

DEUTSCHER OBST & GEMÜSE KONGRESS

21. | 22.09.2026 DÜSSELDORF

INSIGHTS.
INSPIRATION.
NETWORKING.

Neues Raum-Konzept:
Eine Halle. Ein Marktplatz.
Drei Bühnen.



Berlin 3|4|5 Feb 2027

IT ALL STARTS HERE.

Let's grow together.

BECOME
AN EXHIBITOR



**FRUIT
LOGISTICA**

The leading trade show for the
global fresh produce business.

fruitlogistica.com

FRUITNET

**MESSE
BERLIN**

HERZLICH WILLKOMMEN

Von Kaufentscheidung bis Kennzeichnung, von Regionalität bis Regulierung – die Obst- und Gemüsebranche steht vor Entscheidungen mit langfristiger Wirkung. Veränderte Konsumgewohnheiten, neue Anforderungen an Marketing und Marke, der Wunsch nach Herkunft und Regionalität sowie wachsender wirtschaftlicher Druck prägen die aktuellen Debatten.

Aktuelle Zahlen, Trends und Fakten zum Obst- und Gemüse-Konsum geben Orientierung und zeigen, wo Potenziale liegen. Gleichzeitig verändern PPWR und EmpCo die Spielregeln für Verpackung, Kennzeichnung und Kommunikation – mit direkten Auswirkungen auf Praxis, Prozesse und Positionierung.

Der DOGK 2026 bringt diese Themen kompakt, praxisnah und im direkten Dialog mit den führenden Köpfen der Branche zusammen. Das neue Raumkonzept schafft dafür mehr Nähe, Orientierung und Austausch – auf der Bühne, im Gespräch und im Netzwerk.

Kurzum: Der Deutsche Obst und Gemüse Kongress am 21. und 22. September 2026 in Düsseldorf ist der Treffpunkt für alle, die die Zukunft der Branche aktiv gestalten wollen. Das ausführliche Programm finden Sie auf den folgenden Seiten.

Wir freuen uns auf Sie!

DIE MODERATOREN



- Michael Koch | AMI GmbH
- Kaasten Reh | Fruitnet Media International GmbH
- David Hintzen | GS1 Germany GmbH

DIE VERANSTALTER



**AMI – AGRARMARKT
INFORMATIONSGESELLSCHAFT
MBH**
Dreizehnmorgenweg 10
53175 Bonn

Michael Koch
michael.koch@ami-informiert.de
Tel. +49-228- 33 805-252
www.ami-informiert.de

FRUCHTHANDEL

**FRUITNET MEDIA
INTERNATIONAL GMBH**
Simrockstrasse 64-66
40235 Düsseldorf

Kaasten Reh
kr@fruchthandel.de
Tel. +49-211-99 10 4-10
www.fruchthandel.de



GS1 GERMANY GMBH

Stolberger Straße 108 a
50933 Köln

David Hintzen
david.hintzen@gs1.de
Tel. +49-221-94714-447
www.gs1-germany.de

DIE KOOPERATIONSPARTNER



EINE HALLE. EIN MARKTPLATZ. DREI BÜHNEN.

Das gesamte Programm auf einer Fläche – geballtes Wissen, direkte Kontakte, neue Impulse.

Der DOGK 2026 bekommt ein neues Setup und bringt die Obst- und Gemüsebranche noch enger zusammen. Drei Bühnen mit parallelen Sessions, der DOGK-Marktplatz mit Sponsoren und Ausstellern sowie jede Menge Networking-Möglichkeiten. Alles in einer Halle und ohne lange Wege. So verpassen Sie kein Highlight und sind jederzeit mitten im Geschehen!

DAS NEUE RAUMKONZEPT

Die nummerierten Bereiche zeigen Ihnen auf einen Blick, wo was passiert.
Von Bühnen über den Marktplatz bis hin zu Networking und Catering-Spots.



