



Quelle: Studie «Swissness Worldwide 2016», ifm-HSG & htp St. Gallen, 2016

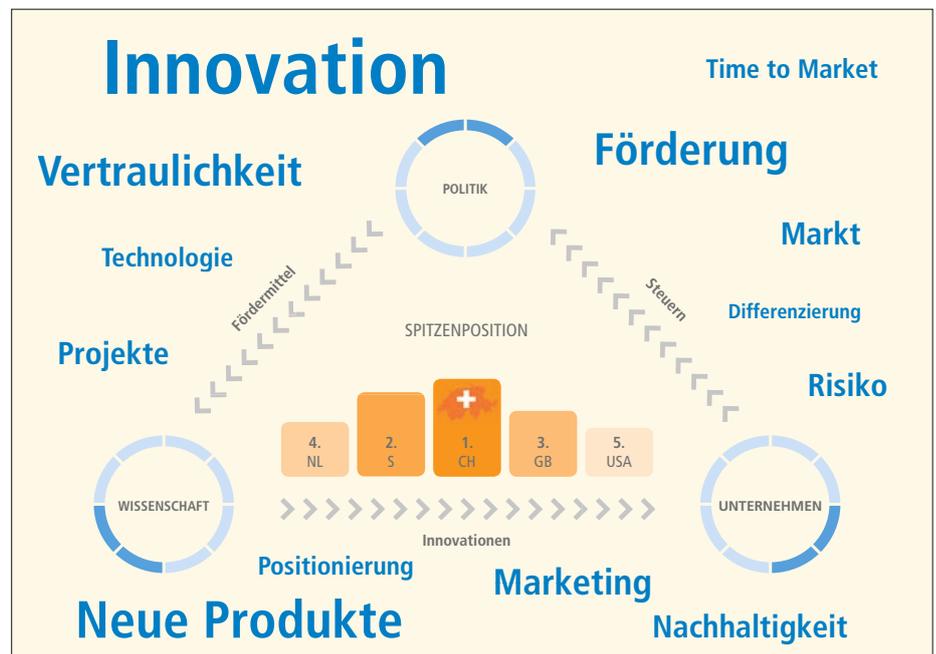
# Hervorragende Forschungslandschaft

Die Schweiz markiert in **Punkto Innovation die Weltspitze: Seit mehreren Jahren in Folge belegt sie Platz 1 des Global Innovation Index (www.globalinnovationindex.org)**. Die **hervorragende Forschungslandschaft in der Schweiz, ist die Basis hierfür. Neben einer Forschungslandschaft braucht es in der Lebensmittelindustrie aber auch die Interaktion mit den Unternehmen, Verbänden und Organisationen.**

Dr. Peter Braun \*

**E**ingebettet in herausragende Fördermöglichkeiten, können so innovative Ideen in erfolgreiche Produkte überführt werden. Das Wichtige erkennen und das Richtige dafür tun, wird zum entscheidenden Element für den Erfolg heute und in der Zukunft. Die Schweiz bietet hier beste Voraussetzungen. Die Vielfältigkeit der Forschungsinstitutionen und die

schnelle räumliche Erreichbarkeit ermöglichen die effiziente Nutzung eines breiten Kompetenzspektrums. Die zielgerichtete Verbindung von Unternehmen und Forschungsinstitutionen ist entscheidend, um dieses breite Spektrum im Sinne der Innovation bestmöglich zu nutzen. Swiss Food Research bildet die Brücke für den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft/Forschung



und Unternehmen. Dadurch kann forschungs-basierte Entwicklung und Markt-orientierung verbunden und in wirtschaft-lichen Erfolg (Innovation) umgesetzt werden. Swiss Food Research hat dazu in den letzten Jahren erfolgreich im Bereich Innovationen für die Agro-Food Branche gearbeitet.

### **Schweizweite Innovationsgruppen**

In Innovationsgruppen werden Themen-schwerpunkte entlang der gesamten Wertschöpfungs- und Verarbeitungskette vom Feld bis zu den Endprodukten («bis zum Teller») und den Konsumenten identi-fiziert. Im Vordergrund stehen dabei tech-nische und naturwissenschaftliche Frage-stellungen, die unter Einbezug aller Wertschöpfungsbeteiligten (Stakehol-dern) gesamtschweizerisch bearbeitet werden. Die Erarbeitung von innovativen Lösungen und Implementierung von neuen Produkten stehen im Zentrum. Damit die Innovationsgruppe fachlich optimal unterstützt wird, bildet eine Steuerungsgruppe, bestehend aus ver-schiedenen Forschungsinstitutionen, den «Kompetenzkern». Entsprechend den Fra-gestellungen, werden weitere Fachkompe-tenzen beigezogen. So können innovative Projekte und Forschungsvorhaben opti-mal bearbeitet werden.

