

1.4 INGREDIENTS

(B2B, beinhaltet Food, Getränke, etc.)

Das Bewusstsein der Menschen für gesunde Ernährung hat in den letzten Jahren verstärkt zugenommen, gerade in Bezug auf die eigene Immunresistenz. Das hat zur Folge, dass die Verbraucher immer mehr darauf achten, welche Lebensmittel sie konsumieren, wo diese herkommen und unter welchen Bedingungen sie hergestellt wurden. Die Transparenz in der Lieferkette spielt dahingehend eine immer größere Bedeutung und dadurch auch die Herkunft der Inhaltsstoffe.

Weiterhin ist festzustellen, dass die Nachfrage nach Bio-Produkten, pflanzlichen Alternativen und gesunden Zusatzstoffen weiter zunimmt. Die aktuelle Pandemie hat diese Entwicklung sicher auch noch beschleunigt, da das Thema Nachhaltigkeit präsenter ist denn je.

Unternehmen aus dem Ingredients-Bereich investieren heute Milliarden in Forschung und Entwicklung innovativer und nachhaltiger Inhalts- und Zusatzstoffe, mit dem Ziel, geschmackvolle und gesunde Produkte zu entwickeln und zeitgleich die Bedenken der Verbraucher hinsichtlich Qualität und Herkunft zu mindern.

Aktuelle Trends sind zudem Produkte, die stark zuckerreduziert sind bzw. aus alternativen Proteinen hergestellt werden.

Das sorgt aktuell natürlich für einen umkämpften Wettbewerb in diesem Marktumfeld, der zuletzt verschiedene Übernahmen und Fusionen erlebt hat. Zu kämpfen hat man allerdings auch hier mit den aktuellen Rohstoffpreisen und den steigenden Kosten für Logistik und Verpackung, was es den Unternehmen erschwert trotz Wachstumstendenzen ihre wirtschaftlichen Ziele zu erreichen.

Der allseits bekannte „war for talents“ herrscht auch in diesem Industriebereich. Vor allem steigt die Nachfrage nach hochqualifizierten Kandidaten in Funktionsbereichen wie R&D, Produktentwicklung, Supply Chain und Nachhaltigkeitsmanagement.

Dadurch ist es umso wichtiger für Unternehmen in diesem Sektor eine klare Vision zu kommunizieren, die an den aktuellen Konsumententrends ausgerichtet ist als auch eine Leidenschaft für Innovation und Nachhaltigkeit an den Tag legt, um die gewünschten Kandidaten an sich zu binden.



Henning Dellschau

Senior Consultant

henning.dellschau@nigelwright.com

M: +49 (0) 151 544 343 96

Tel.: +49 (0) 211 540 108 90