

حلال 0 100% HALAL



TRANSPARENCY, TRACEABILITY AND GLOBAL MARKETING

ONE HALAL - ONE CERTIFICATION. We create values.



4. Europäische Halalkonferenz • 4. Avrupa Helal Konferansı • 4. Européene Halal Conférence

4. Europäische Halal Konferenz

Sonntag, 11. Oktober 2015
Kristallsaal
Eingang West
Von 10:30 bis 16:30 Uhr

DTFOOD
ambassador

german-turkish food & beverage
www.dtfood.de

DTFOOD
Lebensmittelforum

produkte, erhalte und trends
www.dtfood.org



FOODHOUSE
GERMANY

DagangHalal



4. Europäische Halal Konferenz

„One Halal - One Certification“ - *We create values*

11. Oktober 2015 - Von 10:30 bis 16:30 Uhr

„Opening“

- | | |
|-------------|--|
| 10:30–11:00 | Anmeldung – Kaffee |
| 11:00–11:10 | Willkommen zur ANUGA
Lorenz Rau, ANUGA |
| 11:10–11:25 | Halal – Sympathie durch Food
Aiman Mazyek, Zentralrat der Muslime in Deutschland (ZMD) |
| | „Die Welt Halal Verbraucherbarometer – Marktforschung“ |
| 11:25–11:40 | „Welt Halal Supermarket“ und „Halal e-commerce in Europe“
Yusuf Oguz Evler, DTFOODambassador |
| 11:40–12:00 | Malaysia – Ihrer Halal Beschaffungsmittelpunkt
Mr. S. Jai Shangar, MATRADE Malaysia
– Malaysia´s Anstrengung bei der Förderung von Halal-Handel
– Halal Handelsprofile (Wachstumsfelder)
– Herausforderungen
– Weg nach vorne um globale Halal-Handel zu stärken |
| 12:00–12:20 | Norbert Kahmann, Symrise AG |
| 12:20–12:40 | Jürgen Georg Hüniken, VAN HEES GmbH |
| | „Rückverfolgbarkeit und Transparenz – Der goldene Schlüssel zum weltweiten Vertriebs- und Kundenvertrauen“ |
| 12:40–13:00 | Mark Zeller, GS1 Germany |
| | „Der nächste Globale Lebensmittelsicherheit – das Ende vom Anfang“ |
| 13:00–13:20 | OIC / SMIIC 1 Halal Food Konformitätszertifizierungsprozess mit TSE
Özhan Gündüz, TSE (Turkish Standard Institute) |
| 13:30–14:30 | MITTAGESSEN / Halal Fingerfood |
| 14:30–16:30 | „Willkommen auf dem deutschen Markt“* – Marketing & Strategien |
| | Expertenrunde 1 – Voraussetzungen für den Erfolg
Peter Bungenberg, Norbert Reichl, Bärbel Jakobs, Ute-Bärbel Rangnick,
Patrick Pedram Panahandeh, Jochem Wolthuis |
| | Expertenrunde 2 – Gute Produkte, Gute Preise
Marc von Bandemer, Hans Wortelkamp, Dr. Michael Höfelmeier |
| | Ende der Konferenz |
| 16:30–17:30 | Gemeinsamer Besuch von
DTFOODshelfstoreV® „Halal-Supermarket“ auf Passage 02–04, Stand 008 |

All information in this program is preliminary and changes are possible.



Willkommen auf dem deutschen Markt*

Im Anschluss an den 4. Halal Kongress findet im Kristallsaal am 11. Oktober 2015 von 14.30 bis 16.30 Uhr ein Workshop zum Thema „Welcome to German Market“ statt. Auf diesem Workshop soll den Teilnehmern des Kongresses, wie auch interessierten Ausstellern der anuga kurz der deutsche Markt vorgestellt werden, zu den wichtigsten Themen wie Marktstruktur, Liefervoraussetzungen, Zertifizierungen, Besonderheiten und Trends. Foodexperten stellen unter dem Dach des FOODHOUSE Germany im Spot-Referat Fakten und Tipps den Teilnehmern vor. Komprimiert, einfach, nachvollziehbar.

Durch den Workshop führen Y. Oğuz Evler und Peter Bungenberg.

Expertenrunde 1 – Voraussetzungen für den Erfolg

Peter Bungenberg, Norbert Reichl, Bärbel Jakobs, Ute-Bärbel Rangnick, Patrick Pedram Panahandeh, Jochem Wolthuis

- Aufbau deutscher Handel – Struktur und Größe
- Was erwartet der Handel – Zertifikate und Voraussetzungen
- Logistik über die Grenze und in Deutschland, die tägliche Herausforderung Kundenwünsche zu erfüllen – Kurze Vorstellung der logistischen Herausforderungen im internen und externen Warenverkehr. Logistik als Herausforderung im Themengebiet Frische und Qualität.
- Mit neuen, innovativen Produkten und Prozessen werden die Märkte der Zukunft erfolgreich erschlossen. Erst dadurch wird die Zukunftsfähigkeit der Leitbranche Lebensmittel gesichert.
- Der deutsche Markt hat seinen eigenen Geschmack.

