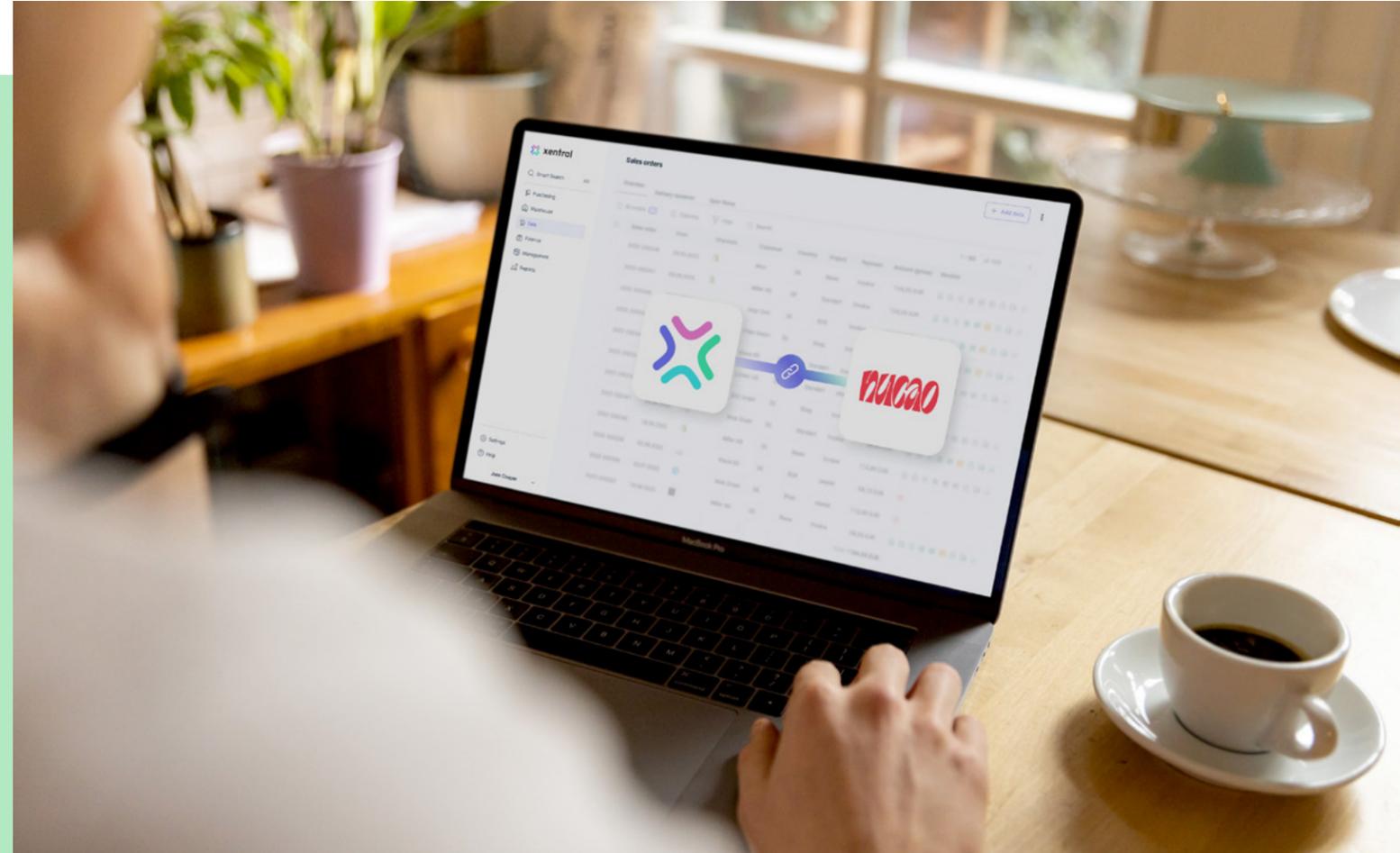
Das Resultat:

- **95 % Zeitersparnis bei der Auftragsabwicklung:** Durch die Automatisierung der Bestellungen wurde der manuelle Aufwand nahezu vollständig eliminiert.
- **85 % der Handelspartner automatisiert angebunden:** Mit Xentral und Procurios konnte nucao schnell und effizient neue Partner integrieren.
- **Effizientes operatives Team:** Dank der optimierten Prozesse kann das Unternehmen mit einem kleineren Team deutlich mehr erreichen.

Diese nahtlose Verbindung ermöglicht es, dass Großbestellungen von Handelsketten wie REWE oder EDEKA ohne manuelles Eingreifen in das System fließen. Procurios übernimmt die Aufträge und leitet sie an Xentral weiter, das für die korrekte Verarbeitung sorgt.

„Ohne Xentral und Procurios wäre unser Geschäftsmodell in der heutigen Form nicht möglich. Diese Systeme ermöglichen es uns, effizient zu arbeiten und flexibel auf die Anforderungen des Lebensmitteleinzelhandels zu reagieren.“

Sina Cosmo Lehne, Operations Managerin



Ein großer Vorteil der EDI-Integration ist die hohe Skalierbarkeit: 85 % der Handelspartner von nucao sind mittlerweile automatisiert angebunden. Neue Partner lassen sich einfach und schnell in das System integrieren, ohne dass zusätzliche manuelle Arbeitsschritte nötig sind. Dieser Prozess war entscheidend, um die steigende Nachfrage aus dem Einzelhandel zu bewältigen und ermöglicht es, mit einem kleinen Team mehr Bestellungen zu verarbeiten.

Durch die Kombination von Xentral und Procurios läuft nicht nur die Auftragsabwicklung reibungslos – auch Rechnungen werden automatisch erstellt und versendet. Die Zusammenarbeit der beiden Systeme sorgt dafür, dass alle Daten konsistent sind, was besonders wichtig ist, wenn mit mehreren Handelspartnern gleichzeitig gearbeitet wird. Diese Konsistenz reduziert Fehler und sorgt dafür, dass sowohl Lieferungen als auch Zahlungen problemlos abgewickelt werden.

„Hätten wir 2021 nicht die Schritte in Richtung Prozessoptimierung, EDI und den Ausbau von Xentral eingeleitet, stünden wir heute nicht da, wo wir sind.“

Sina Cosmo Lehne, Operations Managerin

ERP + EDI: EFFIZIENZ ALS GRUNDLAGE FÜR ZUKÜNFTIGES WACHSTUM

Durch die Kombination von Xentral ERP und Procurios hat nucao Prozesse nicht nur effizienter gestaltet, sondern auch die Grundlage für weiteres Wachstum geschaffen. Die Automatisierung der wichtigsten Geschäftsabläufe ermöglicht es dem Unternehmen, die Herausforderungen des Einzelhandels zu meistern und gleichzeitig den Umsatz in den letzten Jahren um bis zu 50 % pro Jahr zu steigern.

Mit der fortlaufenden Erweiterung des Systems und neuen Automatisierungen sieht nucao sich gut aufgestellt, um auch in Zukunft weiter zu wachsen.

BONUS:

Du möchtest mehr über die Funktionen von Xentral erfahren und den Wachstumskurs deines Unternehmens sicherstellen? Teste Xentral 14 Tage kostenlos und überzeuge dich selbst!

[Jetzt loslegen](#)

Der erste Eindruck zählt – In der Liebe und im Handel. Ein einziges Foto oder Video entscheidet darüber, ob deine Produkte zum Bestseller werden.

Gastartikel von Franz Lerner – Gründer von Advertaste

Keine Frage: Damit deine Kunden dir treu bleiben und immer wieder nachbestellen, steht der Geschmack deiner Produkte an erster Stelle. Doch wie sollen sich deine potenziellen Kunden online oder im LEH vom leckeren Geschmack überzeugen? Die einzige wirkungsvolle Möglichkeit, deinen Kunden den Geschmack zu verdeutlichen, ist die visuelle Präsentation in deinem Online-Shop, auf Social Media, in einer Werbeanzeige, auf einem Display, der Verpackung... Der erste Eindruck zählt! Ein einziges Foto oder Video kann darüber entscheiden, ob deine Produkte die Herzen deiner Zielgruppe erobern oder zum Ladenhüter werden.

WARUM VISUELLE INHALTE SO ENTSCHIEDEND SIND

Aufmerksamkeit generieren

Stell dir vor, du gehst durch einen Supermarkt. Es gibt tausende von Produkten, aber dein Blick bleibt nur an einem Produkt hängen. Warum genau an diesem Produkt? Ganz einfach: Es ist die Art und Weise der Präsentation. Ob es das elegante Packaging ist, die perfekte Inszenierung des Produkts auf einem Display, Bild oder Video – Alles was zählt ist Aufmerksamkeit. Ähnlich ist es auch in der digitalen Welt: In deinem Online-Shop, einer Werbeanzeige oder auf Social Media. Ein unwiderstehliches Bild oder Video entscheidet darüber, ob dein Produkt die Aufmerksamkeit bekommt, die es verdient.

Emotionale Verbindung aufbauen

Menschen reagieren emotional auf visuelle Eindrücke. Ein gut inszeniertes Bild oder Video weckt nicht nur Interesse, sondern auch positive Gefühle, die eine entscheidende Rolle in der Kaufentscheidung spielen. Lebensmittel werden nicht nur aufgrund ihres Aussehens gekauft, sondern auch aufgrund der Assoziationen, die sie wecken – sei es die Frische eines Salats oder die visuelle Reise in die Heimat der Produkte, die uns an das Gefühl des letzten Urlaubs erinnern und das Wasser im Mund zusammenlaufen lassen.

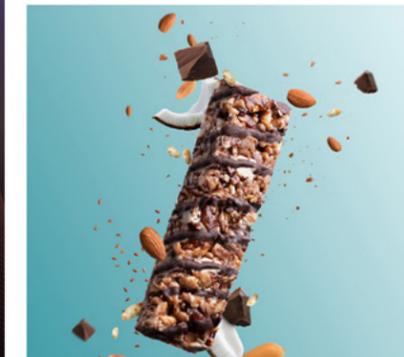
Vertrauen schaffen

Ein professionelles Bild signalisiert Qualität und gibt den potenziellen Käufern das Gefühl, dass das Produkt unwiderstehlich lecker ist. Gerade im Bereich Food & Beverage müssen die Fotos und Videos einfach on Point sein. Denn bevor ein potenzieller Kunde in Betracht zieht deine Produkte zu testen, hat er bereits ein Bild davon in seinem Kopf und stellt sich den Geschmack schon förmlich vor.

Du kennst den Spruch: „Das Auge isst mit“. Speziell für Startups: Wenn du dir noch keine starke Marke aufgebaut hast, ist der Vertrauensaufbau über visuelle Elemente umso entscheidender.

Erinnerungswert steigern

In einer Zeit, in der die Aufmerksamkeitsspanne immer kürzer wird, müssen Produkte auf eine Art und Weise präsentiert werden, die im Gedächtnis bleibt. Bilder und Videos, die ästhetisch ansprechend und einzigartig sind, haben eine weitaus höhere Chance, langfristig im Gedächtnis der Konsumenten zu bleiben. Sie werden geteilt und deine Bekanntheit steigert sich um ein Vielfaches.



WIE DU FOTOS UND VIDEOS OPTIMAL IN DEINE MARKETINGSTRATEGIE INTEGRIERST, UM DEINE PRODUKTE INS BESTE LICHT ZU RÜCKEN UND DEINEN UMSATZ ZU STEIGERN

Nachdem wir beleuchtet haben, warum visuelle Inhalte unverzichtbar sind, stellt sich die Frage: Wie kannst du Fotos und Videos effektiv einsetzen, um deine Produkte sichtbar zu machen und Emotionen zu wecken? Hier sind einige Beispiele unserer Best Practices:

Online-Shop: Klar, emotional und informativ

Deine Start- und Produktseiten sind deine Schaufenster. Nutze Fotos und Videos, die sowohl ansprechend sind als auch konkrete Kaufreize bieten. Zeige dein Produkt aus verschiedenen Perspektiven – von der Gesamtansicht bis zum Close-up. Kunden möchten sehen, was sie bekommen. Nutze die Bildergalerie, um direkt alle Produktvorteile zu vermitteln, verlasse dich nicht darauf, dass deine Kunden die Produktbeschreibung lesen.

Nutze Social Media gezielt

Social Media ist für Food-Startups eine wahre Goldgrube, um ihre Zielgruppe direkt anzusprechen. Ein Erfolgsfaktor ist der für dich passende Content-Mix. Ein paar Beispiele: Überzeuge mit hochwertigen Fotos von der Qualität deiner Produkte. Zeige und erkläre in kurzen Videos, wie deine Produkte hergestellt werden. Behind-the-Scenes Einblicke zeigen die Leidenschaft deines Teams. Rezeptvideos regen zum Nachmachen an. Die Liste ist noch lang... Alles schafft Vertrauen in deine Marke und reduziert Kaufbarrieren.

Werbeanzeigen mit Wow-Effekt

In der Flut von Werbeanzeigen musst du herausstechen. Das funktioniert am besten durch bewegte Bilder. Videos

haben in der Regel eine höhere Conversion Rate, da sie dynamischer sind, deine Kunden ein besseres Gefühl für die Produkte bekommen und die Aufmerksamkeit länger halten.

INVESTIERE IN DIE VISUELLE PRÄSENTATION DEINER INNOVATION

Wenn du deine Produkte erfolgreich verkaufen möchtest, darfst du den Einfluss von Fotos und Videos nicht unterschätzen. Es reicht nicht mehr, nur ein großartiges Produkt zu haben – du musst es richtig präsentieren, sonst wirst du in der heutigen, schnelllebigen Welt nicht gesehen. Hochwertige Fotos und Videos entscheiden über den Erfolg oder Misserfolg.

Hol' dir Profis mit an Bord. Es lohnt sich, mit einem spezialisierten Foto- und Videoproduktionsteam zusammenzuarbeiten.

Kontaktinfo:

Franz Lerner, Gründer von Advertaste

E-Mail: info@advertaste.de

Website: www.advertaste.de/kostenloses-produktfoto

BONUS:

Überzeug dich selbst: Wir erstellen ein kostenloses Produktfoto für dich und du erlebst den Unterschied! Kontaktiere uns und wir sorgen dafür, dass deine Produktpräsentation nicht der Grund ist, warum deine Kunden bei der Konkurrenz kaufen. Hol dir jetzt dein kostenloses Produktfoto und starte deine visuelle Erfolgsgeschichte!

www.advertaste.de/kostenloses-produktfoto

Instant Upgrade Spices



VEGAN



2023

GRÜNDUNG

9/24

MARKT LAUNCH

0

FUNDING

<100k

UMSATZ 2023

<100k

UMSATZ 2024

10%

% ONLINE

Firma: Instant Upgrade Spices
Adresse: Am Dachsbau 69
 D-13503 Berlin
Gründer: Martina Wastl
Webseite: www.instantupgradespices.com
Kontakt-Email: mahlzeit@instantupgradespices.com
Kontakt-Tel.: +49(176)82352885



Wir wollen frische und gesunde Produkte anbieten, die einfach anzuwenden sind und jedem Zugang zu besserer Ernährung ermöglichen. So fördern wir eine Veränderung im Essverhalten!



Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Erwachsene im Alter von 35 bis 70 Jahren. Gesundheitsbewusste und umweltorientierte Verbraucher, die Wert auf eine ausgewogene Ernährung und nachhaltige Produkte legen. Sie sind oft sportlich aktiv, und suchen nach natürlichen Wegen, ihre Leistungsfähigkeit und Vitalität zu steigern. Diese Kunden schätzen Transparenz und ethische Geschäftspraktiken und sind bereit, in Qualitätsprodukte zu investieren, die sowohl ihre Gesundheit als auch die Umwelt unterstützen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

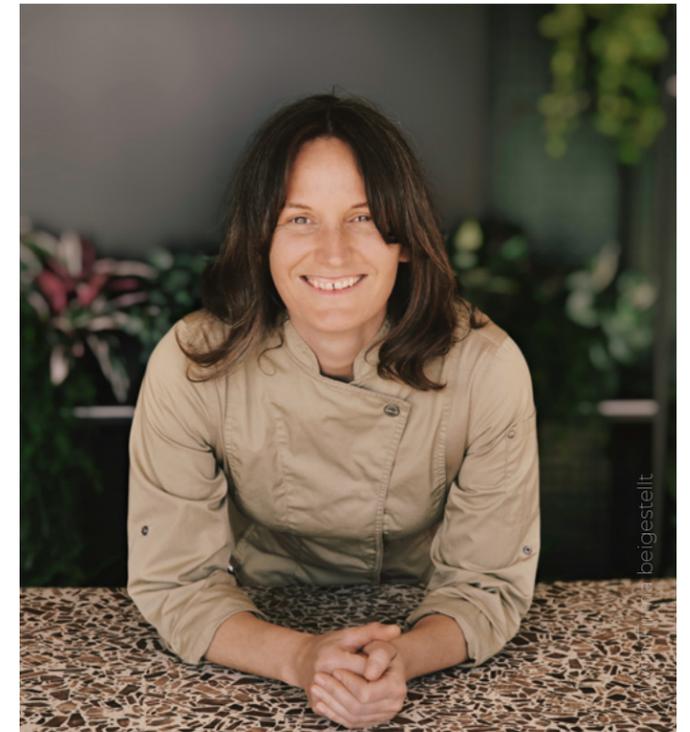
Minimaler Verarbeitungsgrad: Weniger Verarbeitung, um natürliche Aromen und Inhaltsstoffe zu erhalten. Unser Produkt zeichnet sich durch die innovative Anwendung traditioneller Verarbeitungsmethoden aus, wie das behutsame Anrösten einzelner Rohstoffe. Durch diesen Ansatz der minimalen Verarbeitung bleiben die natürlichen Nährstoffe und der authentische Geschmack bestmöglich erhalten. Auf moderne Technologien verzichten wir bewusst, um höchste Qualität und Frische zu garantieren.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Werte und die Mission des Unternehmens klar zu definieren und zu kommunizieren um so einen Wiederverkäufer für uns zu gewinnen.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Wir haben uns ehrgeizige Ziele gesetzt, um unseren Marktanteil deutlich zu erweitern! Wir planen, unsere Präsenz sowohl online als auch offline auszubauen und neue, vielversprechende Märkte zu erschließen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der kontinuierlichen Optimierung unserer traditionellen Verarbeitungsmethoden, um immer wieder neue Sorten auf den Markt zu bringen. Durch zielgerichtete Marketingstrategien und den Ausbau nachhaltiger Partnerschaften wollen wir unsere Markenbekanntheit steigern und noch mehr gesundheitsbewusste und umweltorientierte Kunden gewinnen.



Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Wir setzen auf kurze Lieferwege, um den CO2-Ausstoß zu minimieren und lokale Erzeuger zu unterstützen. Außerdem legen wir großen Wert auf faire Bezahlung unserer Mitarbeiter und Lieferanten, um soziale Gerechtigkeit zu fördern.

Verfügbarkeit: Deutschland (Berlin, Rheinland-Pfalz)
Online: eigener Webshop, Etsy
Offline: Berlin, Mainz

SchokoSchatz



Firma: SchokoSchatz e.K.
Adresse: Am Iglhof 4a
 D-86444 Affing
Gründer: Betty Winkler
Webseite: www.schokoschatz.com
Kontakt-Email: hallo@schikoschatz.com
Kontakt-Tel.: +49(0151)42538664

“**Schenken neu denken. Der SchokoSchatz ist die faire und nachhaltige Schokoladen-Überraschung. Unser Mission: Umweltschutz, Fairness und hochwertigen Genuss verbinden und tolle Mitbringsel kreieren.**”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Schenker, denen Nachhaltigkeit, Fairness und echte Schenkfreude am Herzen liegt. Außerdem Kinder zwischen 3-12 Jahren. Darüberhinaus B2B-Artikel für Giveaways und Incentives. Es gibt eine Edition „Glückssteine“, die sich eher an Kinder richtet und 12 verschiedene Edelsteine zum tauschen und sammeln enthält. Der SchokoSchatz für Lieblingsmenschen ist ein innovativer Geschenkartikel auch für Erwachsene. Die Specksteine im inneren sind fair gehandelt und vom Weltladen Dachverband zertifiziert. Es gibt die Edition „Ein Herz für Dich“, „Kleines Dankeschön“ und „Glücksbringer“. Pro Edition gibt es immer mindestens 7 verschiedenen Bemalungen zu entdecken. Damit schaffen wir für alle Geschenkanlässe im Jahr tolle Mitbringsel.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Wir sind das Überraschungs-Ei in "gut". Das Erfolgsrezept am Ü-Ei ist der Überraschungs-Charakter. Wir haben die Schokoladen-Überraschung ins Jahr 2024 transferiert und zeigen, dass es möglich ist, bestehende Produkte NEU zu denken.

Der SchokoSchatz ist komplett plastikfrei. Hochwertigste Bio-Schokolade mit wirklich tollen Überraschungen, Fairtrade zertifizierte Inhalte und Schokolade, die sowohl die Kakaobauern vor Ort unterstützt und den Lebensunterhalt von über 30 Familien in Kenia sichern. Außerdem: echte Schenkfreude bei Kindern und Erwachsenen. Der SchokoSchatz zaubert den Beschenkten ein Lächeln ins Gesicht :-)

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Wir haben in der Kategorie Newcomer beim Fairtrade Award den zweiten Platz belegt.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Wir sind inzwischen bei fast allen Bio-Großhändlern gelistet.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Einen großen Partner aus dem Reformhaus/ Drogerie-Markt gewinnen.



Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit ist Kern unserer DNA.

Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

2ter Platz beim Fairtrade Award, Nominiert für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie Produkte.

Verfügbarkeit: Deutschland, Österreich, Schweiz.

Online: Auf www.schokoschatz.com, bei www.contigo.de, www.greenstories.de, www.shop-naturpur.de, www.dreams4kids.de, uvm.

Offline: Contigo Fairtrade Filialen, ca 150 Weltläden, Bioläden, Hofmärkte, Conceptstores, Ca. 300 Händler insgesamt. Im B2B Bereich als Incentive und Giveaway.

Zertifikate: Bio-Siegel, Fairtrade-Siegel

FoodFor



(c) von Firma beigestellt

2024	10/24	k/A	n/a	n/a	n/a
GRÜNDUNG	MARKT LAUNCH	FUNDING	UMSATZ 2023	UMSATZ 2024	% ONLINE

Firma: FoodFor Labs AG
Adresse: Stadelhoferstrasse 26
 CH-8001 Zürich
Gründer: Dr. Teresa Cramer, Raphael Thurn und Taxis, Franziska Kuenburg
Webseite: www.foodfor.ch
Kontakt-E-Mail: franziska.kuenburg@foodforlabs.com

“
Athletes don't run on an empty stomach!
Why should your brain?
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Unsere ideale Zielgruppe sind "Mental Athleten" – Menschen, die in ihrem Alltag mentale Höchstleistungen erbringen. Dazu gehören Studierende, Berufstätige, sowie alle anderen, die von früh bis spät sowohl professionell, als auch privat abliefern müssen. Sie sind gesundheitsbewusst, leistungsorientiert und suchen nach praktischen, effektiven Lösungen, um ihre Konzentration, Stimmung, Energie und Entspannung zu optimieren. Sie wollen zuckerfreie Produkte, die sofort wirken, wissenschaftlich fundiert sind und sich nahtlos in ihren hektischen Alltag integrieren lassen. Unsere Produkte sind für sie massgeschneidert. Mit FoodFor fliegen sie über die Ziellinie des täglichen mentalen Marathons.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Das Innovative an unseren Produkten liegt in ihrer massgeschneiderten Wirkung auf die neuronalen Laufbahnen des Gehirns. Unsere 4x Shots für Fokus, Stimmung, Energie und Entspannung unterstützen gezielt die Produktion von Dopamin, Serotonin, ATP und GABA – für sofortige und langanhaltende Effekte - ganz ohne Zucker. Diese einzigartige Kombination aus Prozess, Kombination aktiver Inhaltsstoffe und Format ist so neu, dass wir bereits vier Patente angemeldet haben.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Viele fragen uns wie wir uns von klassischen Nahrungsergänzungsmitteln oder Getränken unterscheiden. Ganz einfach: wir sind schneller in der Wirkung als NEM und gesünder, sowie stärker in Funktionalität als die meisten Getränke.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Der grösste Meilenstein war vermutlich unsere erste grosse Produktion im Oktober 2024. Nach Monaten Entwicklungsarbeit und Theorie bis hin zum physischen, gebrandeten Produkt war es ein intensiver Weg. Ausserdem sind wir sehr stolz darauf, erfahrene Partner und Investoren für uns gewonnen zu haben.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Unser wichtigster Meilenstein in den nächsten 12-18 Monaten ist der erfolgreiche Markteintritt und die



(c) von Firma beigestellt

Etablierung von FoodFor als Lösung für kognitive Leistungsfähigkeit und mentale Gesundheit im deutschsprachigen Raum. Dabei streben wir an, unsere Vertriebswege über einen eigenen Online-Shop und starke Handelspartner auszubauen.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Kontakte zur Erschliessung neuer Vertriebskanäle oder Social Media Marketing.

Verfügbarkeit: Schweiz, Deutschland, Österreich
Online: eigener Webshop
Offline: nicht offline

Hasenzähnen



Firma: Hasenzähnen
Adresse: Am Hochrain 1, D-36148 Kalbach
Gründer: Sarah und Pascal Barget
Webseite: hasenzaehnen.de
Kontakt-Email: info@hasenzaehnen.de
Kontakt-Tel.: +49(151)20115586

“
Unsere Mission: vollwertige, natürliche Snacks für Familien – alltagstauglich, köstlich und kinderfreundlich.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Unsere ideale Zielgruppe sind gesundheitsbewusste Familien, die Wert auf natürliche, vollwertige Zutaten legen. Besonders Eltern, die nach alltagstauglichen Snacks suchen, die sowohl lecker, als auch kindgerecht sind, stehen im Fokus.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Wir setzen auf Datteln anstelle von Industriezucker und verwenden in all unseren Backmischungen Vollkornmehl.

Dadurch sind unsere Produkte weniger süß als herkömmliche Backmischungen und Nussmuse, überzeugen mit vollem Geschmack und guten Nährwerten. Außerdem lassen sich alle unsere Backmischungen auch rein pflanzlich zubereiten.

So bieten wir eine vollwertige, alltagstaugliche Alternative für die ganze Familie – ganz ohne künstliche Zusätze, mit kurzen Zutatenlisten und Zutaten, die jeder kennt.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

In den letzten 12 Monaten haben wir unser Sortiment stetig erweitert und dabei natürlich die Wünsche unserer Community berücksichtigt.

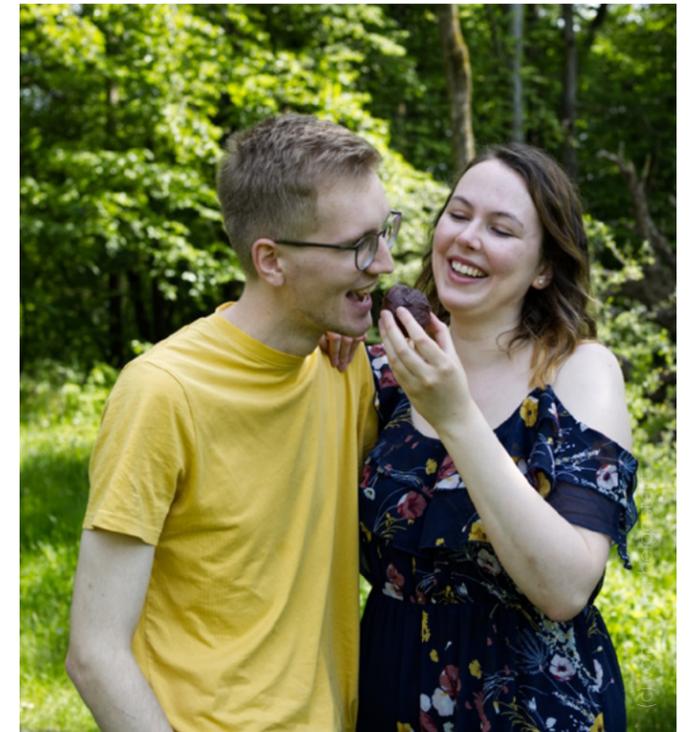
Neben neuen Backmischungsvarianten, wie Waffeln, haben wir auch eine neue Produktreihe mit köstlichen Nussmuse als süße Aufstriche aufgenommen.

Das großartige Feedback unserer Community motiviert uns, weiterhin innovative Produkte zu entwickeln! Außerdem sind wir mit unserer Produktionsstätte umgezogen, da wir mehr Platz benötigten – ein tolles Zeichen für unser Wachstum.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

In den nächsten 12-18 Monaten möchten wir unseren Umsatz verdoppeln und unser Sortiment weiterhin gezielt an den Wünschen unserer Kunden anpassen.

Wir arbeiten bereits intensiv an der Planung und Rezepturen, um sicherzustellen, dass wir die Wünsche unserer Community bestmöglich erfüllen und unser Sortiment sinnvoll ergänzen.



Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil unserer Mission. Wir setzen auf natürliche, bio-zertifizierte Zutaten, ohne künstliche Zusätze, und unsere Produkte sind rein pflanzlich. Unsere Verpackungen sind zudem umweltfreundlich und plastikfrei. Unser Ziel ist es, gesunde Ernährung mit Umweltbewusstsein zu vereinen.

