



6. Fischwirtschafts-Gipfel

7.-8. November 2022

Empire Riverside Hotel · Hamburg

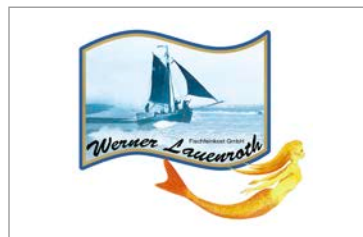
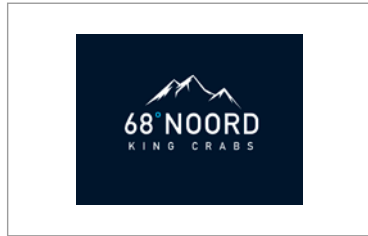
Programm



FOTO: EMPIRE RIVERSIDE

7.-8. November 2022
Empire Riverside Hotel
Konferenzetage „Second Floor“
Bernhard-Nocht-Straße 97
20359 Hamburg

Der Fischwirtschafts-Gipfel wird unterstützt von:





Tagungsprogramm Fischwirtschafts-Gipfel 2022

Montag, 7. November 2022

10:00 Uhr	Get-together Konferenzetage „Second Floor“
11:00 Uhr	Begrüßung durch Michael Steinert, Verleger FischMagazin Anmoderation durch André Nikolaus, Chefredakteur FischMagazin
11:10 Uhr	Erfolgreich verkaufen. Wie geht das? Referent: Dr. Manfred Klinkhardt, FischMagazin
11:50 Uhr	Diskussionsrunde Teilnehmer: N.N.
12:30 - 13:30 Uhr	<i>Kaffeepause</i>
13:30 Uhr	Aquaponik auf dem Supermarkt Der REWE Pilotmarkt Green Farming Referenten: Jafar Graf, Rewe Markt GmbH, Nicolas Leschke, ECF
14:00 Uhr	Fischzucht als neues Standbein für Unternehmer Referentin: Carolin Ackermann, Co-Gründerin Seawater Cubes
14:30 Uhr	Frische HanseGarnelen: Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg bedingen einander Referent: Rupert Baur, Vorstand HanseGarnelen
15:00 - 16:00 Uhr	<i>Kaffeepause</i>
16:00 Uhr	Zellbasierter Fisch Wie eine neue Technologie helfen kann, den wachsenden Fischbedarf nachhaltig zu decken. Referent: Sebastian Rakers, Geschäftsführer Bluu Seafood



7.-8. November 2022

Empire Riverside Hotel
Konferenzetage „Second Floor“
Bernhard-Nocht-Straße 97
20359 Hamburg

FOTO: EMPIRE RIVERSIDE

Tagungsprogramm

16.30 Uhr	Veganer Fisch aus dem 3-D Drucker Referent: Robin Simsa, Geschäftsführer Revo Foods
17:00 - 17:30 Uhr	<i>Kaffeepause</i>
17:30 Uhr	Preisverleihung Seafood Star 2022 Die besten Fischhändler Deutschlands werden von FischMagazin mit dem Branchenpreis Seafood Star ausgezeichnet.
19:00 Uhr	Abendveranstaltung mit Fisch-Talk am Spezialitätenbuffet „Netzwerk der Fischwirtschaft“

Dienstag, 8. November 2022

8:30 Uhr	Get-together Konferenzetage „Second Floor“
9:30 Uhr	Intelligente Verpackungen: Können wir künftig auf das MHD verzichten? Referentin: Prof. Dr. Judith Kreyenschmidt, Hochschule Geisenheim
10:00 Uhr	MAK-PAK: Essbare Snackbehälter aus Algen. Referentin: Prof. Dr. Ramona Bosse, Hochschule Bremerhaven
10:30 - 11:30 Uhr	<i>Kaffeepause</i>
11:30 Uhr	Wie geht es weiter mit dem Außer-Haus-Markt? Das Out-of-Home-Panel von GfK bietet Einblick in die Struktur und Dynamik des AHM nach der Pandemie. Referentin: Nastassja Mendel, GfK



7.-8. November 2022

Empire Riverside Hotel
Konferenzetage „Second Floor“
Bernhard-Nocht-Straße 97
20359 Hamburg