SPONSOREN MARKTPLATZ

Der Sponsoren Marktplatz befindet sich im Herzen der Veranstaltung. Hier kommen Teilnehmende, Speaker und Sponsoren in einem offenen Setting zusammen. Für Austausch, Begegnungen und direkte Kontakte entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

DREI BÜHNEN MIT PARALLELEN SESSIONS

Der DOGK 2026 setzt erneut auf drei Bühnen, aber bringt in diesem Jahr noch mehr Content auf die Fläche. Mehr Sessions, mehr Perspektiven und mehr Auswahl. Auf der großen Bühne stehen die Key Notes im Mittelpunkt. In den parallelen Sessions geht es auf 3 Bühnen tiefer in die Themen – praxisnah, fokussiert und aus unterschiedlichen Blickwinkeln.



NETWORKING UND CATERING

Hier trifft sich die Branche: am Marktplatz, mitten im Geschehen. Beim Networking und Catering treffen bekannte Gesichter auf neue Kontakte. Impulse aus dem Programm werden direkt weitergedacht.

Montag, 21. September 2026
12.00 – 17.00 Uhr

EXKURSION

PICNIC Fulfillment Center Oberhausen

Erleben Sie bei einer exklusiven Führung das Fulfillment Center von Picnic in Oberhausen. Die Exkursion bietet spannende Einblicke in die Logistik- und Kommissionierungsprozesse eines der führenden Online-Supermärkte Europas und wirft einen Blick in die moderne Lebensmitteldistribution der Zukunft.



18.00 – 19.00 Uhr

WOMEN IN FRESH

Seifenfabrik | Dr. Thompson's | Düsseldorf

Nach dem erfolgreichen Auftakt im vergangenen Jahr geht **Women in Fresh** in die nächste Runde. Ob langjährige Branchenexpertin oder frisch dabei – alle Frauen sind herzlich eingeladen, sich zu vernetzen, Erfahrungen auszutauschen und neue Perspektiven zu gewinnen.



19.30 – 23.00 Uhr

GET-TOGETHER und Verleihung der Fruchthandel Magazin Retail Awards

Seifenfabrik | Dr. Thompson's | Düsseldorf

Nutzen Sie den Abend für persönliche Gespräche und knüpfen Sie wertvolle Kontakte in entspannter Atmosphäre in der Seifenfabrik Dr. Thompson's in Düsseldorf.



Zudem erwartet Sie ab 21.00 Uhr die Verleihung der **Fruchthandel Magazin Retail Awards 2026** sowie die Präsentation der aktuellen YouGov-Verbraucherumfrage durch Niklas Bergmann (YouGov CP Germany GmbH)

09.00 – 09.15 Uhr – Begrüßung



- **Kaasten Reh** | Events & Awards | Fruitnet Media International GmbH
- **David Hintzen** | Senior Manager Industry Engagement | GS1 Germany
- **Michael Koch** | Bereichsleiter Gartenbau | Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH

09.15 – 09.45 Uhr



50 plus und Schluss? Kaufkräftige Zielgruppe mit ungenutztem Potenzial

Marketing im Jugendwahn. Die größte & konsumfreudigste Gruppe in Deutschland ist 50 - 69 Jahre alt, aber stark klischeebehaftet: hilfsbedürftig, bescheiden, markentreu. Stimmt das? Oder steckt in der Zielgruppe deutlich mehr? 50 plus bietet das stärkste Wachstum der nächsten 30 Jahre!

- **Ines Imdahl** | Inhaberin & Geschäftsführerin | rheingold salon

09.45 – 10.15 Uhr



Der Markt: Obst- und Gemüsekonsum in Deutschland – Zahlen, Trends und Fakten

Was läuft gut? Was läuft gar nicht? Wie haben sich Mengen und Preise entwickelt? Welche Themen treiben den Markt? Wie geht es weiter – was sind wichtige Faktoren?

