foodward

shaping the future of food

Von Wertschöpfungsketten zu Wertschöpfungsnetzwerken – warum das «Netzwerken» zum Erfolgsfaktor wird

Workshop Thema 3

Wie können lokale Produzenten und Gastronomie zur Innovation der Berglandwirtschaft beitragen und welcher Nutzen resultiert daraus?

Kurzinput von Thomas Bratschi zu

- ✓ Von Wertschöpfungsketten zu Wertschöpfungsnetzwerken – warum das «Netzwerken» zum Erfolgsfaktor wird

Ziele und Fragestellungen

- ✓ Welche Rolle spielt die Gastronomie / FoodBranche in der Innovation der Berglandwirtschaft
- ✓ Feedback zur Idee des FoodLab
- ✓ Rolle und Ziele des FoodLab definieren

Moderation: Thomas Bratschi

9. foodward CAS «Excellence in Food»

Module

Alpine Diversity vs. Similarity

Durchführungsdaten:

- 15.09.2022 - 17.09.2022
- 27.10.2022 - 29.10.2022

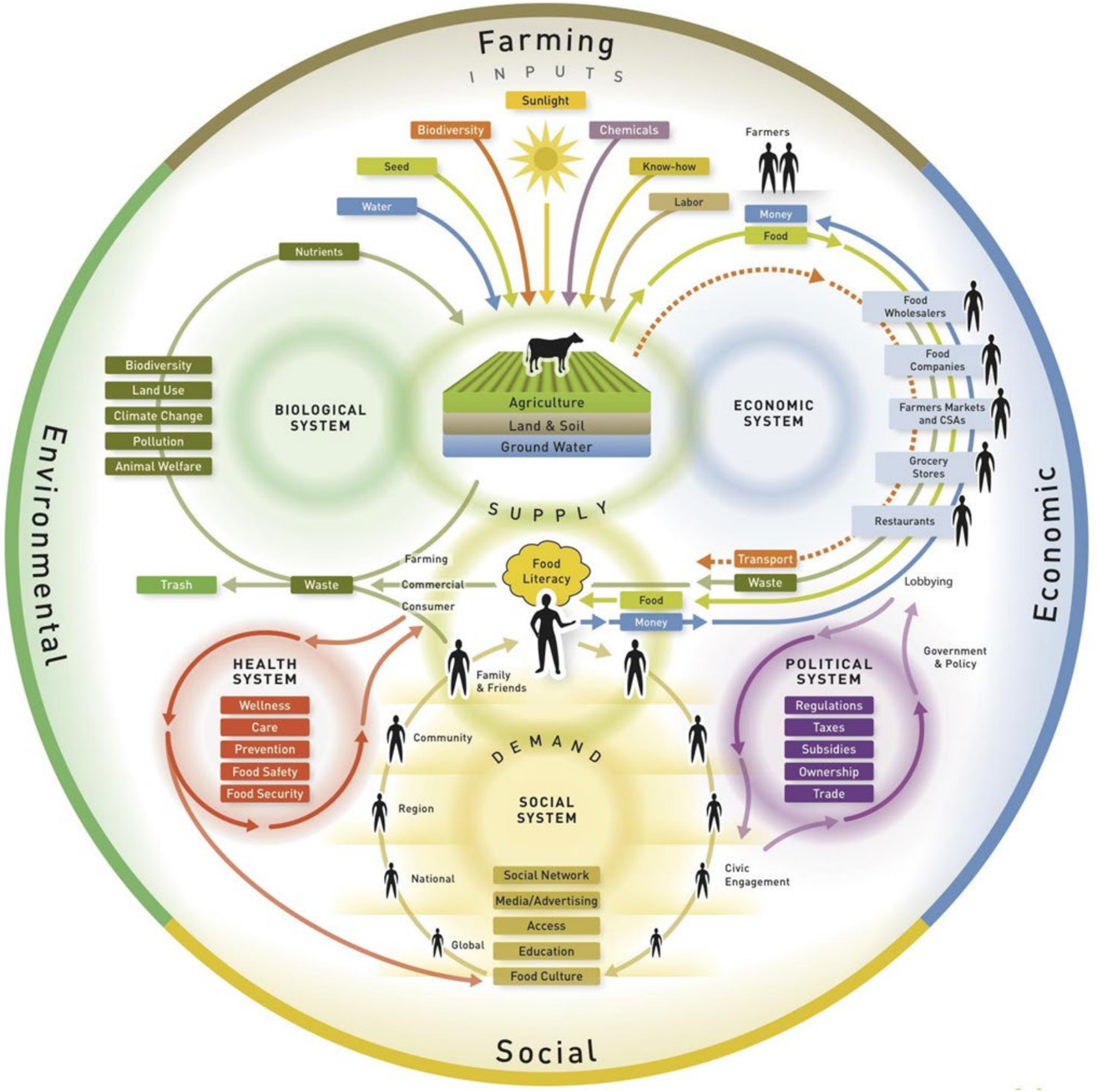
Lokale Wertschöpfungsnetzwerke als Innovationstreiber