Tagungsprogramm

- 12:00 Uhr **Seafood Studie Deutschland**
Aktuelle Erkenntnisse über die Kauf- und Konsumgewohnheiten von Fisch in Deutschland
Referentin: Kristin Pettersen, Norwegian Seafood Council
-
- 12:30 Uhr **Fish-HuG:** Verbesserungspotential für den Fischhandel und die Fischgastronomie auf Grundlage eines konsumentenbasierten Bewertungsinstrumentes.
Referentin: Imke Matullat, Technologie-Transfer-Zentrum
-
- 13:00 - 14:00 Uhr *Kaffeepause*
-
- 14:00 Uhr **Vorstellung der Absolventen**
der Fortbildung zum Fischsommelier 2022
-
- 14:40 Uhr **Preisverleihung Seafood Star „Beste Fischprodukte 2023“**
Bekanntgabe der Preisträger in 10 Kategorien
-
- 15:30 Uhr **Schlusswort durch Michael Steinert**
Ende der Veranstaltung
-

Programmänderungen vorbehalten



Informations- und Networking-Veranstaltung für die gesamte Wertschöpfungskette

Die Themen im Überblick

Erfolgreich verkaufen. Wie geht das?

Montag, 7. November, 11:10 Uhr

Dr. Manfred Klinkhardt, FischMagazin

Der Verkaufserfolg von neuen Produkten hängt entscheidend von deren Bekanntheit bei den Verbrauchern ab. Das ist einer der Hauptgründe, warum 9 von 10 Produktideen im Handel scheitern. Aber welche Möglichkeiten haben die Hersteller, den Marktauftritt professionell zu gestalten? Was lohnt sich mehr: aktuellen Marktentwicklungen hinterher zu hetzen oder der Versuch, eigene Trends zu setzen? Ohne Werbung läuft wenig, doch die Werbebotschaften müssen zur Zielgruppe passen. Früher stand zumeist konkreter Content, vor allem Qualität und Geschmack, im Vordergrund. Heute versucht das Marketing eher, Produkte mit „guten Gefühlen“ zu verbinden. Denn ohne das Vertrauen der Verbraucher läuft heute gar nichts.



Aquaponik auf dem Supermarkt. Der REWE Pilotmarkt Green Farming

Montag, 7. November, 13:30 Uhr

Nicolas Leschke (ECF), Jafar Graf (Rewe Markt GmbH)

Ein lokal erzeugter und gesunder Fisch, der relativ fettarm ist und viele Proteine sowie große Mengen an Vitamine E liefert. Das Ganze aus der Aquaponik in Verbindung mit angebautem Basilikum in ressourcenschonendem Kreislauf auf dem Dach eines Rewe Marktes. Kann das Projekt auch eine Antwort auf Überfischung sein?



Fischzucht als neues Standbein für Unternehmer

Montag, 7. November, 14:00 Uhr

Carolin Ackermann, Co-Gründerin Seawater Cubes

Die Kurzpräsentation zeigt auf, wie das saarländische Startup es möglich macht, in kompakten Einheiten Meerestisch an Land zu züchten und lüftet das Geheimnis, warum Seawater Cubes der einzige erfolgreiche Produzent von Wolfsbarsch in Deutschland ist. Zudem werden die Qualitätsmerkmale des Fisches näher erläutert und Carolin Ackermann geht näher darauf ein, wie Unternehmer zu einer eigenen Anlage kommen und damit Geld verdienen.





7.-8. November 2022

Empire Riverside Hotel
Konferenzetage „Second Floor“
Bernhard-Nocht-Straße 97
20359 Hamburg

FrISChe HanseGarnelen - Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg bedingen einander

Montag, 7. November, 14:30 Uhr

Rupert Baur, Vorstand HanseGarnelen AG

Für die Mitarbeiter von HanseGarnelen ist es eine Verpflichtung zu einer nachhaltigen Zukunft mit ökologischen Grundsätzen beizutragen, die wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlicher Verantwortung und Schutz der Umwelt verbindet. Wir zeigen als innovatives Unternehmen Flagge gegen Klimaerwärmung, Ressourcenverschwendung, Umweltverschmutzung und für das Tierwohl und gestalten den Trend nach gesunder Ernährung aus einer regionalen Zucht mit. Im Vortrag stelle ich unsere nachhaltigen Konzepte vor und gebe einen Einblick in die Struktur unserer neuen Farm in Glückstadt. Innovation treibt uns als Pionier für frISChe Garnelen voran. In Glückstadt setzen wir einen Meilenstein – von der Aufzucht bis zur Verpackung. Wir zeigen: Es geht frisch, regional und verantwortlich.

