

15.05.2018 – 16:14 Uhr

PepsiCo setzt sein "Nutrition Greenhouse" Programm fort und unterstützt damit auch in 2018 Nahrungsmittel- und Getränkemarken der Zukunft



Neu-Isenburg (ots) -

Bis zu zehn ernährungsorientierte Start-ups profitieren von insgesamt 300.000 Euro Förderung und Preisgeld

PepsiCo geht ins zweite Jahr seines europaweiten Inkubator-Programms "Nutrition Greenhouse" - einer Initiative zur Entdeckung und Förderung bahnbrechender Marken im Lebensmittel- und Getränkektor.

Mit einem offenen Aufruf an Unternehmen, sich bei "Nutrition Greenhouse" zu bewerben, möchte PepsiCo bis zu zehn neue Start-ups im Bereich Ernährung identifizieren, die Produkte für europäische Verbraucher herstellen. Die ausgewählten Unternehmen erhalten eine garantierte Förderung von mindestens 20.000 Euro und die Möglichkeit, mit Experten von PepsiCo's führenden Marken wie Quaker, Alvalle, Sunbites und Tropicana zusammenzuarbeiten. Alle Unternehmen, die derzeit einen Umsatz von maximal fünf Millionen Euro erzielen, haben jetzt die Chance sich auf www.nutritiongreenhouse.com zu informieren und sich bis spätestens 11. Juni 2018 für das Programm zu bewerben.

Zusätzlich zu den ersten 20.000 Euro können alle Finalisten an einem sechsmonatigen Mentoren-Programm teilnehmen, das eine persönliche Beratung durch PepsiCo Führungskräfte bietet, deren Branchenexpertise den Unternehmern dabei helfen kann, unmittelbare Marktherausforderungen zu meistern und das Wachstum ihrer Unternehmen zu beschleunigen.

Am Ende des Programms erhält das Gewinner-Start-up einen Preis von 100.000 Euro, um das Unternehmenswachstum zu unterstützen.

Das "Nutrition Greenhouse" Programm ist Teil des Engagements von PepsiCo, um kontinuierlich Innovationen voranzutreiben und die Zusammenarbeit mit zukünftigen "Changemakern" der Lebensmittel- und Getränkebranche zu fördern. Mit dem Programm, das 2017 gestartet wurde, erzielten die acht teilnehmenden Unternehmen ein geschätztes Wachstum von zusammen über 10 Millionen Euro - eine Vervierfachung des Umsatzes über die Laufzeit des Programms hinweg. Im zweiten Jahr wird der Fokus "Ernährung" um die Themen "Gesundheit" und "Wohlbefinden" erweitert. So sollen zusätzlich Unternehmen inkludiert werden, die relevante Lifestyle-Trends erkennen, die persönliche Leistungssteigerung ermöglichen oder sich durch ihre sinnstiftende Unternehmenspraxis auszeichnen.

Programmsponsor Juan Ignacio Amat, Vice President Nutrition für PepsiCo Westeuropa und Subsahara-Afrika, über das Programm:

"Wir freuen uns, mit unserem "Nutrition Greenhouse" Programm ins zweite Jahr zu starten. Unser übergeordnetes Ziel bleibt nach wie vor bestehen - wir arbeiten intensiv mit den besten und klügsten Unternehmern der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie Europas zusammen und geben ihnen die Möglichkeit, ihre Produkte weltweit auf den Markt zu bringen."

"Die Start-up-Teilnehmergruppe 2017 war ein spannender und inspirierender Wegbereiter für das diesjährige Programm und konnte ein starkes Wachstum erzielen. Bei PepsiCo erkennen wir die wichtige Möglichkeit, die Nahrungsmittelmarken der Zukunft zu fördern und die Ausrichtung unserer Branche maßgeblich mit zu formen, was ein Teil unserer Vision "Performance with Purpose" ist. Wir können es kaum erwarten, mit all jenen, die diese Vision mit uns teilen, zusammenzuarbeiten und von ihnen zu lernen."