Verfügbarkeit: Deutschland, Österreich
Online: Im eigenen Online-Shop
Offline: Einige Bio-Läden wie Tante Emma Bioladen in Bad Fallingbostal
Zertifikate: Bio-Zertifizierung (DE-ÖKO-006)

fairfood Freiburg



Firma: fairfood Freiburg GmbH
Adresse: Merzhauser Str. 112, D-79100 Freiburg
Gründer: Amos Bucher, Julian Bletscher, Samuel Bucher, Okey Ugwu
Webseite: www.fairfood.bio
Kontakt-E-Mail: info@fairfood.bio

“ Wir machen Nüsse fair: mit kurzen Lieferketten, direkten Handelsbeziehungen & fairen Bio-Snacks aus eigener Manufaktur. ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Unsere ideale Zielgruppe sind bewusste Konsument:innen, die Wert auf faire, vegane und echt leckere Produkte legen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Unsere Nüsse werden im afrikanischen Anbaugebiet geknackt und direkt von dort importiert. Das spart im Vergleich zu konventionellen Nüssen, die oft in Asien geknackt werden, CO2 ein und schafft in Afrika langfristige, fair bezahlte Arbeitsplätze.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Unsere Produkte sind Bio- und Fairtrade-zertifiziert, vegan und nachhaltig verpackt. 2020 waren wir das erste Food-Unternehmen, das Nicht-Molkerei-Produkte im Pfandglas auf den Markt gebracht hat.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

In diesem Jahr konnten wir große Sprünge im Bereich LEH machen und unsere Produkt-Ränge erweitern. Zusätzlich finden fairfood-Snacks auch mehr und mehr Einzug in deutsche Büros.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Seit diesem Jahr verkaufen wir Macadamia-Nüsse aus unserem eigenen Projekt in Ruanda, das wir über viele Jahre gemeinsam mit unserem Partner vor Ort aufgebaut haben.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Wir streben ein Umsatzwachstum von 4 auf 7 Millionen Jahresumsatz durch die bereits erzielten Listungen im LEH an. Priorität haben für uns außerdem Profitabilität und die weitere Automatisierung unserer Produktionsprozesse.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit ist ein Kern-Element bei fairfood: Wir setzen auf kurze Lieferketten, ökologische Landwirtschaft und nachhaltige Verpackungen.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

Mehrweg-Innovationspreis (2021), Fairtrade Award 2024, Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2024 (nominiert)

Verfügbarkeit: DE, AT, CH
Online: Eigener Webshop
Offline: Edeka, Rewe, Alnatura, denn's Biomarkt, budni, Unverpackt-Läden uvm.
Zertifikate: Bio, FLO Fairtrade

Hempions



(c) von Firma beigestellt



Firma: Hempions GmbH
Adresse: Glaserweg 20, A-6890 Lustenau
Gründer: Florian Braitsch, Fabian Braitsch
Leitende Ang.: Florian Braitsch, Fabian Braitsch
Webseite: hempions.com
Kontakt-Email: contact@hempions.com
Kontakt-Tel.: +43(720)302244

“**Unsere Vision ist es, Menschen beim Ausschöpfen ihres Potenzials zu helfen und die Natur als wichtigste Energie- und Kraftquelle zu schützen.**”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Hempions Produkte wurden insbesondere für gesundheits- und umweltbewusste Menschen entwickelt. Jedoch findet das Sortiment in der Spitzengastronomie oder bei Hanf Fans guten Anklang.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Gemeinsam mit Spitzenköchen entwickeln wir neue Geschmackserlebnisse aus dem Superfood Hanfsamen. Das zu gehört unser neuer Snack Hemp Flips oder Hanf Hamesan, eine vegane Parmesan Alternative.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Alle unsere Produkte verbinden Geschmack mit den eyzellenten Nährwerten der Hanfsamen, insbesondere sind dies ein hoher Gehalt an Protein, Omega-3 Fettsäuren und Ballaststoffen sowie Vitamin B, E und Mineralstoffe wie Eisen, Magnesium und Zink. In Bezug auf Nährstoffe sind unsere Produkte wahre Champions.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Der Marktstart unserer neuen Produktinnovation Hemp Flips in gleich drei Sorten Sea Salt, Smoky Paprika, Cheazy (vegan).
 Unsere erste Listung im Deutschen LEH bei tegut.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

“Eine nationale Listung im Österreichischen LEH sowie Ausbau der Vertriebskanäle in Deutschland und der Schweiz.
 Erweiterung unsere Hanf Snack Sortiments.”

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Unterstützung im internationalen Vertrieb und der Erweiterung und Optimierung unserer Produktpalette. Unter anderem auch Partnerschaften mit anderen Brands in diesen Bereichen.



Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Eine enkeltaugliches Lebensmittelsystem ist unser Antrieb. Wir verwenden deshalb nur Hanfsamen, welche in Europa ohne Dünges & Spitzmittel wachsen. Das verbessert die Qualität von Luft und Boden. Zudem enthalten unsere Produkte ein breites Spektrum an Nährstoffen und unterstützen eine gesunde & ausgewogene Ernährung.

Verfügbarkeit: 7
Online: hempions.com, amazon.de, galaxus.ch, honest-rare.de
Offline: Sutterlüty, tegut, Bio Fachhandel in AT&CH sowie ausgewählten Kaufleuten von Spar & Adeg in AT
Zertifikate: Bio & Vegan

Grainology



Firma: Grainology - Crafted Granola
Adresse: Rotlintstraße 49, D-60316 Frankfurt
Gründer: Anna Wiggert
Webseite: www.grainology.de
Kontakt-E-Mail: anna.wiggert@grainology.de

“
Der Genuss von selbstgemachtem Granola wie in deinem Lieblingscafé – schnell und unkompliziert für dein Frühstück zu Hause. Dabei ist es frei von Industriezucker, mit regionalen Haferflocken und vegan.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Leidenschaftliche Brunch-Fans, die am Wochendende gerne Granola-Bowls in schönen Cafés essen, das Frühstück (unter der Woche) zu Hause oder im Büro convient und trotzdem lecker, gesund und schön gestalten. Kunden und Kundinnen, denen das Knsupermüsli aus dem Supermarkt zu süß ist.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Einzigartige, vegane Rezepturen mit hochwertigen Zutaten, regionalen Haferflocken und Verzicht auf Industriezucker. Frisch und knsuprig per Hand gebacken.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Handmade in einer Traditionsbäckerei im Herzen von Frankfurt, mit einem Packaging, das die Kunden und Kundinnen auch gerne verschenken

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Launch einer neuen Sorte: Schoko-Granola, das nur mit Dattelsirup gesüßt ist und hochwertige Schokolade beinhalet.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Kooperationen mit spannenden Partnern für Adventskalender 2024

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Ausweitung des Händlernetzwerks

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Spring-Partner, Handelspartner, Gastronomiepartner

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit äußert sich in allen Bereichen: z.B. regionale Haferflocken, nachhaltiges Packaging, Bio-Zutaten



Verfügbarkeit: Deutschland
Online: Eigener Onlineshop
Offline: Feinkostläden, Cafés und Concept Stores
Zertifikate: Keine Zertifizierung aber die Zutaten sind alle in Bio-Qualität

Taba Brasileira



(c) von Firma beigestellt



Firma: Taba Brasileira
Adresse: Pflügerstr. 11
 D-12047 Berlin
Gründer: Luciana Nemer
Webseite: www.tababrasileira.de
Kontakt-E-Mail: info@tababrasileira.de

“
Unser Ziel ist es, Pão de queijo, eine leckere, nahrhafte und glutenfreie brasilianische Spezialität aus Tapiokamehl in Deutschland bekannt zu machen.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Alle die hochwertige Lebensmittel schätzen, insbesondere Menschen mit Zöliakie, da Pão de queijo von Natur aus glutenfrei ist.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Pão de queijo ist eine glutenfreie köstliche brasilianische Spezialität aus tapiokamehl und Käse. Seine besondere Konsistenz - draussen knusprig und innen luftig und weich - macht ihn einzigartig. Die tiefgefrorenen Pão de queijo sind sehr einfach zuzubereiten und können ohne Beilage oder mit verschiedenen Füllungen serviert werden. Wir setzen auf höchste Qualität, verwenden Bio-Zutaten wie Eier und Milch und verzichten vollständig auf Zusatzstoffe. Sie sind eine gute und gesunde Alternative zu Snacks und Brötchen.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Unser Pão de queijo wird in unserer komplett glutenfreien Produktionsküche handwerklich hergestellt, wodurch höchste Sicherheit für unsere Kunden mit Zöliakie gewährleistet wird.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Wir konnten unser Händlernetzwerk erweitern und unsere Produkte gewinnen an Bekanntheit.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Unser Händlernetzwerk auszubauen, neue Produkt auf Maniok-Basis auf den Markt zu bringen und die Einrichtung unseres eigenen Ladens voranzutreiben.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wir freuen uns über Händler*innen, die Interesse daran haben, unsere Produkte in ihr Sortiment aufzunehmen.



(c) von Firma beigestellt

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit ist uns wichtig. Die Verpackungen bestehen aus einer Mischung von 100% Nachhaltigkeit ist uns wichtig. Die Verpackungen bestehen aus einer Mischung von 100% kompostierbaren und 100% recycelbaren Materialien. Ausserdem verwenden wir Bio-Zutaten.

Verfügbarkeit: Berlin, Hamburg, Flensburg
Online: nicht online
Offline: eigener Laden, Mittemeer, verschiedene kleine Läden und Cafés in Berlin, Hamburg und Flensburg
Zertifikate: Bio Zertifizierung für Bio-Zutaten (Ei und Milch)

FREDZ



2024

GRÜNDUNG

11/24

MARKT LAUNCH

<500k

FUNDING

n/a

UMSATZ 2023

<100k

UMSATZ 2024

90%

% ONLINE

Firma SNACKNX GmbH
Adresse: Königskostergasse 7/6
A-1060 Wien
Gründer: Helmut Franceschini
Leitende Ang.: Helmut Franceschini, Marlene
Klotz, Linda Gruber
Webseite: www.fredzsnack.com
Kontakt-Email: info@snacknx.com
Kontakt-Tel.: +43(676)4555322

“ **SNACK DIR DEIN GEMÜSE! Wir denken Gemüse neu: angepasst an den urban-modernen Lebensstil, schmackhaft kombiniert mit wertvoller Cerealie. Lecker, nahrhaft und easy2eat.** ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Ernährungsbewusste, aktiv-sportliche Menschen, die eine gemüsig-knusprige und gesunde Alternative zu zucker- und fetthaltigen Zwischenmahlzeiten suchen. Bei Arbeit, Uni, Sport oder unterwegs.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

“Wir kombinieren Gemüse mit Cerealie – und das macht uns zum wirklichen Gemüsesnack. Ohne Feige-, Dattel- oder Nussbasis wie klassische Produkte am Markt. Der Vorteil: keine zugesetzter Zucker, dafür ein hoher Anteil an pflanzliches Protein und Ballaststoffen. Und das ganze richtig lecker und knusprig-chewig. Aber was reden wir drum rum: Einfach probieren... :-)

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Pocket-Gemüse easy2eat: Waschen, schneiden, kochen war gestern. Denn mit unseren FREDZ VeggyTwins© kommst du schnell und einfach zu deinem Gemüse-Genuss Moment. So wird aus Gemüse ganz einfach und schnell die Bürogurke, Sporttomate oder Uni-Zucchini.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Serienreife: Da wir gänzlich auf Feige, Dattel oder Nuss als chewige Basis verzichten, war die Produktentwicklung eine echte Herausforderung, der sich auch nicht jeder Produzent gewachsen sah. Aber: wir haben's geschafft. Serienreife: Check. Finanzielle Stabilität: Wir konnten mit unseren Investoren auch gleichzeitig wertvolle strategische Partner mit ins Boot holen.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Wir konnten uns strukturell sehr gut aufstellen: 3 MitarbeiterInnen, Büro, Workflows, Fullfilment etc. Das macht uns fit für den Handel.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Skalierung Online-Verkauf
3 leckere neue Sorten
Listung LEH Foodstarter Programme



Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Uns liegt soziale Nachhaltigkeit am Herzen - deshalb basteln wir gerade an einer Kooperation mit einer Werkstätte für Menschen mit besonderen Bedürfnissen.

Verfügbarkeit: Österreich, Italien

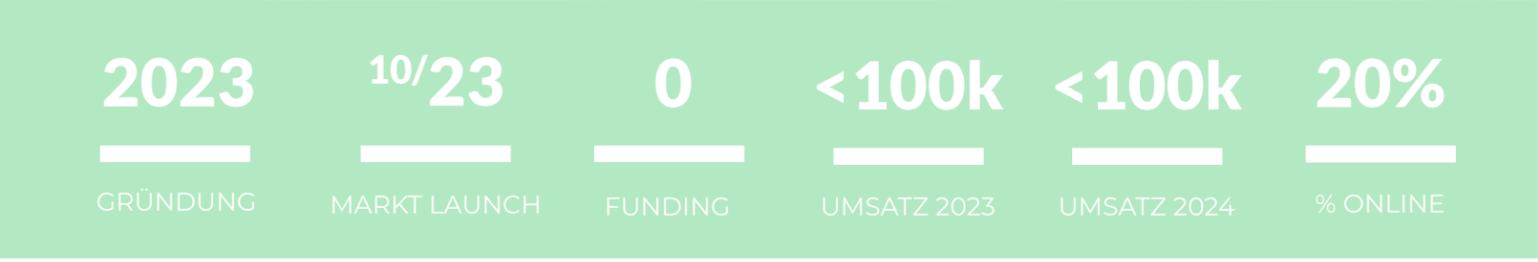
Online: www.fredzsnack.com

Offline: regional

Franky & Friends



(c) von Firma beigestellt



Firma: Franky & Friends
Adresse: Postfach 75 05 28, D-81335 München
Gründer: Frank Matthiesen
Webseite: www.franky-friends.de
Kontakt-Email: happy@franky-friends.de
Kontakt-Tel.: +49(163)2586668

“ **Gemeinsam mit der Community den Snackmarkt revolutionieren. Snacken mit gutem Gewissen: 100% bio, ohne Zuckerzusatz, fair & vegan.** ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Gesundheitsbewusste Bio-Kundschaft.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Getränke in Snackform ohne Zuckerzusatz, z.B. Pina Colada.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Mitmach-Konzept, d.h. kreierte Deinen eigenen Lieblingssnack & erhalte eine Umsatzbeteiligung, wenn sich die Community für Deinen Mix entscheidet. Lass uns gemeinsam Bäume in Deutschland pflanzen. Liebevoll verpackt werden unsere Nuss-Frucht-Mixe von einer Behinderteneinrichtung in Bayern.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Livegang, Begeisterung der Kundschaft für den leckeren Knabberspaß von Franky & Friends, vielen Auszeichnungen & Nominierungen in 2024.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Konzentration auf B2B-Geschäft, Listung im LEH.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Teilnahme bei: Die Höhle der Löwen.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit spielt bei uns eine große Rolle: 100% bio-zertifizierte & vegane Produkte, kürzere Transportwege, Versand mit DHL go green & regionale Druckerei ohne Mineralölfarben. Außerdem möchten wir gemeinsam mit der Community Bäume in Deutschland pflanzen.



(c) von Firma beigestellt

Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

GREEN BRANDS Germany Award 2024/2025 als ökologisch nachhaltige Marke, Fitness and Nutrition Awards 2024, 2x Nominierung für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2025, Nominierung für den Bayerischen Innovationspreis 2024.

Sucht ihr aktuell Mitarbeiter - wenn ja, welche?

Ja, im Bereich: Video, Fotografie, Webdesign.

Verfügbarkeit:	Deutschland
Online:	Eigener Webshop, Amazon, Avocadostore
Offline:	Feinkostläden, Weltläden
Zertifikate:	Bio-Zertifizierung

NullAlkohol



Firma: NullAlkohol
Adresse: Rolf-Bongs-Straße 18
 D-40547 Düsseldorf
Gründer: Desiree Kleiner
Webseite: www.nullalkohol.de
Kontakt-E-Mail: hallo@nullalkohol.de

“
Wir schaffen hochwertige Alternativen ohne Alkohol, die Spaß im Glas machen und liefern die passende Trinkkultur gleich mit: Alkoholfrei ist sexy.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Jeder, der eine hochwertige Alternative zum Alkohol sucht.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Wir sind die Ersten, die einen Ready to Drink-Cocktail in alkoholfrei auf den Markt gebracht haben, der ohne Aromen & Zusatzstoffe, auf rein natürlicher Basis hergestellt wird.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

NullAlkohol steht für Null Alkohol. Unsere Produkte sind alle 0.0 %, bzw. ohne Restalkohol.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Neben dem Launch des G&T Classics alkoholfrei die erfolgreiche Einführung einer weiteren Produktlinie, den alkoholfreien Sparklings. Mittlerweile haben wir 4 alkoholfreie Alternativen im Portfolio.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Der Launch unserer vier Eigenmarken, die erste Listungen und die erfolgreiche Etablierung unseres Online-Shops innerhalb eines Jahres mit stark gestiegenen Traffic-Zahlen bei allen relevanten Keywords. Den Ausbau und die Stärkung mit unseren Onlineshop-Partnern.