- **Niklas Bergmann** | Senior Consultant | YouGov CP Germany GmbH

10.15 – 10.45 Uhr



So werden Sie den Erwartungen der Verbraucher gerecht – Qualität aus Verbrauchersicht

Die Welt des frischen Obst- und Gemüsehandels ist komplex und voller Herausforderungen. Die Produkte gelangen nicht immer in optimalem Zustand an den POS, was sich unmittelbar auf die Wahrnehmung der Verbraucher auswirkt. Wie erleben Verbraucher frische Produkte? Fundierte Analysen helfen, Faktoren wie Geschmack, Qualität und Frische besser zu verstehen und zu steuern.

- **Karin Gorree** | Business Unit Director | Normec Innovative Fresh B.V.

10.45 – 10.55 Uhr



FRISCHE-QUIZ

- **Jochem Wolthuis** | Duitsland Desk Agri, Food & Flowers

PARALLELES PROGRAMM AUF ALLEN DREI BÜHNEN



11.30 – 12.00 Uhr



Eine Frage der Herkunft – Wie Verbraucher die Umweltfreundlichkeit von Produkten einschätzen

Paprika aus Spanien und Äpfel aus Chile? Wie umweltfreundlich Menschen ein Lebensmittel einschätzen, hängt entscheidend von der Herkunft des Produkts ab – nicht unbedingt von der tatsächlichen Ökobilanz. Das zeigt eine Umfrage von Forschenden der Universität Göttingen. Heimische Produkte werden demnach als besonders umweltfreundlich wahrgenommen. Doch dieser Eindruck kann täuschen. Dorothea Meyer teilt spannende Einblicke in die Ergebnisse der Studie.

- **Dorothea Meyer, M.Sc.** | Doktorandin | Abteilung Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte | Georg-August-Universität Göttingen



ACHTUNG, TikTok Generation! –

Wie sich Obst- und Gemüse Branding neu erfinden muss

Die TikTok-Generation kauft kein Obst, sondern Bedeutung. Geschmack bleibt zentral, doch erst Story, Design und POS machen aus Früchten begehrliche Marken. Wer Relevanz schafft, gewinnt nicht über Preis, sondern über Emotion und Erlebnis.

- **Nuria Pizan** | Brand Builder & Fruit Brand Expert | NUR Brands



In-Store Retail Media: Messbar anders

Retail Media entwickelt sich zur relevanten Werbegattung. Die Industrie fragt: „Was bringt's?“ Gemeinsam zeigen SanLucar und Cyreen, wie Online-Messbarkeit in den stationären Handel kommt und In-Store Retail Media am POS Wirkung sichtbar macht.

- **Ciril Hofmann** | Geschäftsführer | Cyreen GmbH
- **Gianna Carbone** | Brand Manager TM Germany | SanLucar

PARALLELES PROGRAMM AUF ALLEN DREI BÜHNEN



12.00 – 12.20 Uhr



Von Konsumlücken zu Kategorienwachstum: Wie Shopper Insights die Potenziale der Tomatenkategorie sichtbar machen und erschließen

Tomaten zählen zu den beliebtesten Gemüsesorten Europas. Doch zwischen Kauf und Konsum bestehen noch viele ungenutzte Potenziale. Shopper Insights zeigen, wo die größten Chancen für nachhaltiges Kategorienwachstum liegen.

- **Loes van der Velden** | Sales & Marketing Manager | Den Berk Délice



Mit Innovation und bahnbrechender Qualität den Kiwi-Markt neu beleben

Vorstellung einer KI-gestützten Hightech-Reifeprozess-Innovation für Kiwis, die zentrale Herausforderungen der Vermarktung adressiert – von gleichmäßiger Qualität und verzehrfertiger Reife bis zu verbessertem Geschmack und längerer Haltbarkeit.

- **Roland Wirth** | Geschäftsführer | Frigotec GmbH/HappyRipe-Kiwi



Wie KI die Frische-Logistik revolutioniert

Erfahren Sie, wie Shypple mithilfe von KI Logistikprozesse optimiert, die Transparenz verbessert, Abläufe automatisiert und eine intelligentere Entscheidungsfindung unterstützt. Digitale Speditions-lösungen können dabei helfen, schnellere und widerstandsfähigere Lieferketten aufzubauen.

