

19.06. 2017

PepsiCo präsentiert innovative Food-Startups als Teilnehmer seines neuen Inkubatorprogramms im Bereich Ernährung, Gesundheit und Wellness

Von PPS



Bild Rechte

markenzeichen GmbH

„Frecious“ aus Genf unter den acht europäischen Unternehmen, die als

Finalisten für das erstmalig durchgeführte Programm „Nutrition Greenhouse“ ausgewählt wurden und die Chance auf eine Zusatzförderung in Höhe von EUR 100.000 erhalten

(Frankfurt am Main)(PPS) **PepsiCo hat bekannt gegeben, welche acht Jungunternehmen im Bereich Ernährung, Gesundheit und Wellness die ersten Teilnehmer seines Inkubatorprogramms in Europa sein werden. Das Nutrition-Greenhouse-Programm fördert Unternehmer aus dem Bereich Nahrungsmittel und Getränke. Jedes der acht Unternehmen erhält eine Zuwendung in Höhe von EUR 25.000 und kann an einem sechsmonatigen Partnerprogramm teilnehmen, in dem Experten von PepsiCo sie dabei unterstützen, das Wachstum ihres Unternehmens zu beschleunigen.**

Die acht ausgewählten Unternehmen, von denen eines am Ende des Programms eine weitere Zuwendung in Höhe von EUR 100.000 erhalten wird, sind:

- **Divingmar** (Malaga, Spanien) – Geschmacksverbessernde Proteine, reich an Aminosäuren, die aus Kombu, einem essbaren Seetang, gewonnen werden. divingmar.com
- **Erbology** (London, UK) – Biologische, pflanzenbasierte Vollwertnahrung. Zu den sorgfältig ausgewählten und aufeinander abgestimmten Zutaten zählen etwa Jerusalem-Artischocken voller präbiotischer Ballaststoffe, Sanddorn reich an Omega-7-Fettsäuren und Amaranth mit viel hochwertigem Protein. Erbology kooperiert mit unabhängigen Landwirten. erbology.co.uk
- **Fit Kitchen** (London) – Von Ernährungsexperten entwickelte mikrowellengeeignete, protein- und ballaststoffreiche Fertiggerichte mit niedrigem Kohlenhydratgehalt und einem Energiewert von weniger als 300 kcal. Die von den Küchen des Mittleren Ostens, Thailands, Malaysias und Chinas inspirierten Gerichte können online bestellt werden und werden innerhalb von 72 Stunden ausgeliefert. thefitkitchen.co.uk
- **Frecious** (Genf, Schweiz) – Verzehrfertige, nachhaltig produzierte und handlich verpackte Frucht- und Gemüseprodukte, als Aufstrich auf Brot und Kracker, zur Verwendung im Salat oder als frische Zutat zu Getreide, Eiern, Fisch und Fleisch. frecious.com
- **JIMINI'S** (Montreuil, Frankreich) – Gehaltvolle Snacks aus essbaren Insekten, die in Europa gezüchtet werden, um ihre Qualität sicherzustellen, ihre Herstellung rückverfolgbar zu machen und die Umwelt zu schonen. jiminis.com
- **Nature On Tap Ltd / TAPPED Birch Water** (London) – GEZAPFTES Birkenwasser aus dem Saft der Birke, dem verjüngende Wirkung zugesprochen wird. Dieses Produkt greift Jahrhunderte alte nordische Traditionen auf und ist reich an Nährstoffen und Mineralien und eine natürliche Quelle des Antioxidans Mangan. tappedtrees.com
- **No Fairytales** (Amsterdam, Niederlande) – Die etwas anderen Tortilla Wraps – aus Karotten und Roter Bete. Mit einem Gemüseanteil von 45% sind die Wraps wertvolle Ballaststofflieferanten mit geringem Kaloriengehalt. nofairytales.nl
- **Your Superfoods** (Berlin) – Superfood-Mischung, die Smoothies, Säften, Joghurts, Müsli und Snacks die Extraportion an Nährstoffen verleiht. Hochwertige, nährstoffreiche Vollwertnahrung aus der ganzen Welt, reich an Antioxidantien und Proteinen, für mehr Kraft und ein starkes Immunsystem.

Das Programm „Nutrition Greenhouse“ (nutritiongreenhouse.com) startete im März 2017. Zielgruppe sind Unternehmen, die Nahrungsmittel und Getränke für den europäischen Markt herstellen und deren Umsatz bisher EUR 2 Mio. nicht überschreitet. Kriterien für die Auswahl der Unternehmen waren die Qualität ihrer Produkte und ihrer Marken, die geschäftliche Ausrichtung auf die Gesundheit der Verbraucher, skalierbare Geschäftsmodelle und ihre Alleinstellung auf dem Markt.