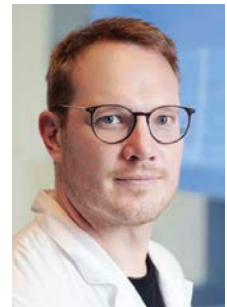


Zellbasierter Fisch - Wie eine neue Technologie helfen kann, den wachsenden Fischbedarf nachhaltig zu decken

Montag, 7. November, 16:00 Uhr

Dr. Sebastian Rakers, Geschäftsführer Bluu Seafood

Bluu Seafood ist das erste Unternehmen Europas, das sich auf die Entwicklung und Herstellung von zellbasiertem Fisch spezialisiert hat. Zellbasierter Fisch oder kultivierter Fisch ist nachhaltiges, aus Fischzellen produziertes Fischfleisch, das im Bioreaktor gezüchtet wird. Als Pionier an der Schnittstelle von Bio- und Lebensmitteltechnologie tritt Bluu Seafood an, um hochwertige, nachhaltige Fischprodukte aus Zellkulturen herzustellen. Ziel ist es, Fisch nachhaltig und kosteneffizient zu produzieren und damit einen deutlichen Beitrag zur Sicherung der zukünftigen Versorgung der Menschheit mit tierischem Protein zu leisten. Wie das funktioniert, erklärt Geschäftsführer und CSO Dr. Sebastian Rakers.

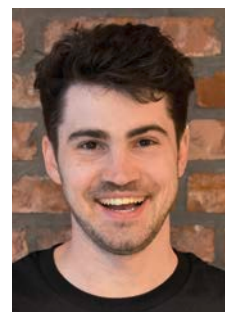


Veganer Fisch aus dem 3-D Drucker

Montag, 7. November, 16:30 Uhr

Robin Simsa, Geschäftsführer Revo Foods

Die Fischproduktion kommt an ihre Grenzen und Konsumenten blicken immer genauer auf Nachhaltigkeit und Gesundheit in ihren Ernährungsgewohnheiten. Gleichzeitig boomen vegane Fleischalternativen. Veganer Fisch? Leider noch immer ein Nischen-Produkt. Dies will das Startup „Revo Foods“ aus Wien nun ändern. Mittels modernster Technik des 3D Lebensmitteldruckes wird veganer Lachs produziert, welcher das Aussehen und die Textur des konventionellen Fisches haargenau wiedergeben kann. Lernen Sie mehr über die revolutionären Möglichkeiten des 3-D Lebensmitteldruckes in der Fischproduktion.





Intelligente Verpackungen – Können wir künftig auf das MHD verzichten?

Dienstag, 8. November, 9:30 Uhr

Prof. Dr. Judith Kreyenschmidt, Hochschule Geisenheim

Im Rahmen des Vortrags werden Ergebnisse des Forschungsprojekts „Intelli-Pack“ präsentiert. Es wird gezeigt, wie Temperatur-Zeit-Indikatoren (TTIs) genutzt werden können, um Kühlketten produktbegleitend zu überwachen und die Resthaltbarkeit von Frischprodukten in Echtzeit zu berechnen. Weiterhin wird diskutiert, ob intelligente Labels das MHD zukünftig ersetzen könnten und welche rechtlichen Punkte zu beachten sind. Zudem wird aufgezeigt, wie TTIs zur Optimierung logistischer Prozesse genutzt werden können. Auch wird die Akzeptanz der Industrie sowie weitere Herausforderungen im Hinblick auf die Implementierung von TTIs diskutiert.