- **Jarell Habets** | Gründer & Geschäftsführer | Shypple B.V.
- **Lisa Kroll** | Business Development Manager Deutschland | Shypple B.V.



12.20 – 12.40 Uhr



Frische unter Druck

Frische wird heute nicht mehr nur bewegt, sondern gesteuert. Wie lassen sich Qualität, Verfügbarkeit, Nachhaltigkeit und Nachweispflichten entlang der gesamten Wertschöpfungskette besser managen? Ein Blick auf datenbasierte Entscheidungen im modernen Frischehandel.

- **Gary Winter** | Geschäftsführer & Inhaber | Blue Ocean Business Software GmbH



Vom Einkaufswagen zur Züchtung: Was Konsumentendaten über Tomaten verraten

Konsumentendaten liefern wertvolle Einblicke in Kaufverhalten, Geschmacksvorlieben und Nutzungssituationen von Tomaten. Diese Erkenntnisse zeigen Markttrends und Verbraucherwünsche auf und geben wichtige Impulse für die Entwicklung zukünftiger Sorten.

- **Johannes Lachmann** | Sales Manager Fruchtgemüse & Hydroponics | Enza Zaden GmbH & Co. KG



360° Ladungsträgermanagement

Jede Kiste erzählt eine Geschichte – wenn die richtigen Daten verfügbar sind. Erleben Sie, wie VisionPorts Warenbewegungen on-the-fly digitalisieren und Unternehmen zu mehr Transparenz, Effizienz und eigener Datenhoheit entlang der gesamten Supply Chain verhelfen.



- **Stefan Zweigler** | Geschäftsführer | Invisium GmbH
- **Tim Kubicek** | Projektleiter Warenwirtschaft | Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG

12.40 – 14.00 Uhr MITTAGSPAUSE • NETWORKING • MARKTPLATZ • LUNCH TOURS

Sponsored by DeRuiter & Bimi® Brokkoli

14.00 – 14.30 Uhr



Geothermie für Gewächshäuser – Sichere Wärme für eine volatile Zukunft

Ein Überblick über die verschiedenen Formen der Geothermie und ihre Einsatzmöglichkeiten im Gartenbau. Am Praxisbeispiel Polling wird gezeigt, wie geothermische Wärme bereits heute erfolgreich zur Versorgung von Gewächshäusern genutzt werden kann. Zudem wird erläutert, welche Schritte Betreiber unternehmen können, um ihre Wärmeversorgung langfristig nachhaltig, wirtschaftlich und unabhängiger von volatilen Energiemärkten aufzustellen.

- **Nico Oesemann** | Projekt Manager | GTE – Geothermische Energie GmbH



PPWR – Die ersten Erfahrungen

Aktuelle und künftige Herausforderungen bei der Umsetzung der PPWR im Obst- und Gemüsehandel.

- **Henning Kleinespel** | Stellvertretender Geschäftsführer & Justiziar | DFHV



PARALLELES PROGRAMM AUF ALLEN DREI BÜHNEN



14.30 – 15.00 Uhr



Pflanzenschutzmittel – Zwischen wissenschaftlicher Bewertung und öffentlicher Wahrnehmung

Risikokommunikation im Pflanzenschutz. Ein Beitrag zur Diskussion der öffentlichen Wahrnehmung.

- **Dr. Suzan Fiack** | Abteilungsleiterin Risikokommunikation | Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR)



Der Countdown läuft – Was die Umsetzung der EmpCo-Richtlinie in der Praxis bedeutet

In 5 Tagen gelten neue Spielregeln für Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation. Neue Spielregeln für „Green Claims“ ab Ende September 2026:

Der Vortrag zeigt, welche Anpassungen jetzt notwendig sind, welche Risiken bestehen und wie Unternehmen ihre Kommunikation rechtssicher aufstellen können.



