

Meatless future

Seminarnummer MD_10

ZIELGRUPPE

Dieses Seminar richtet sich an Geschäftsführer, Führungskräfte und Mitarbeiter aller Hierarchieebenen sowie Trainees. Darüber hinaus sind Fachexperten aus der Fleisch- und Lebensmittelindustrie im Fokus.

NUTZEN UND ZIEL

- ▶ Lernen Sie mit dem Seminar "Meatless Future" eine der top aktuellen disruptiven Innovationen kennen. Neue Technologien bilden die Basis sogenannter disruptiver Ideen und besitzen gleichzeitig Chance und Risiko das bisherige Business Modell vollständig zu verändern.
- ▶ Lernen Sie mit Hilfe agiler Methoden (bspw. Design Thinking, Persona Technik, War Gaming) wie Sie diese Chance bzw. Herausforderung für Sie nutzen können.
- ▶ Sie werden befähigt, Innovationen zu verstehen und sie in Chancen für das Unternehmen zu transformieren.
- ▶ Mit Hilfe der praxisnahen Beispiele lernen Sie kreativ, strukturiert und vor allem kundenorientiert Probleme zu analysieren und zu lösen.

VORAUSSETZUNGEN

Zum Besuch der Veranstaltung sind keine Voraussetzungen notwendig. Jeder am Thema Interessierte kann teilnehmen. Es ist nicht als reines Expertenseminar konzipiert.

Dauer: 1 Tag

INHALTE

- ▶ In den 10er Jahren hat sich mit der Entwicklung von Fleischersatzprodukten ein neuer Trend entwickelt. Weil Unternehmen, aus verschiedensten Bereichen, darin ein zukünftiges Geschäftsmodell sehen, finden riesige Investitionen statt. Welche aktuellen Erkenntnisse es in der Forschung zu alternativen Proteinen gibt und wie die aktuelle Marktentwicklung aussieht erfahren Sie in einem Block dieses Seminars.
- ▶ In einem zweiten Teil werden gesundheitliche Aspekte einer fleischfreien Ernährung beleuchtet bzw. bewertet welche persönlichen Faktoren für den Boom der letzten Jahre relevant sind.
- ▶ Im weiteren Verlauf wird in einem praktischen Teil mit Hilfe der Persona-Methodik die Zielgruppe im Kosmos von Fleischfreien Produkten erarbeitet.
- ▶ Am praktischen Beispiel der Marke *Rügenwalder Mühle* wird betrachtet, welche Aspekte, einen Einfluss auf eine solch radikale Veränderung des Business Modells haben. Mit Hilfe der War Gaming-Methode wird anschließend der Business Case Ihres Unternehmens herausgefordert.

Der Anteil von Theorie zu Praxisübungen beträgt 30/70. Action Learning ist zentraler Bestandteil.