David Schwartz, Leader of Innovation, PepsiCo Europe & Subsahara-Afrika, und neuer Leiter des Programms 2018, fügte hinzu:

"Heute suchen Verbraucher mehr denn je nach Unternehmen, die Nahrungsmittel und Getränke liefern, die nicht nur einen hohen Nährwert besitzen, sondern auch sehr gut schmecken und unkompliziert sind. Es ist eine spannende Zeit für Unternehmer in diesem Bereich, und unser "Nutrition Greenhouse" Programm wurde entwickelt, um diese Begeisterung zu transportieren und widerzuspiegeln. Im zweiten Jahr werden wir weitere Möglichkeiten für die gemeinsame Umsetzung von großartigen Innovationen auf dem Markt erforschen - mit dem Ziel, den Start-ups durch E-Commerce potenziellen Zugang zu führenden Einzelhändlern und/oder Testversuchen zu ermöglichen."

Das PepsiCo Programm "Nutrition Greenhouse" wird auch relevante Themen der Anfangsphase von Firmengründungen ansprechen, wie zum Beispiel Unternehmensplanung, Unternehmensstrukturierung und Fundraising, um aufstrebende Unternehmen dabei zu unterstützen, ihr Marktpotenzial zu erreichen. Zusätzlich erhalten die Teilnehmer Leitlinien hinsichtlich Markenoptimierung, Produktentwicklung, Lieferkettenmanagement, Kundengewinnung, Vertrieb und vielem Weiteren.

Um mehr zu erfahren oder teilzunehmen, besuchen Sie bitte www.nutritiongreenhouse.com.

Mehr Informationen zum PepsiCo Programm "Nutrition Greenhouse"

Das PepsiCo Programm "Nutrition Greenhouse" wurde entwickelt, um aufstrebende Marken in der Ernährungsbranche in ganz Europa durch die Zusammenarbeit zwischen Unternehmern und Experten von PepsiCo zu unterstützen. Zusammen mit der Finanzierung werden die ausgewählten Unternehmer von der Unterstützung von PepsiCo Partnern in Bereichen wie Unternehmensplanung, Unternehmensstrukturierung und Fundraising profitieren, um ihr Marktpotenzial auszuschöpfen. Leitlinien hinsichtlich Markenoptimierung, Produktentwicklung, Lieferkettenmanagement, Kundengewinnung, Vertrieb und vielem Weiteren werden ebenfalls zur Verfügung stehen.

Das Programm steht für Nahrungsmittelunternehmer mit einer marktreifen Gesundheits- und Wellness-Marke offen. Marken, die bestimmte leistungsbezogene Trends oder Lifestyle-Trends nutzen, sowie solche mit einer bestimmten sinnstiftenden Mission werden ebenfalls berücksichtigt. Die Marke oder das Unternehmen sollte einen Umsatz von maximal fünf Millionen Euro erzielen und nicht in direktem oder indirektem Wettbewerb mit PepsiCo oder einer seiner Marken stehen. Bewerbungen für das Programm können bis spätestens 11. Juni 2018 über einen sicheren Online-Prozess eingereicht werden: www.nutritiongreenhouse.com. Die vollständigen Bewerbungsbedingungen für das Programm finden Sie auch auf der Website.

Ein unabhängiger Gutachter wird zunächst die Einreichungen bewerten, um die Teilnahmeberechtigung für das Programm zu bestimmen; anschließend wird ein Auswahlkomitee, das sich aus Branchenexperten für Nahrungsmittel und Investitionen sowie aus PepsiCo Fachleuten zusammensetzt, die erhaltenen Einreichungen anhand folgender Kriterien bewerten:

- Produkt- und Markeneigenschaften: basierend auf dem Nährwertprofil, potenziellen gesundheitsbezogenen Angaben, natürlichem oder biologischem Ursprung, sauberen Etiketten und anderen Faktoren, die den Verbraucher ansprechen, sowie den offensichtlichen Eigenschaften von Geschmack, Markenpräsentation und Preis-Leistungs-Verhältnis
- Gesundheit der Verbraucher: dies umfasst menschliche Leistungsfähigkeit, gesundheitszustandsspezifische Funktionalität,

gesunde Lebensweise einschließlich Ernährungsentscheidungen und Veränderungen im Lebensstadium.

- Sinnstiftende nachweisbare Wirkung: diese könnte in Produkten (z.B. Rückverfolgbarkeit), Umwelt (z.B. nachhaltige Verpackung) oder Menschen (z.B. Unterstützung lokaler Gemeinschaften) verankert sein
- Skalierbares Geschäftsmodell
- Einzigartigkeit auf dem Markt

Bis zu zehn Unternehmen werden ausgewählt und erhalten 20.000 Euro sowie einen Zugang zum sechsmonatigen Inkubator-Programm. Am Ende des Programms wird eines der Unternehmen weitere 100.000 Euro zur Wachstumsförderung erhalten. Mit der Annahme des Zuschusses von 100.000 Euro stimmt der Gewinner der Gewährung exklusiver Rechte für PepsiCo über einen Zeitraum von sechs Monaten zu, um eine gegenseitige Kapitalbeteiligung zu vereinbarten Bedingungen vorzunehmen.

