

Pressemitteilung:

Für die Zukunft entscheiden(d)!

TIEFKÜHLTAGUNG 2024 beleuchtet aktuelle Branchenthemen

Berlin, 5. Juni 2024. Rund 200 Gäste aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Verbänden und Gesellschaft kamen am 4. Juni in Berlin zur TIEFKÜHLTAGUNG 2024 des Deutschen Tiefkühlinstituts e. V. (**dti**) zusammen. Unter dem Motto „Für die Zukunft entscheiden(d)“ diskutierten die Teilnehmer:innen die aktuellsten Branchenthemen und die Lösungsbeiträge von TK für die Herausforderungen der Zukunft.

„TK ist die nachhaltige Zukunftskategorie für unsere Ernährung! Tiefkühlprodukte verbinden Sinn mit Sinnlichkeit und bringen Freude und Leichtigkeit in die Küche und auf den Teller – neben den vielen weiteren unschlagbaren Vorteilen unserer Kategorie“, begrüßte **Markus Mischko**, Geschäftsführer Sales der iglo GmbH, der am Vortag von der **dti**-Mitgliederversammlung als Nachfolger von Bernd Stark zum neuen Vorsitzenden gewählt wurde. „Lassen Sie uns alle gemeinsam daran mitwirken, unsere Branche mit Engagement und Leidenschaft weiter voranzubringen!“

dti-Geschäftsführerin **Sabine Eichner**: „Die TIEFKÜHLTAGUNG ist der wichtigste jährliche Branchentreff der Tiefkühlwirtschaft. Auch diesmal erwarten Sie wieder intensive, inspirierende Impulse für das unternehmerische Geschäft, aber auch ausreichend Gelegenheiten für das persönliche Netzwerken.“

Vorträge der Fachkonferenz beleuchten aktuelle Branchenthemen

Die Vorträge bei der Fachkonferenz beleuchteten Food Trends, Nachhaltigkeit und Künstliche Intelligenz – Themen, die die Branche aktuell beschäftigen.

Der Food- und Nachhaltigkeitsexperte **Daniel Anthes** stellte unter dem Titel „So is(s)t die Zukunft“ die relevanten Megaströmungen Gesundheit, Nachhaltigkeit und Individualisierung vor und zeigte auf, wie sich diese in aktuellen Food Trends wie Planet Health Food oder hyperpersonalisierter Ernährung äußern.

Jörg Reuter, Geschäftsführer der Artprojekt Nature & Nutrition GmbH und Pionier beim Food Campus Berlin, erläuterte, warum er die Planetary Health Diet für ein Antidepressivum gegen Marken-Positionierungs-Burnout hält.

Über die „Konsumkultur des paradoxen Konsumenten“ sprach **Thomas Ebenfeld, Co-Founder und Experte für tiefenpsychologische Marketingforschung bei der concept m research + consulting GmbH**. Er warf einen Blick auf die Fallstricke der Nachhaltigkeitskommunikation und zeigte Wege aus der Konfusion für Marken und die TK-Kategorie auf, um Nachhaltigkeit weniger polarisierend, einfach verständlich und mit Sinn weiterzuentwickeln.

Carl-Otto Gensch, Bereichsleiter Produkte & Stoffströme beim Öko-Institut e. V., erläuterte die strategische Rolle von TK-Umweltbilanzen und die rechtlichen Rahmenbedingungen der Kommunikation dazu. Das Öko-Institut hat 2012 erstmals TK-Klimabilanzen für das **dti** berechnet. 2024 wird die Untersuchung erneut durchgeführt, da sich inzwischen Daten, Methodik und das Umfeld erheblich verändert haben. Der Vergleich soll die Fortschritte der Branche bei der Reduzierung von CO₂-Emissionen aufzeigen und die Branche weiterhin glaubwürdig als verantwortungsvollen und engagierten Akteur für Klimaschutz profilieren.

Lars Heiermann, Director Data Intelligence bei der Conet Solutions GmbH, referierte zur Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) in Unternehmensprozesse. Er erläuterte, wie Unternehmen mit KI Prozesse effizienter gestalten, repetitive Arbeiten für die Mitarbeiter:innen reduzieren und die Kund:innenzufriedenheit erhöhen können. Sein Credo: „KI wird stattfinden – ob die Firmen das wollen oder nicht. Machen Sie einen Wettbewerbsvorteil daraus!“

Wie lassen sich Wertschöpfungsketten mit KI optimieren? Dazu berichtete **Hergen Pargmann, Geschäftsführer der CompanyMind GmbH & Co. KG**. Er stellte Best Practice-Beispiele aus der Lebensmittelbranche vor und zeigte auf, wie sich mit KI „dank eiskalter Effizienz“ Qualität und Produktivität in der TK-Industrie optimieren und Innovationspotenziale im Unternehmen identifizieren und heben lassen können.

Die Keynote „Entscheiden“ von **Jürgen Schulz, Professor für Strategische Kommunikationsplanung an der Universität der Künste Berlin**, hinterfragte schließlich das Leitbild des mündigen Bürgers in der Entscheidungsgesellschaft und erklärte den Zweifel zum „Champagner des Denkens“. Entscheiden mache verantwortlich; Führungskräfte hätten deshalb die Aufgabe, „Möglichkeitsräume“ zu schaffen. Zum Abschluss gab Jürgen Schulz den Gästen noch sieben konkrete Empfehlungen für „fast sichere Fehlentscheidungen“ mit auf den Heimweg.

dti-Mitgliederversammlung wählte neuen Vorstand und Vorsitz

Bereits am Vortag waren die Mitgliedsunternehmen des **dti** zum Auftakt der TIEFKÜHLTAGUNG 2024 zur jährlichen Mitgliederversammlung zusammengekommen. Markus Mischko, Geschäftsführer Sales der iglo GmbH, wurde einstimmig zum neuen Vorstandsvorsitzenden des **dti** gewählt. Er folgt damit auf Bernd Stark, der seit 2017 an der Spitze des Verbandes stand. Als weitere Mitglieder in den neuen Vorstand des **dti** wurden gewählt: Doris Abeln, Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG, David Krause, Agrarfrost GmbH & Co. KG, Frank Huckschlag, Newcold Germany Rheine GmbH, Jan-Peer Laabs, apetito AG, Markus Mischko, iglo GmbH, Simon J. Morris, Salomon FoodWorld GmbH, Thomas Paulus, Original Wagner Pizza GmbH, Sebastian Schlag, bofrost* Dienstleistungs GmbH & Co. KG, Kasper von Bockum, Conditorei Coppenrath & Wiese KG, und Michael Wittwer, Hanna Feinkost AG.

Die nächste TIEFKÜHLTAGUNG findet voraussichtlich am 12. und 13. Mai 2025 statt, der Ort wird noch bekanntgegeben.

Diese Pressemeldung finden Sie auf www.tiefkuehlkost.de.

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) ist die Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der deutschen Tiefkühlwirtschaft und vertritt rund 145 überwiegend mittelständische Unternehmen aus allen Teilen der Tiefkühlkette, von Industrie über Logistik und Handel. Die Tiefkühlwirtschaft in Deutschland steht für einen Umsatz von rund 22 Milliarden Euro und versorgt täglich 80 Millionen Menschen mit frischen, tiefgekühlten Lebensmitteln.

Kontakt:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**)

Nina Kollas

Leitung Kommunikation

Tel.: +49 (0)30 280 93 62-12

E-Mail: kollas@tiefkuehlkost.de

www.tiefkuehlkost.de