

17.05.2018

REWE Start-up Award: „Selo Green Coffee“ überzeugt als innovativstes Produkt

Mehr als 170 Bewerber nehmen am ersten Gründerwettbewerb des Lebensmittelhandels teil



Das Ziel ist es, den internationalen Kaffeehandel zu revolutionieren. Auf diesem Weg hat das Berliner Jungunternehmen „Selo“ nun einen wichtigen Erfolg erzielt und gestern (17.05.) den „REWE Start-up Award“ in Köln gewonnen. Zur Auszeichnung gehört die Aufnahme von „Selo Green Coffee“ ins Sortiment der mehr als 3.000 REWE-Märkte sowie des REWE Lieferservices. Außerdem wird REWE durch Marketingmaßnahmen Selo dabei helfen, deren Produkte bundesweit bekannter zu machen. Bei der Veranstaltung im Kölner Harbour Club gab es darüber hinaus noch weitere Sieger unter den fünf Finalisten: „Hummingbird“ gewann den FitFood Award der FITBOOK-Redaktion sowie „Tales & Tails“ den ZooRoyal Award. Wettbewerbspartner Mondelēz International ermöglicht allen Preisträgern die Teilnahme an einem Start-up Workshop, der dem Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen etablierten und jungen Unternehmen der Foodbranche dient.

„Selo Green Coffee“ ist ein Erfrischungsgetränk aus grünen, nicht gerösteten und biologisch angebauten Kaffeebohnen. Der Flascheninhalt ist so koffeinhaltig wie ein doppelter Espresso, dabei vegan, sehr kalorienarm und frei von Zuckerzusätzen, Aromen und Konservierungsstoffen. Darüber hinaus liegen dem Start-up die Erzeuger in Kolumbien sehr am Herzen, mit denen sie ein enges partnerschaftliches Verhältnis pflegen. So hat sich Selo verpflichtet, einen Teil des Umsatzes in Entwicklungsprojekte zu investieren, die der Kooperative zugutekommen.

„Das Produkt hat einen hervorragenden Geschmack und ist ansprechend, sowohl vom Preis, als auch von der Gestaltung. Darüber hinaus bietet es den Kunden einen Mehrwert, etwas Neues, das es so im Supermarkt noch nicht gibt. Insofern erfüllt Selo mit den drei innovativen Getränkevarianten mustergültig die Voraussetzungen für eine herausragende Brancheninnovation, in der wir großes Marktpotential sehen. Es ist daher nur konsequent, Selo Green Coffee eine Chance in den Regalen unserer REWE-Märkte zu geben“, sagt Hans-Jürgen Moog, der bei REWE für den Einkauf und die Eigenmarken verantwortlich ist. „REWE ist schon lange ein verlässlicher Partner für Gründer. Aktuell ist der Anteil von Food-Start-ups in unseren Märkten noch sehr von regionaler und lokaler Vermarktung geprägt, aber zukünftig wollen wir noch stärker national mit Food-Start-ups wachsen.“

Als innovatives Unternehmen und Pionier im Online-Handel mit Lebensmitteln möchte REWE Startups den Weg zu den Kunden vereinfachen. Daher hat REWE und REWE.de in diesem Jahr als erstes deutsches Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel einen eigenen Gründerpreis initiiert und ist auf großes Interesse gestoßen: Mehr als 170 junge Unternehmen bewarben sich zwischen Februar und April online mit ihren Food- und Getränkeprodukten. In einem Auswahlverfahren wurden fünf Finalisten bestimmt, die sich gestern einer Jury vorstellten. Die Veranstaltung bot den Endrundenteilnehmern die einmalige Chance, ihre Innovation vor Top-Entscheidern eines der größten deutschen Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen und eines weltweiten Markenherstellers sowie einem Fachpublikum aus Einkäufern, REWE-Kaufleuten, Journalisten und Bloggern zu präsentieren. Darüber hinaus hatten alle Finalisten – neben „Selo“ und „Hummingbird“ auch „Oh my Dough“, „Nuri Food“ und „Wildcorn“ (alle mit Sitz in Berlin) – bereits jeweils die Aufnahme ihrer Produkte ins REWE Lieferservice-Sortiment sowie ein Medienpaket sicher.

