

Scale-up präsentiert „One-Click-to-Cart“-Lösung: Wie aus Rezepten in Sekunden Supermarkt-Einkäufe werden

Food Influencers United verwandelt Online-Rezepte in gefüllte Warenkörbe

Mit seiner „One-Click-to-Cart“-Lösung für Rezepte startet [Food Influencers United](#) (FIU) jetzt auf dem deutschen Markt. Die Lösung ist bereits erfolgreich in den Niederlanden im Einsatz, unter anderem mit Marken wie Maggi, Iglo und Bonduelle. Auf dem OMR-Festival 2025 in Hamburg stellte das Scale-up seine Technologie erstmals einem innovationsfreudigen Publikum in Deutschland vor. Zu den ersten deutschen Partnern zählen unter anderem die bekannten Marken Rewe, Knorr und Kraft Heinz.

Alle Zutaten mit einem Klick in den Online-Warenkorb

Immer häufiger wird die Inspiration zum Kochen online gefunden, sei es in Food-Blogs oder auf den Websites der Marken selbst. Die Gründer von FIU haben ein Konzept entwickelt, das Online-Rezepte mit Lebensmittel-Lieferdiensten verknüpft: Durch die Integration des Bestellbuttons „Recipe to Basket“ direkt im Rezeptkontext lassen sich die zusammengestellten Produkte in Sekundenschnelle dem Warenkorb hinzufügen und können so direkt im Online-Supermarkt bestellt werden. So entsteht ein nahtloser Weg vom Scrollen zum Online-Einkauf mit nur einem Klick, der sowohl Zeit spart als auch Stress vermeidet.

Brücke zwischen Content und Conversion

Allein in Deutschland erzielen Rezepte über 4 Milliarden Seitenaufrufe pro Jahr und inspirieren damit Millionen Menschen täglich bei der Suche nach Rezeptideen. Die Technologie von FIU verbindet Content und Einzelhandel, indem Rezeptentdeckungen direkt in gefüllte Warenkörbe umgewandelt werden.

Als Knotenpunkt in einem wachsenden Ökosystem aus Food-Kreatoren, Rezeptplattformen, Marken und Händlern ermöglicht FIU nachkaufbare Rezepte über Websites, Influencer-Channels und Markenplattformen hinweg. So macht FIU den Moment der kulinarischen Inspiration für Marken messbar und nutzbar durch strategische Integration der Produkte, hohe Conversion Rates und eine vereinfachte Consumer Journey.

Auf der OMR in Hamburg haben FIU und Food-Content-Kreatoren zahlreiche Kooperationen angestoßen, um mit authentischen Inhalten entscheidend zur Nutzerbindung beizutragen. Gemeinsam soll der digitale Lebensmittelverkauf emotionaler, einfacher und konversionsstärker gestaltet werden.

Launch mit Rewe, Knorr und Kraft Heinz

Bereits zur Einführung hat FIU erste bekannte Kooperationspartner aus dem deutschen Lebensmittelmarkt gewonnen. Rewe ist als Einzelhandelspartner an Bord. Die Marken [Knorr](#) (Unilever) und [Kraft Heinz](#) sind auf ersten Rezeptseiten integriert.

Kees Meershoek, einer der drei Gründer von Food Influencers United: „Das Food-Marketing in Deutschland ist bereit für Veränderung. Nach überzeugenden Conversion-Kennzahlen in den Niederlanden bringen wir unsere Innovation nach Deutschland. Durch die Platzierung unserer Lösung in Rezepten und die Reduktion des Kaufprozesses auf einen Klick liefern wir sowohl Markenrelevanz als auch messbare Absatzwirkung - entscheidende Komponenten der digitalen Transformation. Wir freuen uns, gemeinsam mit unseren Partnern Teil dieser Reise zu sein. Zusammen können wir bessere Erlebnisse für Marken und Konsument:innen schaffen.“

Alexander Mishutin, Media and Digital Manager Europe and Pacific Developed Markets bei Kraft Heinz: „Nach messbarem Erfolg in den Niederlanden war die Expansion mit Food Influencers United nach Deutschland für Kraft Heinz strategisch zwingend. Ihre Plattform wirkt genau im entscheidenden Moment der Konsumenteninspiration, integriert unsere Marken direkt in Rezepte und ermöglicht die Warenkorb-Conversion mit nur einem Klick - eine Direktverbindung zum Kauf, die klassisches Marketing nicht bieten kann.“

Über Food Influencers United

Food Influencers United (FIU) ist eine innovative Marketing- und Vertriebslösung für den Lebensmittelhandel. Ziel des niederländischen Scale-ups ist es, Lebensmittelmarken und -händler mit erstklassigen Rezeptentwicklern und Influencern zusammenzubringen, um einkaufbare, datengesteuerte Rezeptinhalte zu liefern. Diese sollen Inspirationen in tatsächliche Lebensmittelkäufe umwandeln.