Über PepsiCo

PepsiCo-Produkte werden täglich über einer Milliarde Mal in mehr als 200 Ländern und Regionen der Welt von Kunden genossen. PepsiCo erzielte 2017 einen Nettoumsatz von über 63 Milliarden US-Dollar, dank eines zusätzlichen Lebensmittel- und Getränkeportfolios, zu dem auch Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker und Tropicana zählen. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine große Auswahl an genussvollen Nahrungsmitteln und Getränken, darunter 22 Marken, die im geschätzten Einzelhandelsjahresumsatz jeweils mehr als eine Milliarde US-Dollar erwirtschaften.

Im Zentrum von PepsiCo steht "Performance with Purpose" - unsere Grundüberzeugung, dass der Erfolg unseres Unternehmens untrennbar mit der Nachhaltigkeit der Welt um uns herum verbunden ist. Wir sind davon überzeugt, dass die kontinuierliche Verbesserung der von uns verkauften Produkte, ein verantwortungsvoller Umgang mit unserer Umwelt und die Befähigung von Menschen weltweit PepsiCo ermöglicht, als erfolgreiches globales Unternehmen zu agieren, das einen langfristigen Wert für die Gesellschaft und unsere Aktionäre schafft. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.pepsico.com.

PepsiCos Ernährungsportfolio

Ein wichtiger Teil von PepsiCos Vision "Performance with Purpose 2025" ist die kontinuierliche Produktverbesserung und die Weiterentwicklung unseres Portfolios. Wir arbeiten daran, im Zuge der Erweiterung unseres Portfolios Produkte mit mehr Vollkorn, Obst und Gemüse, Milch und Proteinen anzubieten. Im Rahmen unserer Agenda 2025 ist es unser Ziel, dass das Umsatzwachstum dieser besonders nährstoffreichen Produkte die Wachstumsrate unseres restlichen Portfolios übersteigt.

Wir haben ein führendes Portfolio an Marken in mehreren Schlüsselkategorien - darunter etwa Quaker, Tropicana, Naked, Lipton/Pure Leaf, Starbucks, Gatorade, Sabra, Stacy's - und bauen unsere Auswahl an kalorienarmen und kalorienfreien Getränken kontinuierlich aus, angeführt von unseren unverwechselbaren schwarzen Pepsi-Getränkedosens - bekannt als Pepsi Max - die sich weltweit wachsender Beliebtheit erfreuen.

PepsiCo wird auch weiterhin sein Angebot an Ernährungsprodukten ausweiten, neue Marken einführen und seine Kult-Marken zur Einführung aufregender neuer Produkte einsetzen:

- Unter der Handelsbezeichnung "Off the Eaten Path" existiert im Vereinigten Königreich bereits eine Vielzahl von Gemüse- und Hülsenfruchtprodukten wie etwa Veggie Crisps, Hummus Crisps und Sweet Potato Crisps. "Off the Eaten Path" wurde von "The Grocer" im Jahr 2017 als "Top Launch" in der Kategorie Tütensnacks ausgezeichnet.
- Das "Porridge to Go"-Sortiment von Quaker Oats erlebt in Großbritannien eine steigende Nachfrage, da Verbraucher nach täglichen, gesunden, sättigenden und erschwinglichen Produkten für unterwegs suchen. Das Sortiment umfasst 100 % Vollkornhafer mit Ballaststoffen und Kalzium.
- Tropicana Essentials bietet funktionelle Ernährung durch bewusst ausgewähltes Obst und Gemüse zur Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden.

Kontakt:

markenzeichen GmbH

Monique Koller
Schwedlerstraße 6
60314 Frankfurt am Main
Tel +49 (0)69 7104 880 14
pepsico@markenzeichen.eu

Medieninhalte



Pepsico setzt sein "Nutrition Greenhouse" Programm fort und unterstützt damit auch in 2018 Nahrungsmittel- und Getränkemarken der Zukunft / Nutrition Greenhouse Finalisten 2017. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/PepsiCo Deutschland GmbH"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010595/100815594> abgerufen werden.