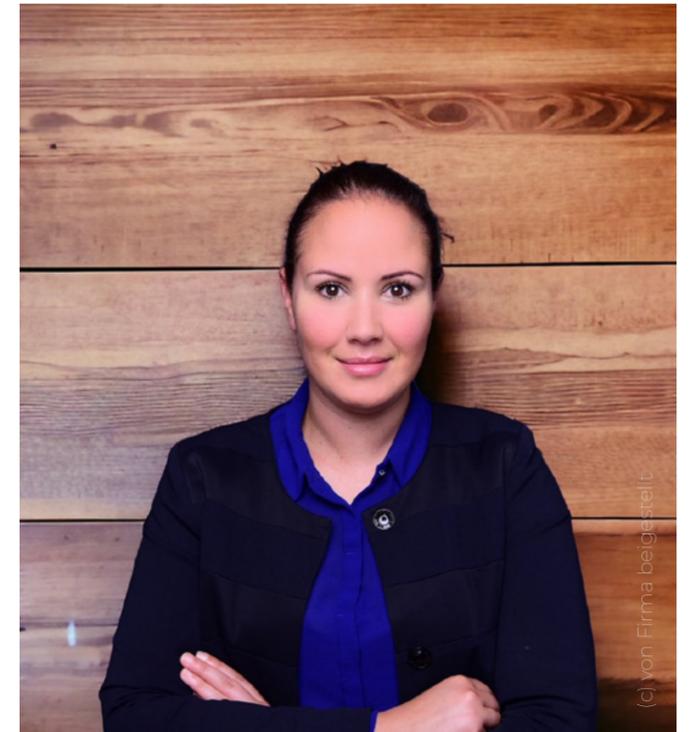
Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Weitere Listungen im Groß- und Einzelhandel sowie Ausbau und Stärkung der Online-Vertriebskanäle, insbesondere Amazon und dem eigenen Online-Shop. Neben dem Wachstum möchten wir unsere Brand NullAlkohol verstärkt in den Fokus stellen.

Desweiteren werden wir nächstes Jahr eine weitere Geschmacksrichtung unserer alkoholfreien Ready To Drink Cocktails auf den Markt bringen.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wir suchen vor allem Vertriebspartner, um unsere Produkte breiter im Markt zu positionieren sowie Kooperationen mit anderen Brands.



Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Wir produzieren lokal mit regionalen Rohstoff-Partnern und achten auf kurze Transportwege und nachhaltige Verpackungen.

Verfügbarkeit: D / NL
Online: Eigener Webshop, Amazon, diverse Online-Händler
Offline: Erste regionale Listungen bei Edeka und Rewe-Märkten, GFHs und Concept Stores
Zertifikate: IFS-Zertifizierung

CRAVIES

CRAVIES

BURSTIN' WITH FLAVOR



2023	4/24	k.A.	n/a	100k+	0%
GRÜNDUNG	MARKT LAUNCH	FUNDING	UMSATZ 2023	UMSATZ 2024	% ONLINE

Firma: CRAVIES GmbH
Adresse: Hellersbergstraße 12 A, D-41460 Neuss
Gründer: Siddik Turhalli, Adrian Majchrowski
Webseite: www.cravies.de
Kontakt-Email: hello@cravies.de
Kontakt-Tel.: +49(152)22700247

“
Unsere Sonnenblumenkerne mit Geschmack definieren das Snacking nostalgischer Snacks neu - sowohl auf geschmacklicher als auch auf Verpackungsebene.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Jugendliche und junge Erwachsene vom Teenageralter bis Mitte 30 mit einem Bewusstsein für leckere Ernährung und gesunde Snacks.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Sonnenblumenkerne werden in vielen Kulturen seit Jahrzehnten so verzehrt. Allerdings gibt es bis dato keine Innovation in dem Bereich.

Sechs unterschiedliche Geschmacksrichtungen und eine durchdachte, innovative Verpackung, die sich einfach in einen praktischen Behälter umwandeln lässt um Schalen zu lagern, anstatt sie in Parks, an Bus- und Bahnstationen oder anderen öffentlichen Orten auf dem Boden zu "entsorgen".

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Listung in >50 LEHs in einem Monat. Durch unsere Präsenz in den sozialen Medien konnten wir außerdem mit Inhalten schon erfolgreiche Kampagnen verzeichnen und haben mit einigen Beiträgen schon mehrere Millionen Personen erreichen können.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Wir legen einen klaren Schwerpunkt auf den Ausbau unseres Offline-Filialnetzes und werden weiterhin intensiv daran arbeiten, unsere Präsenz im Einzelhandel zu stärken, um langfristig eine starke und nahbare Marke aufzubauen.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Für die nahe Zukunft suchen wir vor allem starke Partner im LEH und anderen Retailern aus dem Lifestyle-Bereich, die einen authentischen und gleichzeitig neu definierten Snack für Kundengruppen greifbar machen möchten.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit spielt für uns auf verschiedenen Ebenen eine Rolle, zum einen auf der persönlichen, zum anderen natürlich auch auf der gesellschaftlichen, weshalb wir unsere Verpackung mit einer Entsorgungsmöglichkeit ausgestattet



haben. Damit wollen wir aktiv zur Sauberhaltung unserer Innenstädte beitragen.

Teilnahme an Akzeleratoren oder Programmen?

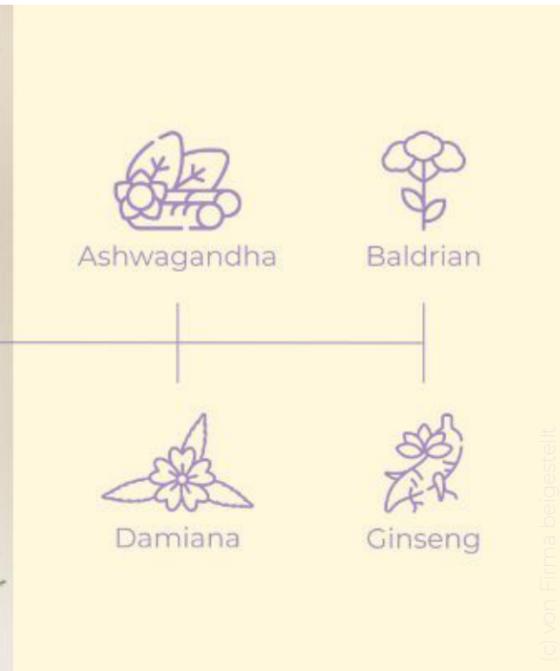
accelerate_rkn

Sucht ihr aktuell Mitarbeiter - wenn ja, welche?

QS / Supply Chain Manager

Verfügbarkeit:	Deutschland
Online:	Eigener Onlineshop
Offline:	Über 50 Retailer, darunter LEH, Non-Food und dritte Einzelhändler
Zertifikate:	Vegan & Helal

IUZEN



(c) von Firma beigestellt

2023	8/24	0	n/a	<100k	k.A.
GRÜNDUNG	MARKT LAUNCH	FUNDING	UMSATZ 2023	UMSATZ 2024	% ONLINE

Firma: IUZEN UG (haftungsbeschränkt)
Adresse: Böcklinstraße 4, D-40235 Düsseldorf
Gründer: Sven Mischel
Webseite: www.iuzen.eu
Kontakt-E-Mail: info@iuzen.eu

“
Die Vision von IUZEN ist eine Welt zu gestalten, in der jeder Mensch seinen Alltag stressfrei meistern kann, um ein Leben in Balance und Wohlbefinden zu führen.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Unsere ideale Zielgruppe besteht hauptsächlich aus jungen und gebildeten Erwachsenen, die großen Wert auf ihre Gesundheit legen. Sowohl körperlich als auch mental.

Deshalb vermeiden sie unnötige Chemie oder raffinierten Zucker und setzen auf gesunde Pflanzenextrakte.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Mit IUZEN wollen wir in Deutschland eine neue Getränkekategorie etablieren: Den Relaxation Drink. Unser Getränk besteht aus studienbasierten Pflanzenextrakten, Mineralien und Vitaminen, die das Stressempfinden reduzieren können. IUZEN stellt den Gegenpol zu den vielen Energydrinks dar.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Wir verzichten komplett auf raffinierten Zucker, künstliche Süß- und Farbstoffe. Durch unseren Lavendel-Zitrone Drink bieten wir außerdem ein einzigartiges Geschmackserlebnis an.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

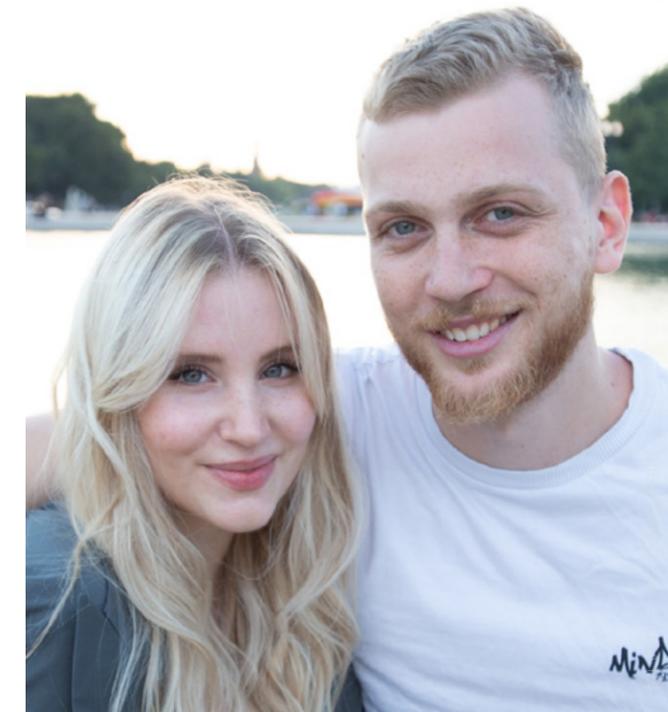
Wenige Wochen nach dem Launch, haben wir es geschafft, unsere Drinks im regionalen REWE Markt einzuführen.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Für das nächste Jahr haben wir geplant, verschiedene Supermärkte in ganz NRW zu beliefern.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wir freuen uns auf Handelspartner und Angel-Investoren mit Kenntnissen im Bereich Food-Tech, um IUZEN noch mehr Menschen anbieten zu können.



Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit sollte inzwischen in jedem Business eine Rolle spielen. Bei IUZEN haben wir dies in allen Aspekten berücksichtigt. Sowohl bei den Standorten unserer Partner, den Rohstoffen als auch bei der Verpackung.

Teilnahme an Akzeleratoren oder Programmen?

NRW Gründungsstipendium 2023

Verfügbarkeit: Online in ganz Deutschland & offline regional in NRW

Online: Eigener Webshop

Offline: Diverse regionale REWE-Märkte und Apotheken

Zertifikate: Alle Zutaten sind vegan und haben Bio-Qualität (Bio-Zertifizierung steht noch aus)

MAMMA NATUR



Firma: Mamma Natur GmbH
Adresse: Marschallstrasse 10
D-13585 Berlin
Webseite: www.mammanatur.de
Kontakt-E-Mail: info@mammanatur.de

“
**Minimalistische Zutatenliste -
Maximaler Geschmack**
Born in Berlin - Made in Italy
Bio Vegan
”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Bio-Affine Menschen denen ein authentischer Geschmack und eine cleane Zutatenliste wichtig sind.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Minimalistische Zutatenliste - maximaler Geschmack ist unsere Prämisse. Unsere Zutatenlisten sind sehr schlack gehalten. Unsere Produkte haben im Schnitt um die 5 Zutaten. 100% Made in Italy, Frei von Zusätzen, jeglichen Konservierungsmitteln, kein Zusatz von Zucker und rein pflanzlich.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Wir produzieren Bio Pasta Saucen und io Pestos nach unseren Rezepturen und Herstellungsverfahren in einer mittelgroßen Manufaktur in Italien. Unsere Sugos und Pestos sind frei von jeglichen Zusätzen wie Verdickungsmitteln, Säureregulatoren oder den Zusatz von Zucker (auch kein versteckter Zucker wie Agavendicksaft oder Saftkonzentrate).

Wir würzen nur mit Meersalz und die Produkte beinhalten nur natives Olivenöl extra. Vor allem sind diese aber sehr lecker!

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Vertriebsbeginn war vor ca. 12 Monaten. Mittlerweile ist Mamma Natur Produkte deutschlandweit bei über 7 Bio Großhändlern und 2 Refromhaus Großhändlern gelistet. Top3 Platzierung beim Start-Up Event "Voilà" von der Markant im Juni 2024.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Vertrieb weiter ausbauen. Expansion DACH Region.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Wiespenden wir einen Teil des Erlös an den Tierschutzprojekt Italien e.V.. Das Projekt setzt sich unter anderem für Straßenhunde in Kampagnen ein. Wir unterstützen einige Organisationen dabei, die dafür sorgen, dass das CO2 wieder aus der Luft entfernt wird. Wir sind Mitglied beim Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft e.V., der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin Brandenburg e.V. und dem Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

Platz 2 Startup Event "Voilà" Juni 2024. Jury u.a.: Einkaufslieter von Rossmann, Kaufland, Tegut, Müller, etc. Auch wurden wir kürzlich vom "nachhaltig leben" Magazin (Ausgabe Mai/Juni 2024) als „INNOVATIVE TOPMARKE“ ausgezeichnet.

Sucht ihr aktuell Mitarbeiter - wenn ja, welche?

Junior Sales Agent.

Verfügbarkeit: Deutschland , Österreich
Online: www.mammanatur.de
Offline: Naturkostfachhandel, Reformhäuser
Zertifikate: Bio Zertifizierung nach EG-öko Verordnung

Momotime

MOMO
TIME



Firma Gooji GmbH
Adresse: St. Gallerstrasse 188
 CH-8404 Winterthur
Webseite: www.momotime.ch

“
Tibet in a Momo: Momotime erzählt die kulinarische Geschichte Tibets in Form von einzigartigen Momos!
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Generell Menschen, die welttoffen sind und sich an hochwertigem Essen erfreuen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Wir verwenden keine 0815 Momorezepte. Jedes unserer Rezepte ist inspiriert von traditionellen Gerichten aus Tibet und dem Himalaya. Mit diesem Konzept der Produktentwicklung sind wir einzigartig. Wir nennen das Konzept "Tibet in a Momo".

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Unserer Küchenteam verfügt über ein Vierteljahrhundert an Erfahrung in der Herstellung von tibetischen Momos im gastronomischen Bereich. Entsprechend sind unsere Rezepte extrem gut abgestimmt und kommen sehr gut an bei der Zielgruppe.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Wir haben unsere Positionierung aufgrund einer grossen Kundenumfrage und Marktanalyse geschärft. Gutes Wachstum in den Bereichen Ads und E-Mail Marketing. Hohe Rate an wiederkehrenden Kunden.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Schweizweit hohe Bekanntheit erreichen und Umsatz in den siebenstelligen Bereich bringen.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Starke Partnerschaft im Retail und in der Gastronomie (Online/offline)

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Alle unsere Produkte sind gefroren. Damit können wir den Foodwaste auf praktisch Null reduzieren. Wir verwenden wenn immer möglich ausschliesslich regionale Zutaten. Auch bei Versand setzen wir auf Tiefkühl-Isolationsbeutel, die zu 100% recycelbar sind.