Durchführungsdaten:

- 09.02.2023 - 11.02.2023
- 09.03.2023 - 11.02.2023

Story - Telling und kulinarischer Tourismus

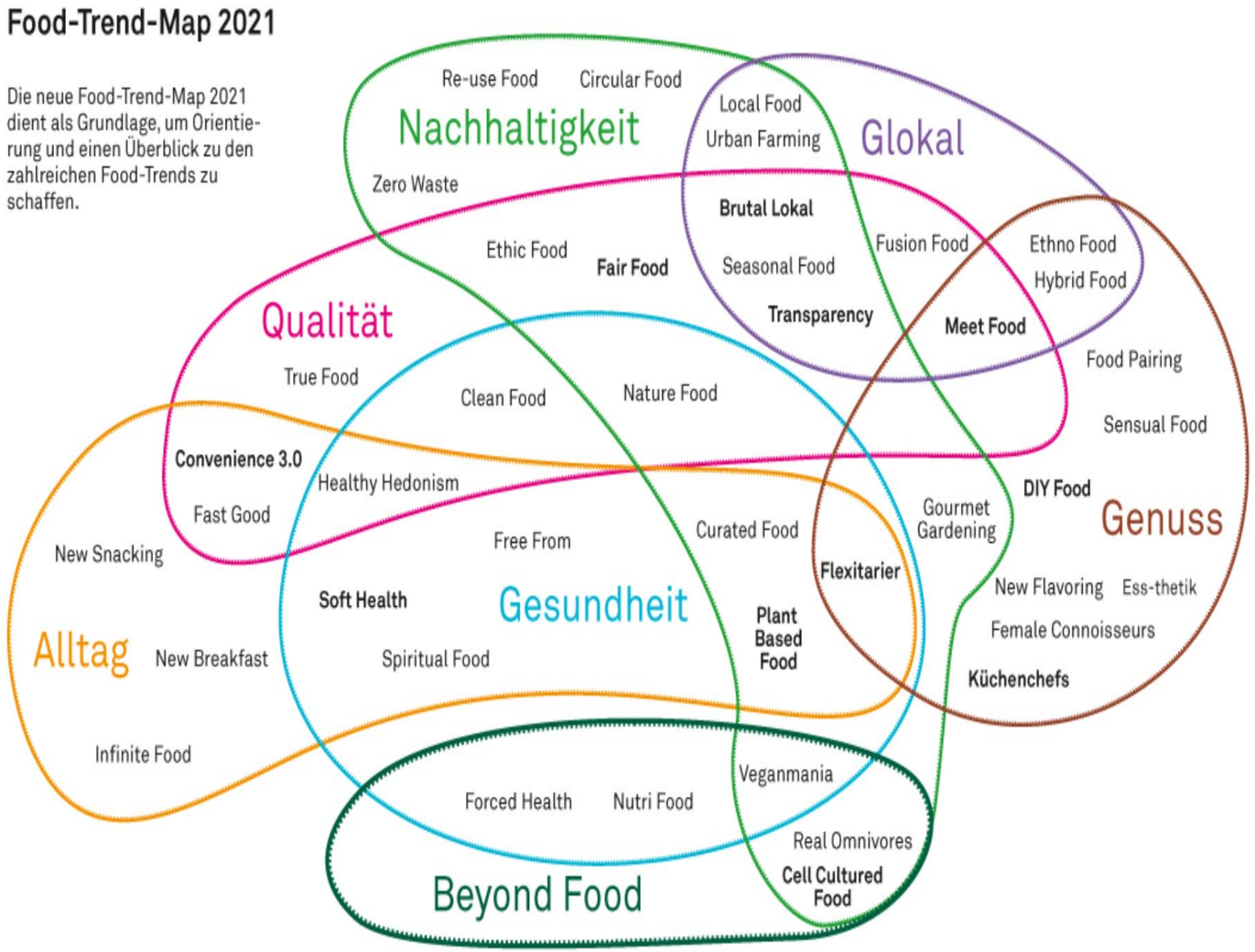
foodward
shaping the future of food



foodward
shaping the future of food

Trends

- Hanni Rützler fasst Food Trends in ihrer Food-Trend-Map zusammen (2022). Wie Abbildung 7 zeigt, bilden Nachhaltigkeit, Glokal, Qualität, Alltag, Gesundheit, Genuss und Beyond Food die grossen Themen (Rützler, 2022).
- Malak-Rawlikowska et al. nennen allgemein die digitale Transformation im Agri-Food-Sektor sowie IT Marketing und online-Detailhandel (2019).
- Jarzebowski et al. nennen als weitere Trends (2020):
  - *Nachfrage nach Lebensmitteln aus lokaler Produktion*
  - *Präferenz der Konsumentinnen für Produkte hoher Qualität*
  - *Präferenz der Konsumentinnen für frische und lokale Produkte*



Food-Trend-Map 2021 gemäss Hanni Rützler

foodward
shaping the future of food

Allgemeines

- Ein nachhaltiges, regionales Lebensmittelnetzwerk ist ein Lebensmittelsystem, das in einem bestimmten geographischen Raum mit engem Bezug zur Konsumentin die ganze Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Konsum von Lebensmitteln abdeckt, wobei von den involvierten Akteuren Prinzipien der Nachhaltigkeit befolgt werden, was der Gemeinschaft in verschiedener Form zugutekommt.

- Regionale Lebensmittelnetzwerke haben das Potential, regionale Unternehmen zu fördern, während die biologische Produktion es aufgrund besserer Margen und tieferer Inputkosten erlaubt, höhere Profite zu erzielen (Schleiffer, 2020). Ausserdem besteht das Potential, dass höhere Profite den Produzentinnen zukommen, dank Auslassen von Zwischenhändlern und dank flexiblerer Vermarktung der Produkte (Schleiffer, 2020).