Expertenrunde 2 – Gute Produkte, Gute Preise

Marc von Bandemer, Hans Wortelkamp, Dr. Michael Höfelmeier

- Ein gutes Produkt ist nur so gut, wie es von der Zielgruppe wahrgenommen wird. Für einen Markteintritt wird daher immer entscheidender, nicht nur Aufmerksamkeit zu schaffen, sondern auch Mehrwerte zu kommunizieren. In einer Zeit, in der Verbraucher Angebote immer stärker hinterfragen, sind Transparenz und Vertrauensaufbau Grundvoraussetzungen für den Erfolg.
- Was erwartet ein deutscher Einkäufer – vom Produkt bis zur Unterstützung
- "Pricing im deutschen Markt durch intelligente Preisschwellennutzung"
Preisschwellen sind im deutschen Handel schon immer ein bedeutendes Thema, aber welche Preisschwellen sind wirklich relevant? Und welche Botschaften werden dem Verbraucher mit welchen Preisen gesendet?

Expertenrunde 3

Alle Foodexperten stellen sich den Fragen der Teilnehmer. Hierzu teilen sich die Referenten in die einzelnen Themenfelder auf und die Teilnehmer haben die Möglichkeit, Ihre Fragen an die Referenten zu stellen. Hierdurch wird komprimiert die Basis geschaffen, die Aussteller brauchen, sich im Gespräch über den deutschen Markt zu behaupten.

All information in this program is preliminary and changes are possible.

Unser Experten-Team:

Marc von Bandemer ist Geschäftsführer der Public Relations v. Hoyningen-Huene & Partner, einer auf Nahrungs- und Genussmittel spezialisierten PR-Agentur. Das Unternehmen unterstützt seit über 40 Jahren Hersteller in der Kommunikation auf dem deutschen Markt mit dem Fokus Vertriebsunterstützung.

Peter Bungenberg ist Geschäftsführer des Bureau Bungenberg und Mitbegründer des FOODHOUSE Germany. Als Food-Lobbyist bringt er Unternehmen und Produkte nachhaltig auf den deutschen Markt.

Dr. Michael Höfelmeier ist geschäftsführender Gesellschafter der Pluris Consulting, den Spezialisten im Bereich der Verbraucherwahrnehmung, insbesondere der kaufpsychologischen Preiswahrnehmung.

Das Team der ConJaGO **Bärbel Jakobs** hat internationale Erfahrungen in der praxisnahen Weiterbildung und individuellen Beratung. Die Spezialisten bieten eine maßgeschneiderte Vorbereitung auf Audits oder Zertifizierungen, Optimierung von Prozessen auf allen Stufen der Food Chain, Erstellung von Spezifikationen, Category-Management im Bereich Frische.

Patrick Pedram Panahandeh hat langjährige Erfahrung in Flavor Bereich in der Produkt-Entwicklung und - Trends, Flavorist mit eigenem integriertem Food Labor für LM-Produktentwicklungen.

Die Fabur-Fachberatung **Ute-Bärbel Rangnick** steht seit vielen Jahren im grenzüberschreitenden Agro-Business für eine kundenorientierte und praxisnahe Management-Beratung. Unser Fokus liegt auf der Entwicklung von nachhaltigen Konzepten und innovativen Projekten. Alle Stufen der Food Chain von Qualität bis Logistik unterstützen wir mit unserer Dienstleistung.

Norbert Reichl ist Geschäftsführer des Food-Processing Initiative e.V., dem Netzwerk der Lebensmittelhersteller. Der Schwerpunkt liegt auf der Gestaltung von Innovations- und Kooperationsprojekten sowie der Transfer von Forschungsergebnissen in die Praxis

Dipl.-Kfm. Hans Wortelkamp (66) ist Food-Journalist und zugleich als Verleger und Herausgeber von internationalen Food-Fachzeitschriften tätig.

Drs. Jochem Wolthuis ist Deutschland Beauftragter des Dachverbandes niederländischer Fruchthandels- und Gartenbauunternehmen GroentenFruit Huis. Er ist Spezialist für interkulturelle PR, Marketing und Kommunikation und berichtet als Foodjournalist über den NL Frische Lebensmittelmarkt. Er ist Mitbegründer des FOODHOUSE Germany.

Teilnahme ist für Aussteller und Teilnehmer des Kongresses kostenlos – Anmeldung erforderlich.

All information in this program is preliminary and changes are possible.