In der Jury bewerteten neben Hans-Jürgen Moog, REWE-Marketingleiter Dr. Johannes Steegmann, REWE-Kauffrau Stefanie Voigt aus Brandenburg sowie Fridolin Frost, der sich als Managing Director Snacks Mondelēz International bestens mit der Vermarktung international erfolgreicher Marken wie Milka, Oreo oder Philadelphia auskennt, die Finalisten.

„Junge Unternehmen sind heute viel ideenreicher und kreativer als noch vor ein paar Jahren und reagieren blitzschnell auf Ernährungstrends. Nur fehlt es naturgemäß oftmals noch an wichtigen Kontakten, umfangreichem Branchenwissen und der für eine bundesweite Vermarktung notwendigen Professionalität. Mit dem REWE Start-up Award und unseren Partnern haben wir eine zeitgemäße und dauerhafte Plattform für Gründer geschaffen, mit uns ins Gespräch zu kommen, schnell bekannt zu werden und neue Produkte in den Markt zu bringen. Denn wir sind gerne dabei behilflich, Start-ups den Weg zum Kunden zu vereinfachen“, sagt REWE-Marketingleiter Dr. Johannes Steegmann.

„Es ist toll zu sehen, mit welcher Kreativität die Finalisten die Jury überzeugen konnten. Um die Zukunft des Einkaufens gemeinsam zu gestalten, sind Impulse von außen wichtig. Wir lassen uns gerne von den innovativen und unkonventionellen Ideen der jungen Gründer inspirieren. Im Gegenzug

können wir unsere jahrzehntelange Erfahrung und unser Wissen direkt an die Start-ups weitergeben“, erklärt Fridolin Frost, Managing Director Snacks bei Mondelēz International in Deutschland.

Den Sonderpreis „FitFood Award“ des Medienpartners „FITBOOK“, dem digitalen Fitness- und Gesundheitsmagazin, hat das Start-up „Hummingbird“ erhalten. Es produziert so genannte Blendies. Dabei handelt es sich um verschiedene getrocknete Superfoods, die zu kleinen Bällen gepresst sind. Wenn diese zusammen mit etwas Flüssigkeit – zum Beispiel Wasser oder Milch – und Obst und Gemüse in einen Mixer gegeben werden, lassen sich mit ihnen schnell nährstoffreiche Smoothies herstellen.

Über den Sonderpreis „ZooRoyal Award“ freuen sich die Gründerinnen von „Tales & Tails“ aus St. Michaelisdonn. Für den zu REWE gehörenden Onlinehändler für Heimtierbedarf sind die Produkte von „Tales & Tails“ derart innovativ, dass sie ins Sortiment aufgenommen werden. Das Start-up bietet rein aus getrocknetem, isländischem Fisch hergestellte Leckerli und Snacks für Hunde an. Sie sind entsprechend getreide- und zuckerfrei und enthalten keine Konservierungs-, Farb- und Zusatzstoffe sowie Aromen. Außerdem geht mit jeder verkauften Tüte eine Spende an den Förderverein „Animal Hope an Wellness“.

Gründer und ihre Food-Innovationen sind bei REWE natürlich nicht nur während der Bewerbungsphase für den REWE Start-up Award willkommen. Sie können sich in Zukunft jederzeit über die E-Mail-Adresse innovationen@rewe.de melden und werden mit ihrem Anliegen direkt an die jeweilige Fachabteilung vermittelt.

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 21,2 Mrd. Euro (2017), mehr als 120.000 Mitarbeitern und über 3.300 REWE-Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-Kaufleute betrieben.

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2017 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 58 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren 345.000 Beschäftigten und 15.300 Märkten in 21 europäischen Ländern präsent. In Deutschland erwirtschafteten im Jahr 2017 rund 255.000 Mitarbeiter in rund 11.000 Märkten einen Umsatz von 42 Milliarden Euro.