Online: www.momotime.ch

Offline: Jelmoli Food Markets
 SPAR Filialen, Gastronomie (Restaurants, Cafes),
 Events (Stadtfeste, Firmenevents, etc.)

djoon



Firma: djoon foods GmbH
Adresse: Kirchenstraße 74
D-81675 München
Gründer: Leon Niederl, Martin Grellner,
Carolin Grellner
Webseite: www.djoon.de

“
**Wir machen unschlagbar leckere,
nachhaltige und gesunde
Süßigkeiten.**
”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Bewusste Naschkatzen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Alle djoon Produkte sind ohne Zuckerzusatz und nur mit Dattel gesüßt, mitsamt ihrer Nährwerte und Ballaststoffe - du bist schneller satt und hast weniger Heißhunger beim Naschen!

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Wir stellen unserer Süßigkeiten in unserer Manufaktur in Handarbeit her und verwenden ausschließliche vegane Bio-Zutaten.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Die einmillionste Dattelpraline!

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Unsere eigene Manufaktur aufgebaut, über 30 Mitarbeiter eingestellt und viele neue Produkte gelauncht.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

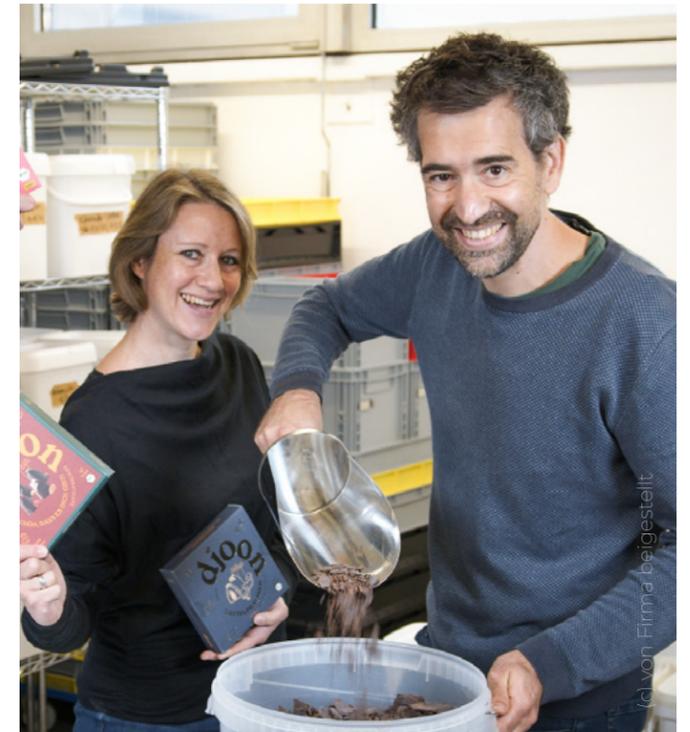
Ein eigener Flagship Store in der Münchner Innenstadt (und danach in allen Großstädten der Welt).

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wir suchen eine Location für einen Flagship Store in der Münchner Innenstadt.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit ist zentraler Bestandteil unserer Mission und zieht sich durch jeden einzelnen Arbeitsschritt durch. Unsere Süßigkeiten sind bio, vegan, fair, und plastikfrei/recycelt verpackt.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

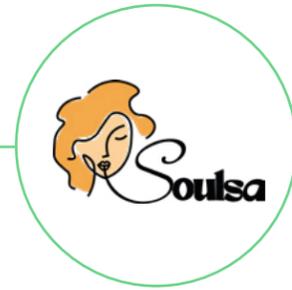
Praline des Jahres 2023!

Sucht ihr aktuell Mitarbeiter - wenn ja, welche?

Wir suchen Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Sales, Produktion und Logistik.

Verfügbarkeit: EU
Online: www.djoon.de
Offline: k.A.
Zertifikate: k.A.

Soulsa



(c) von Firma beigestellt



Firma: Soulsa GmbH
Adresse: Berliner Straße 8
D-65760 Eschborn
Gründer: Jennifer Aßmann
Webseite: www.soulsa.de
Kontakt-Email: ciao@soulsa.de
Kontakt-Tel.: +49(157)50351028

“
xxxxx Wir möchten eine Welt, in der gesunde Mahlzeiten genauso schnell und einfach zubereitet werden können wie ungesunde Alternativen – und dabei noch besser schmecken.
”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Unsere Zielgruppe sind Menschen, die Wert auf eine bewusste Ernährung legen, aber nicht viel Zeit (oder Lust) haben, um lange in der Küche zu stehen. Unseren Kunden ist es wichtig, natürliche Produkte ohne künstliche Zusätze zu konsumieren und daraus leckeres 'Soulfood' zu zaubern.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Ob als klassische Pastasauce mit passierten Tomaten oder Sahne, als Auflauf im Ofen oder als Topping for Couscous - unsere Gemüsesaucen-Mixe sind vielseitig einsetzbar. Durch die Trocknung sind sie über 2 Jahre haltbar, enthalten jedoch die gleichen Nährstoffe und Vitamine wie frisches Gemüse. Sie bestehen ausschließlich aus natürlichen Inhaltsstoffen und enthalten keine Konservierungsstoffe oder Geschmacksverstärker. Darüber hinaus kann das Gemüse in seiner jeweiligen Saison wachsen und wird reif geerntet, was sich positiv auf die Vitamine und den Geschmack auswirkt. Last but not least ist die Zubereitung genauso schnell erledigt, wie die Pasta al dente kocht.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Die Meilensteine mit dem für uns größten Impact sind unter anderem der Einstieg in den stationären Handel (u.a. in die ersten Rewe Filialen) aber auch Interviews und Publikationen in den größten Zeitungen im Rhein-Main-Gebiet, wie z.B. der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Wir werden unsere Produktverpackung für den LEH optimieren und damit vertrieblich stärker auf den Einzelhandel zugehen. Außerdem möchten wir im Bereich E-Commerce den Performance Marketing Bereich stärker ausbauen.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Kontakte aus dem LEH sind für uns extrem hilfreich, um Feedback und Erfahrungen zu erhalten und als Türöffner für den Handel zu unterstützen. Außerdem sind wir auf der Suche nach Investor:innen im Food-Bereich.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Viele Menschen essen Fast Food oder hochverarbeitete Lebensmittel aus Zeitmangel. Mit unseren Produkten möchten wir dagegenhalten



(c) von Firma beigestellt

und Menschen die Möglichkeit bieten, mit wenig Aufwand gesunde und leckere Mahlzeiten zu kochen. Unsere Produkte sind allesamt vegan und das Gemüse wird ohne Pestizide oder Chemikalien von lokalen Bauern in der Nähe von Neapel angebaut.

Teilnahme an Akzeleratoren oder Programmen?

- Youth Business Germany
- Youth Business International
- 'Futuremakers' der Standard Chartered Bank

Verfügbarkeit: Deutschland

Online: www.soulsa.de, Amazon

Offline: Feinkostläden im Main-Taunus-Kreis, Rewe Mockenhaupt in Siegen

TeeFee



Firma: la marchante GmbH
Adresse: Kaiserstraße 61
 D-60329 Frankfurt am Main
Gründer: Marco Rühl
Webseite: www.tee-fee.de
Kontakt-E-Mail: happy@tee-fee.de

“
Ich bin Marco, Gründer der la marchante GmbH. Als Vater von zwei Kindern verfolge ich bereits seit 2014 unter der Marke TeeFee die Mission, leckere Kindergetränke zuckerfrei und in Bio-Qualität anzubieten.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Unsere Zielgruppe sind Eltern mit Kindern zwischen 1 und 9 Jahren, sowie alle ernährungsbewußten Menschen, die auf Zucker und Fruktose in Getränken, nicht aber auf Geschmack verzichten wollen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Die Kombination leckerer, mit dem natürlichen Stevia-Blatt gesüßten Produkten, in Bio-zertifizierter Qualität, ohne Zucker und Kalorien.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Das Sortiment der TeeFee besteht aus Bio-Baby-Beuteltees und Bio-Erfrischungsgetränken. Im Bereich Beuteltee unterscheiden wir zwischen Früchtetees, sowie funktionalen und anlassbezogenen Kräutertees.

Die verzehrfertigen Erfrischungsgetränke in fünf Sorten sind Früchtetees mit geringem Saftanteil im praktischen 0,3l Gebinde aus 100% recyceltem PET und SportsCap-Verschluss.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Das Tee+Saft-Sortiment erzielt aktuell einen Gesamtmarktanteil Drogerie Deutschland von 10% (Quelle: Nielsen IQ) und ist in über 10.000 Filialen in der D-A-CH-Region vertreten.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Seit 2023 sind wir ein international zertifiziertes B-Corp-Unternehmen und dokumentieren somit unabhängig unsere hohen sozialen und ökologischen Standards.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Einführung einer zuckerfreien, karbonisierten Limonade.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wir suchen einen strategischen Investor, der unsere Idee weiter professionalisiert und internationalisiert.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Wir haben eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit ambitionierten Zielen entwickelt. Für uns bedeutet Nachhaltigkeit sehr viel mehr als den meisten anderen Unternehmen. Es bedeutet einen generationsübergreifenden, ganzheitlichen



(c) von Firma beigestellt

Blick auf Ressourcen und deren Nutzung sowie deren Instandhaltung und Pflege. Wir möchten ein Unternehmen sein, dass sich gleichzeitig für einen Mehrwert für Gesellschaft und Umwelt einsetzt.

Sucht ihr aktuell Mitarbeiter - wenn ja, welche?

Sales

Verfügbarkeit: D-A-CH
Online: D-A-CH
Offline: D-A-CH
Zertifikate: BIO, B-Corp

GUMING

GUMING
Energy Kaugummi



2022	10/22	<1M	k.A.	k.A.	15%
GRÜNDUNG	MARKT LAUNCH	FUNDING	UMSATZ 2023	UMSATZ 2024	% ONLINE

Firma: GUMING GmbH
Adresse: Tulpenweg 19b
 D-24582 Wattenbek
Gründer: Elmar Salmassi & Tobias Dell
Webseite: www.guming.de
Kontakt-E-Mail: info@guming.de



Innovate chewing gum with real added value! From natural to functional.



Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Alle die mehr erleben möchten. Alle die gesund und zuckerfrei wach sein möchten.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Frischer Geschmack, bei voller Wirkung mit 3-fach-Wach Effekt: 1 GUM wirkt ca. wie 1 Tasse Kaffee oder Energy Drink.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Kauen erhöht den Sauerstofffluss im Gehirn um bis zu 25%. Über die sublinguale Absorption ist die Effizienz höher als bei Drinks. Zusätzlich wirken Koffein + Vitamine sofort und effektiver. Umso logischer hier anzusetzen und den natürlichen 3-fach Wach Effekt zu nutzen.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Listung bei Lekkerland inkl. großer Mineralölkonzernen Ketten wie bspw. der EG Group oder Q1.

Listung bei VALORA, um im Travel Retail anzugreifen und Reisenden einen leichteren Zugang zu geben.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

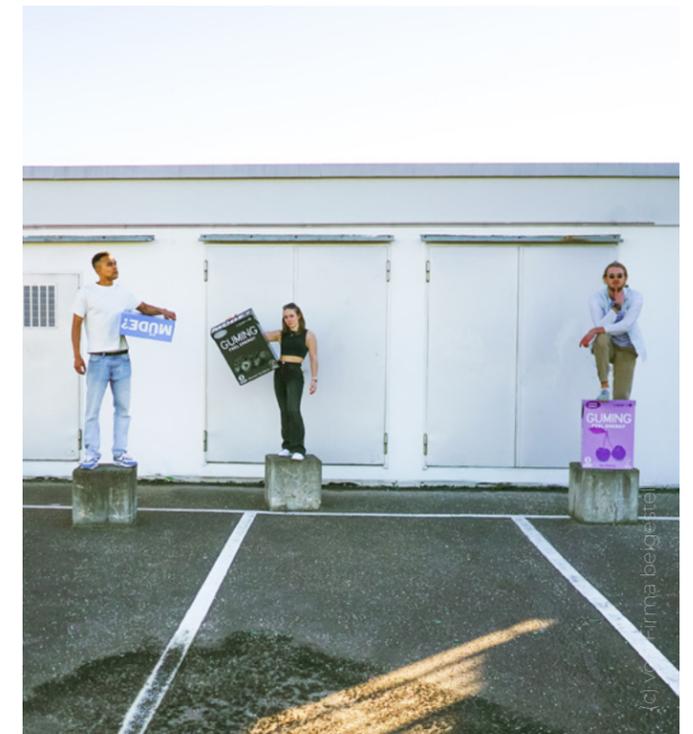
More to come - die nächsten Listungen stehen an und wir erwarten mehr Berichterstattung, wie beispielsweise durch die Lebensmittelzeitung oder Bild im Oktober 2024.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Verfügbarkeit unserer Produkte im Bereich Drogerien, sowie weiter im Travel Retail erhöhen.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Business Angels, mit dem Netzwerk uns im Key Account zu unterstützen und offene Ohren im Travel Retail, um neben Bahnhöfen auch an Flughäfen flächendeckend verfügbar zu sein.



Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Unsere Verpackungen sind bereits basierend auf FSC Pappe und wir entwickeln weiter an Produkten, die uns noch nachhaltiger machen

Verfügbarkeit: Deutschland, Österreich, BeNeLux, div...

Online: Deutschland, Österreich, BeNeLux, div...

Offline: Deutschland

Zertifikate: IFS, FSC, Vegan

Chewsome



Firma: Klug & Turbo GmbH
Adresse: Schlörstraße 1
D-80634 München
Gründer: Kristina Schreiner, Julika Wagner, Nadine Koch
Webseite: www.chewsomefoods.com

“**Selbst isst das Baby! Tiefgekühlte breifreie Bio Mahlzeiten für Babys, die sie selbst ohne Zähne essen können.**”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Eltern von Babys und Kleinkindern ab 8 Monaten.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Es gibt noch keine Mahlzeiten für Babys unter 1 Jahr am Markt zu kaufen, die nicht püriert sind. Wir sind die ersten, die ein Convenience Produkt für Babys rausbringen, das den hohen EU Standards entspricht und kein Salz, keine Konservierungsstoffe und keinen zugesetzten Zucker enthält und von Babys eigenständig gegessen werden kann.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Wir erfüllen alle regulatorischen Auflagen und unser Produkt wird auf über 200 Schadstoffe geprüft.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Produkt gelauncht und neue Kategorie "Nuggets ab 3 Jahren" eingeführt.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Ausbau des Online Shops und Aufbau des Retail Geschäfts.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wir suchen gerade Kapital um unser Geschäft weiter aufzubauen.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Eine große Rolle. Wir reduzieren Lebensmittelverschwendung da unsere Produkte tiefgefroren sind und einzeln portioniert werden können.

Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

Food Startup Campus Pitch Wettbewerb: Seven Ventures Branding Award,



Verfügbarkeit: Deutschland
Online: Deutschland
Offline: k.A.
Zertifikate: Bio, Diätverordnung, geprüfte Babyfood Qualität

Kooray spice 'n easy



Firma: K-Group GmbH
Adresse: Unterer Anger 14
 D-80331 München
Gründer: Kevin J. Hornik
Webseite: www.kooray-food.com
Kontakt-E-Mail: infoy@kooray-food.com
Kontakt-Tel.: +49(155)66311487

“Wir wollen neue Qualitätsstandards im Convenience- und Home Cooking Food Markt setzen, indem wir zeigen das Instant Produkte auch qualitative, gesund und vor allem authentisch sein können. It's about time!”



Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

B2C - Homecooking Markt (Veganer und Fleischesser, die trotz Alltagsstress schnell, einfach und vor allem authentisch kochen wollen) und B2B - Hospitality Industrie (Restaurants, Hotels, Kantinen etc.).

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Einfachheit - Ready in 3 Min, Just add Water - Try it, love it! Authentizität & Qualität - Natürliche und originale Bio-Zutaten. Anwendbarkeit - Einsetzbar als Soße, Marinade oder Würzpulver.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Made in Germany, Dank unseres patentierten Herstellungsvorgang.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Eine Listung bei Dennree und Edeka StartHub.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Kooray Webshop Launch, Collaboration mit Sarah Harrison (Influencerin).

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Unsere Produkte sollen Deutschlandweit in allen großen LEH Ketten vertreten sein.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Support im Vertrieb und Marketing (Brandbuilding).

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Wir arbeiten energie- und rohstoffeffizient, minimieren Versandwege durch lokale Produktion, nutzen 100% recycelbare Verpackungen und helfen Endkonsumenten, Lebensmittelverschwendung vorzubeugen.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

Gewinner Voila Start Up Pitch Arena (Markant Handelsforum 2024) und Gewinner FoodNextGen Pitch 2024 (Food Startup Campus).

Sucht ihr aktuell Mitarbeiter - wenn ja, welche?

Ja, Vertrieb und Marketing.

Verfügbarkeit: LEH in DE, Webshop (Europweiter Versand)

Online: Kooray Webshop (Europweiter Versand)

Offline: Rewe, Denn's Bio Markt, Edeka, V-Markt

Zertifikate: EU-Bio Siegel, V-Label Vegan Siegel, Der Grüner Punkt, BSFZ Unternehmerische Innovationskompetenz Siegel

Arang



Firma: Arang
Adresse: Waldingstr. 39
 D-22391 Hamburg
Gründer: Sung-Hee Kim
Webseite: www.arang.de

“**Die koreanische Küche in die deutschen Haushalte zu bringen - das ist die Mission von Arang!**”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Asian Food Lovers und alle, die Lust auf neue Geschmackserlebnisse haben, können mit den Produkten von Arang ganz schnell und einfach zu Hause koreanische Gerichte kochen und zubereiten.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Es handelt sich um Deutschlands erste Bio-Seetangsuppen auf den Markt. Algen gehören in Südkorea regelmäßig auf den Speiseplan und die koreanische Seetangsuppe ist eine traditionelle Hausmannskost, die vor allem als “Kraftsuppe” bekannt ist. Denn Algen enthalten viele gute Nährstoffe und vor allem Jod. Darüber hinaus sind Algen absolut nachhaltig und klimafreundlich.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Neben den Bio-Seetangsuppen sind es die koreanischen Saucen, die wir als zweites Produkt anbieten. Sie gehören zu den Hauptgewürzen der koreanischen Küche und werden wie die Bio-Seetangsuppen in Deutschland hergestellt.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Nach einer erfolgreichen Kampagne im letzten Jahr konnte ich die Produktion der koreanischen Saucen, die ich bis dahin selbst hergestellt habe, an einen Lohnhersteller übergeben.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Ein großes Learning war die Einführung einer Instagram-Strategie, die maßgeblich zum Wachstum in diesem Jahr beigetragen hat.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Ich möchte Online noch stärker und sichtbarer werden. Darüber hinaus stehe ich kurz vor dem Launch einer weiteren koreanischen Sauce.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Ich bin auf der Suche nach einem Co-Founder sowie Business Angels.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Die Bio-Algen beziehe ich bewusst aus Spanien und nicht Südkorea, um unnötig lange Lieferketten zu vermeiden. Darüber hinaus ist die Verpackung, anders als bei vielen asiatischen Produkten, nicht in Plastik oder Folie, sondern aus Glas.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

1. Preis der female founder show “create F” (2023).

Teilnahme an Akzeleratoren oder Programmen?

Regionalwert AG, EmpowHerNetwork.

Verfügbarkeit: Hamburg, Berlin, Sachsen-Anhalt

Online: Eigener Webshop, Marktplätze

Offline: Denns Märkte Berlin, einzelne Rewe-Märkte in Hamburg

Zertifikate: Bio-Zertifizierung (DE-Öko-039)

Corridge



2023	3/24	0	n/a	<100k	k.A.
GRÜNDUNG	MARKT LAUNCH	FUNDING	UMSATZ 2023	UMSATZ 2024	% ONLINE

Firma Corridge Food GmbH
Adresse: Am Dennenberg 1
D-88279 Amtzell
Gründer: Mirjam Spinnenhirn
& Ellen Spinnenhirn
Webseite: www.corridge.de
Kontakt-Email: info@corridge.de
Kontakt-Tel.: +49(1522)1788084

“
Corridge – das glutenfreie High Protein Porridge mit Collagen. Funktionales Frühstück mit allen essentiellen Aminosäuren und einer Tagesportion Collagen für deinen Start in den Tag!
”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Unsere ideale Zielgruppe sind gesundheitsbewusste Frauen im Alter von 25 bis 55 Jahren, die trotz eines hektischen Alltags zwischen Beruf und Familie Wert auf gesunde Ernährung legen. Diese Frauen sind daran interessiert ihr Wohlbefinden und ihre äußere Erscheinung zu verbessern, insbesondere durch Produkte, die Hautelastizität, Gelenkgesundheit und allgemeine Vitalität fördern und einfach in den Alltag integriert werden können. Sie bevorzugen Produkte ohne künstliche Zusätze, Gluten oder zugesetzten Zucker und legen großen Wert auf Qualität und Tierwohl, wie z. B. unser Collagen aus zertifizierter Weidehaltung.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Die Verbindung von Porridge + Collagen zu Corridge einem glutenfreien, High-Protein Porridge auf Kollagenbasis, welches die tägliche Versorgung mit allen essentiellen Aminosäuren und vielen Ballaststoffen auf schnelle und einfache Art gewährleistet. Selbstverständlich ohne Aromen, Füll- oder Konservierungsstoffe und zugesetztem Zucker.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Regionale Produktion am Bodensee mit fast ausschließlich ökologisch und regional angebauten Zutaten. Schnelle und unkomplizierte Zubereitung, ohne Kochen. Perfekt für unterwegs, im Büro oder zuhause.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Launch unserer Produkte.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Streckenlistung bei Edeka Südwest und Rewe Südwest.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Etablierung unserer Marke auf dem Markt und weitere Produkte launchen.



Verfügbarkeit: Deutschland, Österreich
Online: Eigener Onlineshop, Amazon und ShopApotheke
Offline: Edeka Süd-West, Rewe Süd-West
Zertifikate: LIAF-Zertifizierung

Bärnstein



(c) von Patrick Salfinger



Firma: Martin Paul KG
Adresse: Wiener Straße 190
A-3100 St. Pölten
Gründer: Lukas Renz und Martin Paul
Leitende Ang.: Christoph Zein
Webseite: www.baernstein.at
Kontakt-Email: christoph@baernstein.at
Kontakt-Tel.: + 43(680)2172057

“**Bärnstein ist dein regionaler Kraftspender aus grünem Kaffee. Als Österreichs genussvollstes Getränk mit grünem Kaffee und regionalen Inhaltsstoffen, versetzen wir unsere Community in einen Moment der Gelassenheit.**”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Personen die gerne etwas Neues ausprobieren wollen und für die Nachhaltigkeit und Bewusstsein eine Rolle spielt.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Der Grüne Kaffee macht unser Bärnstein zu einem der innovativsten Getränken am Markt. Wir sind der Vorreiter einer neuen Kategorie und bieten den KonsumentInnen ein neues Abenteuer an.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Wir verwenden typische heimische Zutaten wie Dirndl mit Holunderblüte oder Quitte mit Apfel und verfeinern es mit Verjus. Bärnstein ist ein Zusammenspiel aus fernem Abenteuer und heimischer Vertrautheit!

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Die letzten 12 Monate waren eine der erfolgreichsten Monate für uns. Wir konnten neben den steigenden Kunden in der Gastronomie auch die ÖBB/DoNs auf Schiene sowie die Österreichischen Mensen als Partner gewinnen.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Der nächste Meilenstein in den kommenden Monaten wird der Ausbau und die Verfügbarkeit im stationären Handel sein. Zudem wollen wir aber auch unserer Strategie treu bleiben und das heißt weiterhin Genussmomente in der Gastronomie schaffen.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Für uns ist Nachhaltigkeit ein großes Thema. Wir beziehen all unsere Rohstoffe aus Ost-Österreich (bis auf den Grünen Kaffee) und füllen bei uns in der Nähe ab. Wir versuchen den CO2-Fußabdruck sehr gering zu halten und wir fördern somit auch die heimische Landwirtschaft.



(c) von Patrick Salfinger

Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

2015 & 2016: Top 3 der besten Marken Österreichs, Top 3 alkoholischen und innovativsten Softdrinks Österreichs (Falstaff), 2. bester Cocktails Europas (MoninCup) und 1. Platz i2B Businessplan NÖ sowie 3. Platz i2B Businessplan Österreichs

Verfügbarkeit: Österreich, Deutschland

Online: über MyProduct erhältlich

Offline: Billa Corso, Spar und Billa Plus im regionalen Raum sowie div. Hofläden in der Region. Hauptsächlich gibt es Bärnstein in der Gastronomie.

Zertifikate: Der Grüne Kaffee ist Bio und FairTrade-Zertifiziert

möhrengrün



Firma: möhrengrün
Adresse: Harthäuser Straße 92a
D-81545 München
Gründer: Albrecht von Schultendorff
Webseite: www.moehrengruen.de
Kontakt-E-Mail: kundenservice@moehrengruen.de
Kontakt-Tel.: +49(89)69758765

“
Wir erreichen mit den vollwertigen Produkten von möhrengrün (bspw. Hack-Allerlei) eine fundamentale Veränderung im Essverhalten der Menschen, innerhalb der planetaren Grenzen.
”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

100% der Menschen, die immer noch konventionelles 'old school' Hack kaufen. Jede Altersgruppe, die bewusst guten Geschmack ohne Verzicht anstelle von konventionellem 'old school' Hack genießen möchte.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Auf der ausschließlichen Basis getrockneter pflanzlicher Zutaten (+ Ei) den erklärten Fleischliebhaber zum Schwärmen zu bringen.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Ohne die Verunstaltungen und Qualitätsminderungen durch Extraktionen ein vollwertiges Produkt zu haben. Also keine isolierten Proteine, keine Methylcellulose, keine künstlichen/natürlichen Aromen.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Immer wieder bestätigt zu bekommen, dass unser Produkt außerordentlich gut schmeckt. Besser als alle anderen Angebote.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Eine Skalierung der Verkaufszahlen auf ca. 35to Hack-Allerlei.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wertegebundene Kapitalgeber, die nicht auf den Exit fokussiert sind.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit ist eine grundsätzliche DNA von möhrengrün; wir verarbeiten ausschließlich getrocknete pflanzliche Zutaten (+ Ei). Also das, was schon da ist. Keinerlei Anlagen und Energie aufwändigen Extraktionsprozesse. Wir mischen "nur", und produzieren keine zu entsorgenden Abfälle. Ein echtes low-tech - Produkt.

Das Ziel sind zu 100% Zutaten aus ökologischer Erzeugung, sowie ernährungsphysiologisch



wertvolle Zutaten, wie bspw. Mehl aus gekeimtem Urgetreide.

Teilnahme an Akzeleratoren oder Programmen?

Feeding the City, Impact Hub Berlin, Food Waste Track, Impact Hub Berlin, Startrampe, Impact Hub München, Leadership Talent Academy, Campus Founders, Heilbronn

Verfügbarkeit: Deutschland

Online: moehrengruen.de/shop

Offline: In fünf Läden in München

REBELS 0.0%



Firma: Freespirited Drinks AG
Adresse: Uetlibergstrasse 65
CH-8045 Zürich
Gründer: Christof Tresp & Janick Planzer
Webseite: www.rebels00.com
Kontakt-E-Mail: hello@rebels00.com

“**REBELS 0.0% revolutioniert den sozialen „Cheers-Moment“ mit preisgekrönten, doppelt destillierten 0,0%-Spirituosen – für freie Wahl und um veraltete Trinknormen aufzubrechen.**”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

30-45 Jahre alte Flexidrinker*innen welche Werte auf Qualität und Geschmack legen, gerne ausgehen oder soziale Kontakte pflegen... und das bei einem Drink (oder zwei).

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Das Innovative an unseren REBELS 0.0% Produkten ist die doppelte Destillation, die für einen besonders komplexen und intensiven Geschmack sorgt – trotz 0.0% Alkohol. Diese spezielle Methode der doppelten Destillation ermöglicht es uns, die natürlichen Aromen der natürlichen Botanicals auf besonders intensive Weise herauszuarbeiten und zu bewahren.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Wir bieten das größte Sortiment an 0.0% Spirituosenalternativen, inspiriert von Klassikern wie Gin, Rum, Whiskey sowie Spritz, Bitter Aperitif und Amaretto. Unser Ziel ist es, soziale Trinknormen zu durchbrechen und die freie (Drink-)Wahl zu feiern – auch ohne Alkohol. REBELS 0.0% steht für kompromisslosen Genuss und gibt jedem die Freiheit, selbstbewusst zu entscheiden, wie, wann und womit man anstoßen möchte.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

In den letzten 12 Monaten haben wir nicht nur unsere Distribution in Fokusböden in Europa, einschließlich UK, ausgebaut, sondern auch einen Design-Relaunch unserer Labels durchgeführt. Darüber hinaus haben wir unser Sortiment durch die Einführung der neuen Whiskey-Alternative „Malt Blend“ erfolgreich erweitert, um noch mehr 0.0% Drinks-Vielfalt und Genuss zu bieten.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

In den nächsten 12-18 Monaten streben wir an, unsere Distribution in der Gastronomie und im Premium-Retail in unseren Fokusböden weiter auszubauen, um die Verfügbarkeit unserer Produkte weiter zu steigern und unsere Markenpräsenz zu stärken.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

Seit unserem Launch wurden wir mit über 20 Medaillen bei renommierten internationalen Spirituosenwettbewerben für den Geschmack unserer Produkte ausgezeichnet. Besonders stolz sind wir auf die Nominierung unseres „REBELS 0.0% Amaretto“ als Top 5 New Bar Product beim BCB Mixology Award 2024, der „Oscar-Verleihung der DACH-Barszene“ – und das als einziges alkoholfreies Produkt.

Verfügbarkeit: Mittlerweile sind wir in 12 Länder mit Distributoren präsent mit Fokus auf CH, EU & UK
Online: rebels00.com, Amazon, Galaxus etc
Offline: k.A.