- Paus betont, dass sich die höhere Wertschöpfung der Produkte durch den Wegfall von Zwischenhändlerinnen nicht zwingend in höheren Preisen für die Konsumentinnen manifestiert (Paus, S. 26).

- Als ökonomische Vorteile nennen Jarzebowski et al. das Generieren von lokalen Arbeitsplätzen, die Förderung von Synergien mit anderen Sektoren, die Erhaltung und das Aufwerten von Kleinbauern, das Verringern von wirtschaftlichen Unsicherheiten sowie das Fördern von lokalen Initiativen z.B. hinsichtlich Ausbildung und Coaching (2020).

Definition Regional

- Malak-Rawlikowska et al. definieren es als ein System, in dem Lebensmittel lokal, in einem relativ kleinen Gebiet, produziert und konsumiert werden (2019). Doch auch für Local Food Systems gibt es keine einheitliche Definition, insbesondere weil es verschiedene Interpretationen für lokal gibt (Enthoven & Van den Broeck, 2021). Enthoven und Van den Broeck führen dazu mehrere Beispiele auf (2021): So bezeichnet ein US-Gesetz als lokales Lebensmittel, eines das innerhalb eines Radius von 400 Meilen produziert und vermarktet wird. Noch weiter geht die kanadische Gesetzgebung. Hier gilt ein Lebensmittel als lokal, wenn es innerhalb der eigenen Provinz hergestellt und verkauft wird, wobei es sogar noch ausserhalb der Herkunftsprovinz verkauft werden darf, solange der Verkaufsort nicht mehr als 50 Kilometer davon entfernt ist. Die EU ist wesentlich restriktiver und definiert die geographische Fläche für ein Local Food System mit einem Radius von bis zu 100 Kilometer.