Aktuell arbeiten schweizweit fünf Inno-vationsgruppen zu den Themen Aquakultur, Getreide und Backwaren, Insekten, Kaffee und Verpackung. Die Gruppe Digitalisie-rung im Agro-Food Bereich wurde neu gebildet. Weitere, wie alternative Protein-quellen, Nachhaltigkeit oder Ernährung befinden sich in der Bildung. Seit 2014 fan-den insgesamt 15 Treffen mit 220 Teilneh-menden und 120 Firmen statt. Interessier-te Unternehmen und Institutionen sind stets herzlich willkommen.

### **Innovative Ideen fördern**

Innovationsvorhaben sind eine Investition in die Zukunft mit zum Teil hohem Risiko. Zentrales Element jedes Innovationspro-zesses ist das aktive «managen» des Risi-kos. Im Laufe eines Innovationsprojektes muss das Risiko abnehmen und die Realisierungs-wahrscheinlichkeit zunehmen. Viele innovative Ideen scheitern oft schon an der ersten Finanzierungshürde. Swiss Food Research fördert mit eigenen Mit-teln innovative Ideen in einer frühen Phase, damit Potenziale nicht unentdeckt

bleiben. Ideen aus Innovationsgruppen können so hinsichtlich ihrer Machbarkeit einfach und effizient getestet werden. Seit 2014 wurden von 75 eingereichten Innovationsideen, 40 in einer frühen Phase mit 360 000 Franken gefördert. 80 Prozent dieser geförderten Ideen wurden weiterverfolgt. Die gute Vorauswahl durch ein Expertengremium ist dafür aus-schlaggebend. Aus all dem haben sich bis heute 33 geförderte Forschungsprojekte mit einer Fördersumme von 12 Millionen Franken entwickelt. Der wirtschaftliche Nutzen dieser Projekte beträgt ca. 150 Mil-lionen.

### **Beste Umfeldbedingungen**

Der Ruf der Schweiz ist überdurchschnitt-lich gut. Die Erzeugnisse keines anderen Vergleichslandes werden derart positiv wahrgenommen, wie die der Schweiz. Schweizer Produkte stehen für Natur, Tra-dition, Zuverlässigkeit, Technologie, Spit-zenqualität und Exklusivität/Luxus. Diese Werte müssen nicht mehr explizit kom-muniziert werden, sie sind gelernt. Produk-te aus der Schweiz können von diesen Markenwerten profitieren und haben so bereits gute Startbedingungen. Die Werte müssen aber mit Inhalten hinterlegt wer-den. Hierzu braucht es innovative Ideen. Die Umfeldbedingungen für Forschung und Entwicklung sowohl im anwendungs-nahen als auch im forschungsintensiven Bereich sind in der Schweiz hervorragend. Es herrschen die besten Voraussetzungen, um Ideen in erfolgreiche Innovationen und damit in wirtschaftlichen Erfolg für die beteiligten Unternehmen zu verwan-deln. Innovation umfasst dabei alle Ebe-nen von technischer, über Produkt zu Geschäftsmodell bis zu Marketinginno-vation.

Swiss Food Research unterstützt seine Partner bei allen Fragen zur Innovation und ist die Brücke von der innovativen Idee zur Umsetzung. Es wurde ein starkes Netzwerk aufgebaut, das sowohl national als auch international verbunden ist. Swiss Food Research hat sich damit in der Innovationslandschaft des Schweizer Agro-Food Bereichs etabliert. ■

*\*CEO Swiss Food Research of Food Process Engineering*

## Ursprünglichkeit nach Mass

*Als Nischenproduzent spezialisiert sich Felchlin auf die Herstellung edler Premium-Couverturen und -Füllungen.*

*Felchlin entwickelt und produziert nach Mass und in gewünschter Form, bietet technischen Support vor Ort.*