Naturally Naughty

Naturally
NAUGHTY



Firma Naturally Naughty GmbH
Adresse: Kitchentown, Mollstrasse 32
D- 10249 Berlin
Gründer: Ingwer Soerensen, Ina
Neumann, Stefan Schwab
Webseite: www.naturallynaughty.shop



**Bereicherung des Liebeslebens
durch natürliche Produkt mit
spürbarem Effekt.**



Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Sexual probierfreudige Menschen, die Wert auf natürliche Inhaltsstoffe und kurze Zutatenlisten legen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Ingwer-Spray: Hochdosierter Ingwer-Extrakt in Bio-Qualität, der auf Schleimhäuten eine warme Wirkung entfacht (Mund, Intimbereich) und zum Veredeln/Würzen von Speisen und Getränken geeignet ist.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Vegan, Lebensmittelauglich, Clean Label, Apothekerqualität.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Verdoppelung der Haltbarkeit, Teilnahmen an Castingshow und Start-Up Wettbewerben.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Anfragen aus Gastronomie und Hotellerie.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Tests in Drogerien.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Handelspartner und Markenbotschafter.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltig, da wir hochdosierte Ingwer-Extrakte anbieten, die lange halten. Wir verwenden Glas statt Plastikflaschen.

Teilnahme an Akzeleratoren oder Programmen?

German Accelerator, IBB Gründungsbonus.



Sucht ihr aktuell Mitarbeiter - wenn ja, welche?

Vertrieb.

Verfügbarkeit: Weltweit

Online: www.naturallynaughty.shop

Offline: Boutiquen wie Boutique Bizarre in Hamburg

Upsters



Firma: Upsters Energy GmbH
Adresse: Mörfelder Landstraße 70
 D-60598 Frankfurt am Main
Gründer: Louis Baier, Philipp Köhler
Webseite: www.upsters.de
Kontakt-E-Mail: info@upsters.de

“
We empower people in every situation of life.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Für unsere Energylytes: Läufer und Säufer
 Für unsere Koffeinbonbons: (Schicht-)Arbeiter, Studierende und alle, die sich gerne wach lutschten.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Vor unserer Gründung gab es in Deutschland keine vergleichbaren Koffeinbonbons, gleiches gilt für Elektrolyte mit Koffein. Wir erschaffen neue Produktkategorien, welche aus klassischen Nahrungsergänzungsmitteln Lifestyleprodukte macht.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Ist die Verpackung nicht wunderschön? <3

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Die erfolgreiche Einführung der Energylytes, bestehend aus Koffein, Elektrolyten und L-Tyrosin.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Vier unserer Kunden haben sich unseren Slogan "Lutsch dich wach" tätowiert.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Umsatz mehr als verdoppeln. Gleiches gilt für Tattoos.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Interesse an einem permanenten "Lutsch dich wach"-Tattoo?

Ansonsten sind wir auch offen für Handelspartner und potenzielle Investoren. (Sofern sie sich "Lutsch dich wach" tätowieren würden)



Verfügbarkeit: Deutschland, Österreich, Schweiz
Online: Auf unserer eigenen Website, Amazon
Offline: Inhabergeführte Edeka- und REWE-Märkte
Zertifikate: IFS-Zertifizierung

erveat.




Firma erveat. UG (haftungsbb.) & Co. KG
Adresse: Heinrich-von-Bibra-Platz 1b D-36037 Fulda
Gründer: Laura Keil, Sanja Gerland, Lea Nußbeutel, Celin Issing
Leitende Ang.: Laura Keil
Webseite: www.erveat.de
Kontakt-Email: info@erveat.de
Kontakt-Tel.: +49(152)33888105

“
Gesunde und pflanzliche Lebensmittel, die nicht nur der Umwelt, sondern auch uns guttun - ohne Einbußen in Genuss und Geschmack.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Gesundheitsbewusste Menschen mit Interesse an Ernährung, Personen mit Lebensmittelunverträglichkeiten

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Es ist einzigartig: eine Trockenmischung für Linsen-“Tofu” in verschiedenen Geschmacksrichtungen. Linto ist außerdem frei von den 14 Hauptallergenen, wie z.B. Soja und Gluten und enthält weder Zusatzstoffe noch zugesetzte Aromen. Die Sorte “Natur Pur” wurde so entwickelt, dass sie auch für Süßspeisen verwendet werden kann!

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Linto ist vegan, proteinreich, aus Bio-Zutaten hergestellt, gering verarbeitet und geschmacklich keine Abwandlung bestehender Produkte. Linto ist weder ein Soja-Tofu noch ein reiner Fleischersatz, sondern ein eigenständiges Produkt, welches unglaublich vielfältig eingesetzt werden kann und nachhaltig verpackt ist.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Wir haben die Rezeptur unseres Produktes nach dem Feedback unserer Kunden perfektioniert und konnten unseren ersten großen Kooperationspartner gewinnen. Zudem bekamen wir Anfang 2024 einen eigenen TV-Beitrag.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Die Entwicklung weiterer Sorten, der Ausbau der Marken- und Produktbekanntheit sowie des nationalen Vertriebs, Umsatzsteigerung auf > 100.000 EUR.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Vertriebspartner und Investoren

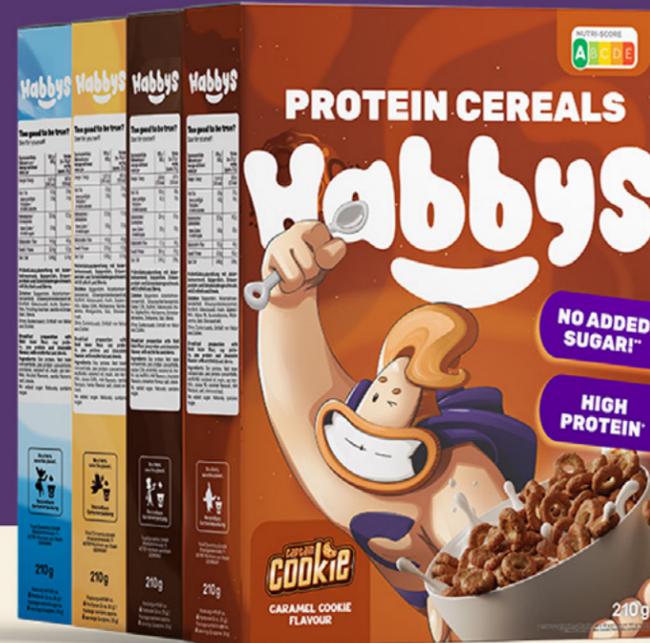


Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit spielt für uns eine wichtige Rolle. Wir verwenden ausschließlich pflanzliche, recycle- oder kompostierbare Rohstoffe, Verpackungen und Materialien. Unseren Hauptrohstoff, die rote Linse, wollen wir bis Ende 2025 vollständig aus Hessen beziehen.

Verfügbarkeit: Deutschland
Online: Eigener Webshop, Motatos
Offline: Regionale Kleingeschäfte
Zertifikate: k/A

Habbys



Habbys

PROTEIN CEREALS



2023 6/23 <500k k.A. k.A. k.A.

GRÜNDUNG MARKT LAUNCH FUNDING UMSATZ 2023 UMSATZ 2024 % ONLINE

Firma: Food Dynamics GmbH
Adresse: Rheinpromenade 11
D-40789 Monheim am Rhein
Gründer: keine Angabe
Leitende Ang.: keine Angabe
Webseite: www.habbys.de
Kontakt-Email: info@habbys.de

“
Habbys, die leckeren Protein Cereals ganz ohne Zuckerzusatz, reich an Protein und mit unverwechselbarem Geschmack.”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Habbys sind ideal für Menschen, die Cerealien lieben, aber sich trotzdem ausgewogen und zuckerreduziert ernähren wollen. Sportler lieben Habbys, wegen des hohen Proteingehalts. Eltern schätzen den Verzicht auf Zucker und schmunzeln, da ihre Kinder jetzt freiwillig Gemüse zum Frühstück essen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Herkömmliche Cerealien bestehen hauptsächlich aus Zucker und aus Weizen. Wir haben auf beides verzichtet. Unser Habbys (Protein Cereals) sind weltweit die ersten Cereals, die aus Ackerbohnen produziert werden, ohne Zuckerzusatz und reich an Protein.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Die Habbys sind einfach lecker und sogar glutenfrei und vegan.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Nach einem erfolgreichen Launch in 2023 ist es uns in 2024 gelungen das Feedback unserer Kunden und des Einzelhandels erfolgreich umzusetzen. Die Habbys sind jetzt zudem vegan und bei immer mehr Händlern zu finden.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Ein nächster wichtiger Schritt nach der flächendeckenden Erschließung des Handels in DACH, wird der Export in andere Länder sein. Die ersten Partner sind ausgewählt und bereits zum Jahreswechsel werden die Habbys in weiteren Ländern in den Regalen stehen.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Angels (ehemalige Gründer) aus dem Food oder Marketing-Umfeld, die Spaß daran haben systematisch neue und innovative Foodprodukte zu etablieren.



Sucht ihr aktuell Mitarbeiter - wenn ja, welche?

Initiativbewerbungen sind immer willkommen. Du liebst die Habbys? Und möchtest uns helfen die Habbys in alle Munde zu bringen? Dann bewirb dich gerne und beantworte uns in deiner Bewerbung die Fragen: Wie wirst Du uns weiterbringen? Was können wir von Dir lernen? Wir suchen Mitstreiter! Keine Mitläufer!

Verfügbarkeit: DACH-Region

Online: DACH-Region

Offline: DE (Siehe "Habbys im Einzelhandel) unter www.habbys.de)

Zertifikate: k.A.

Caraté



Firma Cascaritas GmbH & Co. KG
Adresse: Kafkastraße 106
 D-33729 Bielefeld
Gründer: Kay Schadewald, Sarah Holzauer, Daniel Salzburg, André Prang
Webseite: www.caraté.de
Kontakt-Email: info@cascaritas.de
Kontakt-Tel.: +49(521)12010160



Eine nachhaltig wachere Welt.



Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Kreative, (sportlich) Aktive, Performer, Studenten, zw. 20-40 J., die bewusst Koffein konsumieren, dabei Nachhaltigkeit und Natürlichkeit wollen. Beim Tee eher Frauen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Bislang ungenutzt, verwenden wir Cascara, die Frucht um die Kaffeebohne. Einzigartiger Geschmack, nur natürliche Zutaten und Koffein aus der ganzen Frucht. 24/7 ein fruchtiger und nachhaltiger Wachmacher.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Rohstoff als Nebenprodukt zahlreich vorhanden; Sonnengetrocknet und selbe Transportbedingungen wie die Bohne; Kaffeebauern erhalten neue Einkommensquelle (bis zu 30% mehr)

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Gründung der GmbH & Co. KG mit Einzug in eigene Büro- und Produktionsräume.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Umfassendes Redesign mit Online-Shop, Markteintritt im stationären Handel mit eigenem Display.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Unsere Limo in Großstädten erfolgreich etablieren, Bekanntheit bei Studierenden deutlich steigern. Absatz der Tee-Produkte und Online-Präsenz erhöhen.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Einen strategischen Partner zur Steigerung von Markenbekanntheit und Absätzen sowie Zielgruppenerweiterung.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Wir suchen in der gesamten Wertschöpfungskette nach umweltfreundlichen Lösungen: daher die Umstellung auf Vollplastik-Teepackungen, die 100 % recycelbar sind.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

1. Food Start-Up Campus Oldenburg 2023, Trophelia Finalist 2023, Startklar Businessplan OWL Finalist 2024.

Teilnahme an Akzeleratoren oder Programmen?

Kick-Start, Seedhouse, Gründerstipendium

Sucht ihr aktuell Mitarbeiter - wenn ja, welche?

Vertrieb.

Verfügbarkeit: Deutschland

Online: Eigener Webshop, Amazon, demnächst MyEnso

Offline: In regionalen REWE-, EDEKA-Märkten, Cafés und Gastronomien in der Region OWL.

tasty spready



Firma: tasty spready AG
Adresse: Im Struppen 17, CH-8048 Zürich
Gründer: Anita Limacher & Dany Kistler
Webseite: www.tastyspready.ch

“Wir inspirieren zu einem aktiven, zuckerbewussten und „EIFACH BITZELI GSÜNDER“ Lebensstil, der allen viel Freude bereitet.“

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Alle Menschen, die bereit sind, sich auf den Weg machen, die Welt der überzuckerten Konfitüren hinter sich zu lassen und Neues zu entdecken.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Wir sind die ersten, die zuckerreduzierte GOFITÜREN für die natürliche Haltbarmachung in Quetschbeutel abfüllen und die Früchte mit gesundem Gemüse fein kombinieren.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

tasty spready mit den GOFITÜREN ist mehr als ein Brand, wir starten eine Bewegung hin zu einem zuckerbewussten Leben. Uns liegt die Inspiration und die Wissensvermittlung rund um einen "EIFACH BITZELI GSÜNDER" und insbesondere zuckerbewussten Lebensstil sehr am Herzen.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Das erfolgreiche Rebranding der GOFITÜREN.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Die GOFITÜREN in Hotels lancieren.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Alles was uns hilft, unsere Mission sichtbarer zu machen um mehr Menschen zu erreichen. Es würde uns sehr freuen, in Podcasts davon zu erzählen, unsere Geschichte zu teilen in Interviews, Einladungen zu Podiumsdiskussionen rund um einen gesunden Lebensstil etc. Auch Auftritte als Zuckerexpertin würde Anita liebend gerne machen. Und Kooperationen mit Gleichgesinnten und eine Präsenz in den Medien wäre ebenfalls unterstützend. Fühlst du dich angesprochen? Dann schreibe uns gerne auf hallo@tastyspready.ch. Wir freuen uns.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Die GOFITÜREN Quetschbeutel sind im Vergleich zu herkömmlichen Glasverpackungen viel leichter und nehmen weniger Platz ein. Dies hat mehrere positive Auswirkungen auf die Ressourceneffizienz. Zudem verwenden wir wenn immer möglich gerettete Früchte und Gemüse, das ist unser Beitrag zu weniger Foodwaste.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

Der 2. Rang an der RiseUp Switzerland bei der Pitch Competition.

Teilnahme an Akzeleratoren oder Programmen?

Im Januar 2024 ins foodward Programm.