Die acht ausgewählten Unternehmen erhalten eine Zuwendung in Höhe von EUR 25.000 und nehmen an einem Partnerprogramm teil, in dem Markenexperten und Fachleute von PepsiCo sie bei der Umsetzung ihres Marktpotenzials unterstützen. Sie arbeiten jeweils in einer Reihe von Präsenz-Workshops und virtuellen Events mit ihrem PepsiCo-Partner zusammen an den unmittelbaren Marktherausforderungen und entwickeln Pläne für schnelleres Wachstum.

Am Ende des Programms erhält dasjenige Unternehmen mit dem vielversprechendsten Marktansatz, der sowohl nachhaltig als auch skalierbar ist, ein Preisgeld in Höhe von EUR 100.000, um die Unternehmensexpansion voranzutreiben.

Das Programm „Nutrition Greenhouse“ ist Teil der PepsiCo-Initiative für offene Innovationsprozesse und die Zusammenarbeit mit Unternehmern und Innovatoren, welche die Nahrungsmittel- und Getränkebranche aktiv mitgestalten wollen. Juan Ignacio Amat, Vice President Nutrition für PepsiCo Westeuropa und Subsahara-Afrika und Leiter des Programms sagt dazu: „PepsiCo hat sich mit Blick auf die Zukunft ständig weiterentwickelt. Wir haben Trendwenden in der Verbraucherlandschaft und in der Geschäftsumgebung vorausgesehen und uns für nachhaltiges Wachstum neu aufgestellt. Wir waren schon vor mehr als 20 Jahren Vorreiter im Bereich Gesundheit und Wellness und wir lernen jeden Tag dazu. Unser Programm „Nutrition Greenhouse“ schafft die Rahmenbedingungen für Kooperationsprojekte mit acht Unternehmen, die ebenfalls die Zukunft der Nahrungsmittel- und Getränkebranche im Blick haben. Zusammen mit meinen anderen Kolleginnen und Kollegen vom PepsiCo-GreenhouseTeam begrüße ich alle acht teilnehmenden Unternehmen – wir freuen uns schon sehr darauf, die Begeisterung und den Elan aller Beteiligten umzusetzen in schnelleres und gleichzeitig nachhaltiges Wachstum für den Bereich nahrhafter Fertigprodukte. Ich bin überzeugt, dass wir alle von dieser Erfahrung profitieren

werden.“

Noemie Delfassy, Gründerin von Frecious (Genf) sagt dazu: “Frecious ist eine neue Marke, deren Ziel es ist, verpackte Nahrungsmittel zu kreieren, die so frisch und nahrhaft wie möglich sind. Unsere Gemüseaufstriche eignen sich zum Genuss in vielen verschiedenen Konsum-Momenten. Wir hatten bereits grossen Erfolg in der Gastronomie, aber wir wissen, dass es für Konsumenten tagtäglich zahlreiche weitere Möglichkeiten gibt, unsere Produkte zu geniessen. Wir möchten jede dieser Gelegenheiten nutzen und freuen uns darauf, gemeinsam mit dem PepsiCo Nutrition Greenhouse Team an unserem weiteren Wachstum zu arbeiten.“

Über die Organisation:

Über PepsiCo

PepsiCo Produkte werden tagtäglich eine Milliarde Mal von Verbrauchern in mehr als 200 Ländern und Regionen weltweit konsumiert. Durch ein umfassendes Portfolio an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker und Tropicana gehören, erzielte PepsiCo 2016 einen Nettoumsatz von mehr als 63 Milliarden US-Dollar. Die Produktpalette von PepsiCo bietet ein breites Sortiment von Nahrungsmitteln und Getränken, darunter 22 verschiedene Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz erzielen.

Kern unserer Geschäftstätigkeit ist „Performance with Purpose“ – d.h. unsere Grundüberzeugung, dass der Erfolg unseres Unternehmens untrennbar mit der Nachhaltigkeit der Welt um uns herum verknüpft ist. Wir sind davon überzeugt, dass die kontinuierliche Verbesserung unserer Produkte, eine verantwortungsvolle Geschäftsführung, der Schutz unseres Planeten und die Eröffnung neuer Möglichkeiten für Menschen in aller Welt die Grundlagen sind, die uns zu einem erfolgreichen, internationalen Unternehmen gemacht haben, das sowohl für die Gesellschaft, in der wir leben, als auch für unsere Aktionäre langfristig Werte schafft. Weitere Informationen finden Sie unter pepsico.com.

Pressekontakt:

markenzeichen GmbH
Monique Koller
Schwedlerstrasse 6

60314 Frankfurt am Main

Kategorie

Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: *<https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/pepsico-praesentiert-innovative-food-startups-als-teilnehmer-seines-neuen>*