- «Regionale Produkte werden in grösstmöglicher Nähe zu der Küche produziert, in der sie verbraucht werden.» (Matthies-Umhau, 2005)

Herausforderungen

- **Verarbeitung von landwirtschaftlichen Produkten → Convenience 3.0**
- **Qualitätssicherung**
- **Umgang mit Kleinmengen**
- **Kleinmengenlogistik**
- **Kollaboration**
- **Vollkostenrechnung**
- **Schulung, Wille, Verständnis**
- **➔ Romantisierung funktioniert nicht**

Workshop Thema 3

Wie können lokale Produzenten und Gastronomie zur Innovation der Berglandwirtschaft beitragen und welcher Nutzen resultiert daraus?

Kurzinput von Thomas Bratschi zu

- ✓ Von Wertschöpfungsketten zu Wertschöpfungsnetzwerken – warum das «Netzwerken» zum Erfolgsfaktor wird

Ziele und Fragestellungen

- ✓ Welche Rolle spielt die Gastronomie / FoodBranche in der Innovation der Berglandwirtschaft
- ✓ Feedback zur Idee des FoodLab
- ✓ Rolle und Ziele des FoodLab definieren

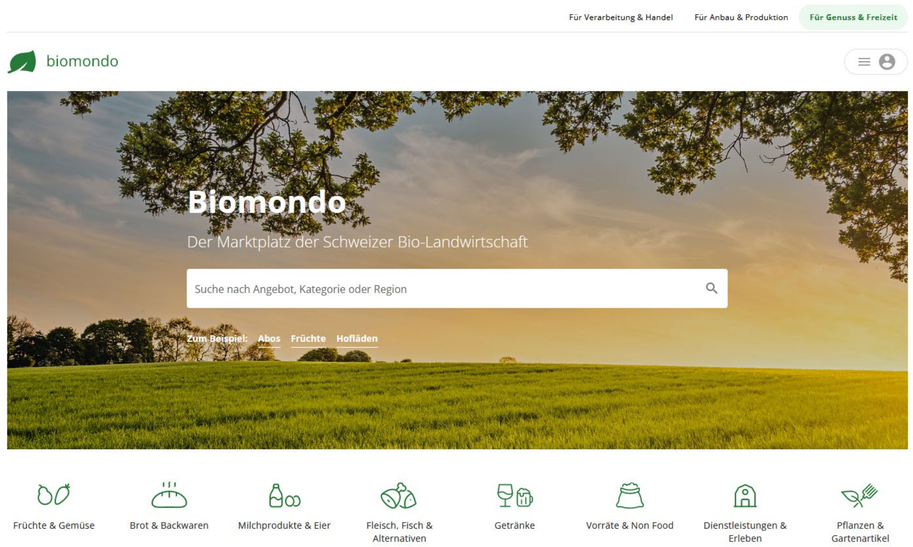
Moderation: Thomas Bratschi

Ablauf

- **13.30 Uhr**: Start in Kleingruppen
- Einstieg ins Thema: 10min Kurzinput plus 5min Fragen (ausser Thema 1)
- anschliessend Diskussion mit Teilnehmer/innen über Fragestellungen
- **14.00 Uhr:** Wechsel der Teilnehmer:innen in 2. Wahlthema (freiwillig)
- **Pause um 14.30 Uhr**

Lösungen

- **Bündelungen → grössere Mengen**
- **Commitments aller Beteiligten**
- **Verankerung in verpflichtenden Rahmengrundsätzen**
- **Bereitschaft zu Investieren**
- **Verpflichtende, freiwillige Charta (regionale Produkte zu fördern, sich an die Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung zu halten, die Gesundheit durch eine ausgewogene Ernährung zu fördern)**
- **Transparente einfache Kommunikation**

Lösungen

- **Weiterbildung (bsp. CAS u.a.)**
- **Bio-Suisse & foodward «Förderung einer nachhaltigen Ess- & Trinkkultur»**
- **biomondo.ch Kollaborationsplattform**