–Presse–

Vierte Europäische Halal Konferenz und ANUGAWorld Halal Supermarket

Im Rahmen der größten Food und Beverage-Messe ANUGA 10. Bis zum 14. Oktober 2015 findet am 11. Oktober die „4. Europäische Halal Konferenz – One Halal – One Certification. We Create Values“ statt. Initiiert wird die Konferenz von der Messe ANUGA und DTFOODambassador.

Halal Food ist ein Standard, der bei 57 islamischen Ländern und 1,6 Milliarden Muslimen weltweit, bei 51 Millionen Muslimen in Europa und 4,2 Muslimen in Deutschland, in 2010 europaweit ein Marktvolumen von 67 Milliarden Euro und deutschlandweit von fünf bis sechs Milliarden Euro verspricht. Damit ist der Markt, der bis 2025 auf 20 Prozent der weltweiten Nahrungsmittelproduktion angestiegen sein wird, ein weitaus Erfolg versprechender Markt, als beispielsweise das Segment des Kosher-Foods. Die längst überfällige Transparenz und Industrialisierung der Halal-Produkte benötigt eine Zertifizierung, die dem Bedürfnis nach Sicherheit und Qualität von mehr als 4 Millionen Muslimen in Deutschland und mehr als 50 Millionen Muslimen europaweit Rechnung trägt.

Bei allen Perspektiven, die der Halal-Markt Unternehmen und Produkten mit Fokus auf die durchaus interessierte muslimische Welt offeriert, scheitert die praktische Umsetzung und Anbahnung von Geschäftskontakten am fehlenden einheitlichen Marketingkonzeptes und Zertifizierungsstandard in Europa. Hinsichtlich der Zertifizierung ist Malaysia derzeit weltweit führend und erteilt entsprechende Befähigungsnachweise durchaus auch an europäische Unternehmen und Zertifizierer. Diese allerdings agieren nach wie vor nicht einheitlich und für die Industrie hinsichtlich einer verlässlichen Planung nicht nachvollziehbar. Die „4. Europäische Halal-Konferenz“ bezweckt eine zunehmende Sensibilisierung des Themas Halal – nicht nur bei den muslimischen Verbrauchern sondern auch bei Nicht-Muslimen und in der Industrie als gewinnbringende Marktnische.

Außerdem werden auf der Konferenz folgende Aspekte behandelt:

- Transperancy, Traceability
- The Future Trend of Halal Products and Services
- Global Marketing – World Halal Supermarket
- World Halal Sales Network

Was der europäische Lebensmittelmarkt derzeit also dringend benötigt, ist ein einheitliches Agieren der verschiedenen Institutionen bis hin zu einem möglichst einheitlichen europäischen bzw. globalen Marketingstandards. Mehr unter <http://www.goodhalal.org>

Neben der 4. Europäischen Halal Konferenz ist die **ANUGA Halal Supermarket** (Halle 02-04, Stand 008) eine gemeinsame Aktion von DTFOODambassador, FOODHOUSE Germany und DagangHalal aus Malaysia in der Passage zwischen den Hallen 2 und 4 um eine maximale Markenpräsenz und Geschäftsmöglichkeit für hochwertige Halal-Produkte zu erlangen.

Die Vielfalt der Halal Lebensmittel & Getränke sind ein zukunftsweisender Trend im deutschen bzw. europäischen Lebensmittel-Einzelhandel. Vor allem die Vermarktung von Halal-positionierten Produkten gewinnt jedes Jahr an Bedeutung. Ein gut sortiertes Angebot an Spezialitäten aus dem Halal Segment ist eine Atraktion, die zusätzliche Kunden in den Einzelhandel lockt.

Für die Inszenierung kullinarischer Genüsse aus aller Welt mit einem guten Halal-Sortiment stehen im Blickpunkt des DTFOODshelfstoreV®, das erstmals auf der ANUGA 2015 in Köln zu sehen sein wird. Der DTFOODshelfstoreV® „World Halal Supermarket“ ist ein Kaufregal am Point of Sale. Ein Umsatz- und ertragsstarkes Regal, das den LEH ebenso wie die

Konsumnachfrage widerspiegelt. Es bietet dem LEH die Gelegenheit, sein Sortiment an Halal-Produkten zu durchdenken und eventuell auch zu erweitern. Mehr unter <http://www.worldofhalal.de>

Nutzen Sie diese einmalige Gelegenheit auf der ANUGA und registrieren Sie sich jetzt für einen Platz auf der 4. Europäischen Halal Konferenz unter: <http://www.europeanhalalconference.com>

All information in this program is preliminary and changes are possible.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte DTFOODambassador:

Telefon +49 241 980 968 0033

Telefax +49 241 980 968 0023

anuga@dtfood.de

www.dtfood.de

Besuchen Sie unseren DTFOODshelfstoreV® für
„ANUGA Halal Supermarket“ (Passage 02-04 / Stand 008)



All information in this program is preliminary and changes are possible.