Verfügbarkeit: Schweiz
Online: im eigenen Webshop
Offline: BRIDGE und mehrere kleine (Bio-) Läden in der Schweiz
Zertifikate: BIO EU

Lazybean



Firma: Lazybean
Adresse: Geschwister-Scholl-Str. 71
 D-20251 Hamburg
Gründer: Christopher Paul
Webseite: www.lazybean.de
Kontakt-E-Mail: hello@lazybean.de

“
Ich möchte Menschen für Tempeh begeistern, Spaß am Kochen vermitteln und inspirieren!
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Vegetarier:innen, Veganer:innen, gesundheitsbewusste Menschen, Athleten und sportbegeisterte Menschen, Menschen mit einem kulturellen Bezug zu Indonesien, Experimentierfreudige Gastronomen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Lazybean steht für handgemachtes Tempeh aus Hamburg. Unser Tempeh ist vollwertig und wird aus der ganzen Hülsenfrucht hergestellt und schonend verarbeitet. Der natürliche Fermentationsprozess verbessert die Verdaulichkeit der Hülsenfrüchte und gibt dem Tempeh seinen unverwechselbaren Geschmack.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Wir stellen Lazybean Tempeh mit viel Leidenschaft in einer kleinen Produktion in Hamburg her. Neben den Klassikern gibt es immer wieder kreative Tempeh-Limited Editions. Unsere Rohstoffe kommen aus nicht konventioneller Landwirtschaft aus Deutschland und Österreich, das schon das Klima und hält die Transportwege kurz. Ausgeliefert wird innerhalb Hamburgs umweltschonend mit dem Fahrrad.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Nach einem Jahr auf Fahrradreise habe ich mich entschlossen meine Idee zu verwirklichen und ein Startup zu gründen. Innerhalb von 5 Monaten ganz alleine eine Marke auf die Beine zu stellen, die Produktion zu starten und schließlich die ersten Packungen Tempeh zu verkaufen war ein riesen Schritt.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Im Juli 2024 habe ich meinen Onlineshop gestartet und damit einen weiteren, wichtigen Schritt in Richtung Sichtbarkeit getan.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Im nächsten Jahr möchte ich die Sichtbarkeit von Lazybean weiter ausbauen, an Messen und Märkten teilnehmen und in mehr Geschäften gelistet werden. Ich möchte mehr Menschen für Lazybean Tempeh begeistern, damit wir weiter wachsen können, Mitarbeiter anstellen können und mit einem Teil des Gewinns Soziale Projekte fördern können.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Mentor:in mit ähnlicher Vision für gute, ehrliche



Lebensmittel, neue Vertriebspartner:innen in Einzelhandel, Gastro und Catering.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit ist Kern meiner Gründungsidee und unseres Handelns. Der Anbau von Hülsenfrüchten fördert die Ackergesundheit - der Kauf von Rohstoffen aus nicht-konventioneller Landwirtschaft fördert ebendiese. Wir versuchen kontinuierlich unsere Produktionsprozesse zu optimieren, Verpackung einzusparen und liefern in Hamburg mit dem Fahrrad aus. Ziel für die Zukunft ist immer stärker nach dem Cradle2Cradle-Prinzip zu handeln.

Verfügbarkeit: Deutschland
Online: Eigener Webshop
Offline: In ausgewählten Lebensmittelgeschäften und Restaurants in Hamburg und nach und nach deutschlandweit.

Just Nosh



Ballaststoffquelle



vegan und natürlich

Foto von Firma beigestellt

2020	10/21	k.A.	<100k	500k+	15%
GRÜNDUNG	MARKT LAUNCH	FUNDING	UMSATZ 2023	UMSATZ 2024	% ONLINE

Firma: Pranosh Food GmbH
Adresse: Kochhannstr. 6, D-10249 Berlin
Gründer: Shweta Pahuja-Markull, Timo Schütz
Webseite: justnosh.de

“
Wir bieten dir 100% natürliche & leichte Snacks für deinen Alltag, die du jederzeit in deine Ernährung integrieren kannst.
 ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Unsere Zielgruppe ist primär zwischen 25 und 45 Jahre alt, weiblich und achtet auf eine gute Ernährung für sich und die Familie. Unsere Produkte sind jedoch für eine breite Zielgruppe jeden Alters geeignet.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Der erste gepuffte Samen-Snack. 100% natürlich, knusprig leicht, lecker mit vielen Ballaststoffen und ohne Zusatzstoffe. Vegan, Glutenfrei und z.T. zuckerfrei

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Erste Listungen im LEH auf nationaler / regionaler Ebene. Gewinner "Bestes Produkt 2023" beim Food Innovation Camp, Ausstrahlung bei "Die Höhle der Löwen" im Mai 2024.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Vertiefung der Listungen im LEH in DE, AT und CH und die Anzahl der POS von ca. 800 auf über 2.000 erhöhen. Erfolgreich noch 2-3 Sorten auf dem Markt bringen.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wir suchen Investoren (Business Angels) als strategische Partner für den nächsten Wachstumsschub

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Unser Ziel ist, dass unsere rein pflanzlichen Produkte sich positiv auf die Ernährung der Menschen auswirken. Snacks soll Teil der Ernährung sein. Weitere Nachhaltigkeits-Themen wie Verpackungen sollen in einem zweiten Schritt verbessert werden.

Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

"Bestes Produkt 2023" Food Innovation Camp (September 2023)



Verfügbarkeit: Deutschland, Österreich, Schweiz, Benelux-Länder
Online: Eigener WebShop, Amazon und andere Marktplätze
Offline: REWE, Kaufland, Globus, EDEKA
Zertifikate: V-Label, BRCGS

ciao

ciao



2024

GRÜNDUNG

5/24

MARKT LAUNCH

k.A.

FUNDING

n/a

UMSATZ 2023

<100k

UMSATZ 2024

k.A.

% ONLINE

Firma: ciao coffee GmbH
Adresse: Landsberger Straße 20
D-80339 München
Gründer: Tobias Hollaus, Felix Hellenberg,
Dennis von Bismarck, Anton Reich
Leitende Ang.: Aiman Woldu
Webseite: www.ciaocoffee.eu
Kontakt-Email: info@ciaocoffee.eu
Kontakt-Tel.: +49(89)24889600

“

Unsere Mission ist es, den Kaffee der Zukunft anzubieten – nachhaltiger, funktionaler und gesünder.

”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Unsere Zielgruppe ist zwischen 16 und 30 Jahre alt und zeigt ein überdurchschnittliches Interesse an Nachhaltigkeit. Sie ist digital gut erreichbar und kauft regelmäßig Eiskaffee oder Energy-Drinks. Dabei handelt es sich um eher moderate Kaffeekonsument*innen, die keine typischen "Kaffee-Fanatiker" sind.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Unser Kaffee besteht zu 100 % aus europäischen Zutaten und kommt ganz ohne Kaffeebohnen aus, da diese Nachhaltigkeitsprobleme mit sich bringen. Trotzdem überzeugt unser Kaffee mit vollem Geschmack, einem echten Koffeinkick und ist dabei deutlich nachhaltiger.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

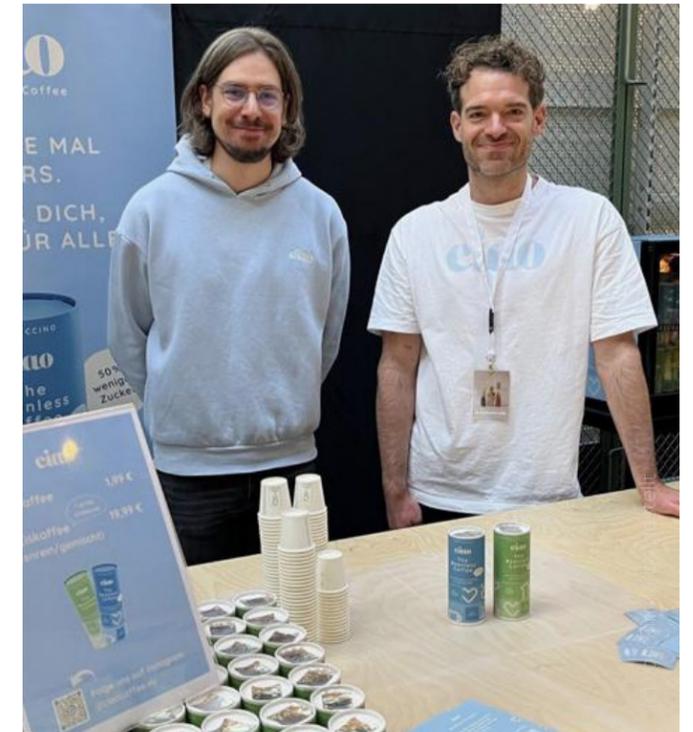
Der Wachmacher/ Konzentrations-Effekt des Kaffees wird durch die Zugabe von Vitaminen und Mineralstoffen zusätzlich verstärkt, was ihn funktionaler macht. Da er auch frei von Gerbstoffen ist und unser Eiskaffee zudem deutlich weniger Zucker enthält, ist er auch eine gesündere Wahl. Darüber hinaus ist unser Produkt Vegan.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Wir haben unser Produkt finalisiert und weiter optimiert. Es ist bereits in fünf Edeka- und Rewe-Regionen gelistet und in insgesamt 250 Märkten verfügbar.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Der wichtigste Meilenstein in den nächsten 12-18 Monaten ist der Aufbau einer starken Marke mit einer breiteren und tieferen Distribution im Einzelhandel im gesamten DACH-Raum. Zudem steht der erfolgreiche Launch unseres Instantkaffees im Fokus.



Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Nachhaltigkeit ist einer unserer drei zentralen USPs. Im Vergleich zu traditionellem Kaffee, der einen sehr hohen CO₂- und Wasserverbrauch aufweist, setzen wir auf nachhaltig angebaute, europäische Zutaten für unsere Produkte. Zusätzlich ist unser Produkt vegan und verzichtet auf Kuhmilch.

Verfügbarkeit: Deutschland

Online: Eigener Onlineshop

Offline: Rewe, Edeka

FEUERzeug



Firma: MV Chili-Manufaktur GmbH
Adresse: Sonnenhang 1 Top 4 A-4223 Katsdorf, Österreich
Gründer: Ulrike und Christian Dlapka
Webseite: www.feuer-zeug.at
Kontakt-E-Mail: office@feuer-zeug.at
Kontakt-Tel.: +43(699)10905021

“ Wir wollen die exklusivsten und bestschmeckendsten Bio-Chilisaucen im deutschsprachigen Raum gemeinsam mit Sterneköchen der Top-Gastronomie kreieren. ”

Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Damen und Herren, die Wert auf nachhaltig produzierte Bio-Produkte Wert legen.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Naturbelassene Bio-Chilisaucen entwickelt mit Sterneköchen. Einzigartige Geschmacksrichtungen mit außergewöhnlichen Zutaten (z.B.: Schwarzer Knoblauch oder auch Fichennadeln).

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Tolle Geschenkidee passend für jede Jahreszeit. Zudem werden alle Saucen direkt in der eigenen Manufaktur eingekocht bzw. fermentiert.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Erste Listungen bei Gourmet LEHs und Top Firmenpartner welche wir mit exklusiven White-Labelprodukten versorgen.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

Markenwiedererkennungswert in Österreich steigt. Mittlerweile gibt es in allen Bundesländern Österreichs auch Handelspartner die unsere Produkte verkaufen. Mittlerweile haben wir 180 Vertriebspartner in Österreich und Deutschland.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Wir wollen den deutschen Markt für uns erschließen. Dabei fokussieren wir auf die großen Städte.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wir suchen Handels- bzw. Vertriebspartner in ganz Europa, welche uns helfen die Produkte in die jeweiligen Länder zu vertreiben.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei euch?

Das Thema Nachhaltigkeit ist für uns sehr wesentlich, daher verwenden wir möglichst alles vom Gemüse zu verwenden.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

WKO Online Award 2019 2. Platz, OÖ Handwerkspreis 2022 3. Platz, Guute Award 2022 1. Platz

Verfügbarkeit: Österreich, Deutschland, Schweiz
Online: Österreich, Deutschland, Schweiz
Offline: Österreich, Deutschland
Zertifikate: BIO Zertifikat AT-BIO 401, AMA Genussregion Manufaktur

Plantsalt



2024	11/24	k.A.	n/a	n/a	n/a
GRÜNDUNG	MARKT LAUNCH	FUNDING	UMSATZ 2023	UMSATZ 2024	% ONLINE

Firma: Plantsalt
Adresse: Mollstraße 32
D-10249 Berlin
Gründer: Lucia Scheffner, Oktay Ugur,
Daniel Siebert
Webseite: www.plantsalt.de
Kontakt-Email: daniel.siebert@plantsalt.de
Kontakt-Tel.: +49(157)73850156



Mit einem optimalen Natrium-Kalium-Verhältnis hilft nser Pflanzensalz Herz-Kreislauf-Erkrankungen sowie Bluthochdruck vorzubeugen, während 12 essentielle Mineralien die Gesundheit ganzheitlich unterstützen.



Wer ist eure ideale Zielgruppe / Konsument?

Gesundheitsbewusste Verbraucher, Sportler & Genießer.

Was ist das Innovative an euren Produkten?

Unser Pflanzensalz ist das einzige Salz, das der Körper braucht. Über 56 wissenschaftlich bewiesene Vorteile unterstützen deine Gesundheit und lassen jedes Essen noch köstlicher schmecken. Zudem unterstützt ein ausgewogenes Verhältnis von Natrium und Kalium die Regulierung des Blutdrucks.

Was ist außerdem noch besonders am Produkt?

Es ist 100% naturbelassen, ohne Rieselhilfen & hat einen runden sowie intensiven Geschmack.

Wichtigster Erfolg der letzten 12 Monate?

Nach monatelanger Research und Produktentwicklung ist uns der Durchbruch im Produkt sowie Herstellungsprozess gelungen. Zudem ist unser Onlineshop online gegangen. Nun können wir die ersten Produkte verkaufen und Daten sammeln.

Weitere Wachstumserfolge der letzten 12 Monate?

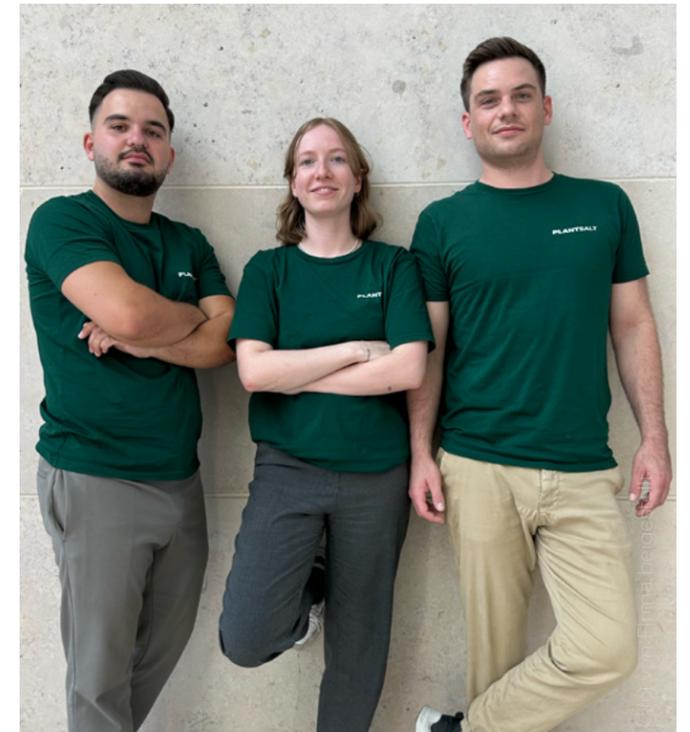
Wir konnten unser Team erweitern und haben nun erstklassige Experten aus den verschiedensten Bereichen mit dabei.

Wichtigster, geplanter Meilenstein in 2025?

Wir verkaufen nun die ersten Produkte online und möchten so viele Leute wie möglich von unserem Produkt überzeugen. Zudem werden wir unsere Supply Chain skalieren.

Wen oder was sucht ihr 2025, der/die/das euch auf dem Weg zum Erfolg beschleunigen würde?

Wir suchen Partner, die an unsere Mission glauben und uns dabei unterstützen möchten.



Welche nennenswerten Awards, Preise oder Wettbewerbe habt ihr gewonnen?

Vor Kurzem haben wir den Idealab Startup Wettbewerb gewonnen und konnten namenhafte Personen aus der Startup Welt von unserem Produkt und unserer Mission überzeugen.

Verfügbarkeit:	Deutschland
Online:	Auf unseren eigenen Onlineshop
Offline:	k.A.
Zertifikate:	k.A.

ENDE.

Wir hoffen, du hattest Spaß und eine spannendes Zeit beim Lesen und Entdecken von spannenden, neuen Food Startups in unserer Community.

Komm in unseren WhatsApp Kanal und verpasse keine unserer nächsten Events und Iniviativen.

[Klicke hier um Zugang zu erhalten](#)