MAK-PAK: Essbare Snackbehälter aus Algen

Dienstag, 8. November, 10:00 Uhr

Prof. Dr. Ramona Bosse, Hochschule Bremerhaven

Die Belastung der Umwelt durch Kunststoffmüll steigt stetig. Um nachhaltige Alternativen zu schaffen, sind Innovationen notwendig. Ziel des Mak-Pak- und Mak-Pak Scale-Up-Projektes sind es, eine nachhaltige und idealerweise essbare Verpackungslösung als Darreichungsform für Lebensmittel im to-go-Bereich zu entwickeln. Das nachhaltige Konzept besticht mit dem Rohstoff Makroalge. Das Zusammenspiel der Hochschule Bremerhaven und des Alfred-Wegener-Institut mit dem Industriepartner Nordsee, Hengstenberg und der ROVAL GmbH hat zur Prototypenentwicklung geführt, die nun die Industrie-Skalierung zum marktfähigen Produkt vorbereiten.



Wie geht es weiter mit dem Außer-Haus-Markt? Der Out-of-Home-Panel der GfK bietet Einblick in die Struktur und Dynamik des AHM nach der Pandemie

Dienstag, 8. November, 11:30 Uhr

Nastassja Mendel, GfK

Ein großer Anteil der Lebensmittelausgaben entfällt auf den Außer-Haus Konsum. Dieser Sektor bietet große Wachstumschancen, denn fast jeder Verbraucher ist auch ein potenzieller Außer-Haus Markt Konsument. Das im Jahr 2020 eingeführte Out-of-Home (OOH) Panel von GfK erfasst den Außer-Haus Konsum von Lebensmitteln und Getränken und bietet einen umfassenden Einblick in die Strukturen und Dynamiken des Marktes. Nastassja Mendel, Senior Consultant bei GfK, wird aktuelle Entwicklungen und Konsumgewohnheiten im Außer-Haus Markt vorstellen. Dabei wird sie auf die Größe der unterschiedlichen Anlässe und Kanäle eingehen und aufzeigen, welche Trends Konsumenten im Außer-Haus Markt aktuell bewegen.





7.-8. November 2022

Empire Riverside Hotel
Konferenzetage „Second Floor“
Bernhard-Nocht-Straße 97
20359 Hamburg

Seafood Studie Deutschland Aktuelle Erkenntnisse über die Kauf- und Konsumgewohnheiten von Fisch in Deutschland

Dienstag, 8. November, 12:00 Uhr

Kristin Pettersen, Norwegian Seafood Council



Seit Jahren bewegt sich der Fischkonsum in Deutschland kaum. Mal steigt er in einem Jahr ein paar hundert Gramm an, mal geht er zurück. Um den zukünftigen Konsum zu steigern, müssen wir verstehen, warum der Fischkonsum, in einer Zeit wo stetig mehr Deutsche auf Fleisch verzichten, nicht steigt. Ebenso, warum Fisch nicht von dem Trend zur Nachhaltigkeit profitiert und selbst eine Pandemie nicht das Konsumverhalten beeinflussen konnte. Um eine Prognose für die Zukunft zu wagen, hat das Norwegian Seafood Council vor, während und nach der Pandemie mehrere repräsentative Studien in Deutschland zu diesen Themen durchgeführt.

Fish-HuG: Verbesserungspotential für den Fischhandel und die Fischgastronomie auf Grundlage eines konsumentenbasierten Bewertungsinstrumentes.

Dienstag, 8. November, 12:30 Uhr

Imke Matullat, Technologie-Transfer-Zentrum



Der Fischkonsum stagniert seit Jahren bei rund 14 kg/Person pro Jahr und weicht deutlich von der Verzehrempfehlung der Fachgesellschaften ab. Es besteht eine Diskrepanz zwischen Verzehrempfehlung und Konsumverhalten, obwohl Fisch und Fischprodukte die Trends wie Convenience, Nachhaltigkeit und Gesundheit gut bedienen. Eine Ursache kann sein, dass die Wünsche und Erwartungen der Verbraucher an den Fischhandel und die -gastronomie nicht erfüllt werden. Das Projekt hat zum Ziel diese zu analysieren und einen Bewertungsmaßstab zu entwickeln, der objektive Qualitätsbeurteilung von Fischrestaurants und fischverarbeitenden Betrieben durch den Verbraucher ermöglicht. Somit erhalten Fischhandel- und -gastronomie ein Werkzeug zur Kundenzufriedenheitsmessung an die Hand, das ihre Wettbewerbsposition stärkt. Der Vortrag beinhaltet die bisherigen Ergebnisse zum Eye Tracking, Face Reader sowie die dazugehörigen Zielgruppenbefragungen.