- **Dr. Daniel Kendziur** | Rechtsanwalt & Partner | SKW Schwarz
- **Joanna Behrend** | Manager Sustainability | GS1 Germany GmbH



Fit für die PPWR: Effizienter Datenaustausch entlang der Lieferkette

Die EU-Verpackungsverordnung (PPWR) stellt Unternehmen vor neue Anforderungen an die Bereitstellung und den Austausch von Verpackungsdaten. Der Vortrag zeigt, welche Informationen künftig entlang der Lieferkette benötigt werden, welche Rolle gemeinsame Standards spielen und wie sich Unternehmen bereits heute auf einen effizienten Datenaustausch vorbereiten können. Anhand aktueller Entwicklungen werden praxisnahe Ansätze für die Umsetzung der PPWR vorgestellt.

- **Alina Ott** | Manager Sustainability | GS1 Germany GmbH

15.00 – 15.30 Uhr KAFFEPAUSE • NETWORKING • MARKTPLATZ



15.30 – 15.40 Uhr FRISCHE-QUIZ

- **Jochem Wolhuis** | Duitsland Desk Agri, Food & Flowers

15.40 – 16.00 Uhr



Die größte Bedrohung für den Obstabsatz wächst gerade heran – Wie die Generation Alpha über die Zukunft unserer Branche entscheidet

Der wichtigste Obstkäufer von morgen ist heute fünf Jahre alt. Der Vortrag zeigt, wie Konsumverhalten entsteht, wie sich Einkaufskörbe verändern und welche Rolle die Generation Alpha für die Zukunft der Obst- und Gemüsebranche spielt.

- **Janina Bembenek** | Leitung Marketing | Obst vom Bodensee Vertriebsgesellschaft



Frischeprodukte und PPWR: Compliance für eine Branche, die nie stillsteht

Warum betrifft die PPWR Obst und Gemüse stärker als jede andere Lebensmittelkategorie? Dieser Vortrag macht klar, worauf es ankommt: strukturierte, wiederverwendbare, rückverfolgbare Daten als Grundlage für lückenlose Produktkonformität.

- **Janina Smaoui** | Partnership Specialist | Simvia



Die Zukunft der Obst- und Gemüselogistik entsteht jetzt!

Warum die Frischelogistik ein neues Automatisierung braucht.

- **Frank Niemietz** | VP Sales | advasolutions SE



16.00 – 16.30 Uhr

Ernährungsumgebungen gestalten: Nudging für gesündere Entscheidungen

Ernährungsumgebungen prägen Entscheidungen stärker als angenommen. Ergebnisse des Uni Bonn Lab inklusive der Lab-Supermarkt-Forschung mit Nudging-Ansätzen.

- **Dr. Dominic Lemken** | Leitung der Professur Sozioökonomik und nachhaltige Ernährung | Universität Bonn



16.30 – 17.00 Uhr

Welche zentralen Datenlücken erschweren derzeit den Einsatz von KI in der Präzisionslandwirtschaft?

Dr. Axel Willekens demonstriert, welche Datenlücken geschlossen werden müssen, um das Potenzial von KI-Innovationen im Präzisionsanbau auszuschöpfen, um sowohl den Ertrag zu steigern, als auch nachhaltiger zu wirtschaften.

- **Dr. Ing. Axel Willekens** | Research Engineer | Flanders Research Institute for Agriculture, Fisheries and Food (ILVO)

17.00 – 17.10 Uhr VERABSCHIEDUNG



AUF EINEN BLICK



VERANSTALTUNGSORT DES KONGRESSES

CCD Stadthalle/Congress Center Düsseldorf
Rotterdamer Str. 141 | 40474 Düsseldorf

TEILNAHMEGEBÜHREN

Normaltarif:	950,- €
Team-Ticket – 4 für 3:	712,50 €
Verbandsmitglieder des DFHV:	790,- €
(zzgl. ges. MwSt.)	

ANMELDUNG

Alexandra Eimansberger, Tel. +49 151 12569747
alexandra.eimansberger@gs1.de

Online anmelden unter **dogkongress.de** oder mit dem nebenstehenden QR-Code



WIR DANKEN UNSEREN SPONSOREN!

GOLD



ENZA ZADEN



SILBER



BRONZE

