

HERAUSFORDERUNGEN DES AGRO-FOOD-ÖKOSYSTEMS UND LÖSUNGSANSÄTZE

ERNÄHRUNG DER ZUKUNFT

Das herkömmliche Ernährungssystem stösst an seine Grenzen und fordert von Gesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft neue Lösungen. Direkte Beziehungen zwischen Unternehmen, Produzent:innen und Konsument:innen sowie Netzwerke für den Wissensaustausch können darin eine Schlüsselrolle spielen. Text: Dr. Lucas Grob CEO Swiss Food Research



Dr. Lucas Grob, CEO
Swiss Food Research

Die wachsende Bevölkerung, die Klimaveränderung, die knapper werdenden Bodenressourcen und die wandelnden Konsumbedürfnisse fordern die Gesellschaft im Hinblick auf das Ernährungssystem heraus. Nach Alternativen wird gesucht. Wie begegnen der Kanton Zürich und speziell das Zürcher Oberland diesen Herausforderungen und welche Chancen ergeben sich gegebenenfalls daraus? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die Studie «Agro-Food-Ökosystem», welche 2023 erschienen ist. Ziel war es, in Zusammenarbeit mit Vertreter:innen aus Wirtschaft und Wissenschaft ein besseres Verständnis dafür zu gewinnen, welche Stärken, Schwächen und Herausforderungen bestehen und wie die Anpassung des Agrar- und Ernährungssystems an künftige Bedingungen gelingen kann.

Agro-Food-Wertschöpfungskette – vielfältige und starke Mischung

Entlang der gesamten Zürcher Agro-Food-Wertschöpfungskette gibt es eine vielfältige, starke und gute Mischung an traditionellen, jungen, grossen und kleinen Unternehmen. Landwirtschaftliche Betriebe, lokale Produzent:innen und eine lebendige Gastronomieszene gehören ebenso dazu wie ein dichtes

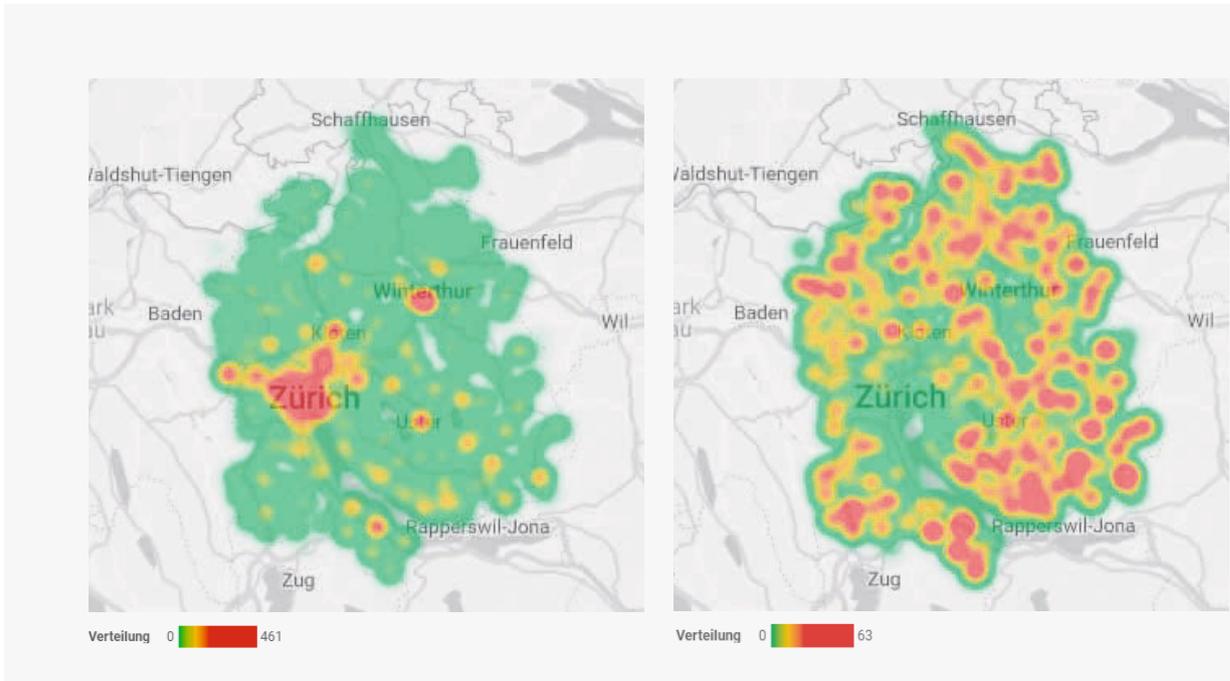
Netzwerk von Detailhändlern und innovativen Kleingeschäften. Zu diesem dynamischen und schnell wachsenden Ökosystem tragen auch die vielen «Spin-offs» wesentlich bei. Diese eigenständigen Unternehmen gingen aus Hochschulen hervor, welche massgebliche Treiber für Innovation sind. Oftmals gibt auch die gegenseitige Inspiration den Anstoss für neue Ansätze und Ideen.

Im Rahmen der erwähnten Studie wurden über 10 800 Unternehmen innerhalb der Lebensmittel-Wertschöpfungskette des Kantons Zürich evaluiert. Ein Blick auf die wichtigsten Positionen innerhalb der Wertschöpfungskette zeigt die geographische Aufteilung von Produktion bis zum Konsum. Die Konsumzentren bilden darin die Städte Zürich und Winterthur. Die landwirtschaftliche Produktion hingegen ist im Umland angesiedelt. Bemerkenswert ist vor allem die starke lokale Zunahme des Lebensmittel-Detailhandels über die letzten fünf Jahre in der Stadt Zürich (+302 Standorte) und im Zürcher Oberland (+77 Standorte).

Regionalen Konsum ankurbeln

Aus der Studie können Empfehlungen abgeleitet werden, wie eine ressourcenschonendere und nachhaltigere Landwirtschaft gefördert und die

Das Zürcher Oberland ist reich an natürlichen Ressourcen wie fruchtbarem Ackerland, Wiesen und Seen. Die gezielte Vermarktung dieser «natürlichen Schätze» soll die Qualität und Frische der regionalen Produkte und den Nachhaltigkeitsaspekt hervorheben.



Verteilung der Betriebe der Agro-Food-Wertschöpfungskette (links) und der Urproduktion der Landwirtschaft (rechts)

Zusammenarbeit mit der verarbeitenden Industrie, Konsument:innen und Forschung gestärkt werden kann. Neben generellen Herausforderungen, die für den ganzen Kanton gelten, gibt es spezifische lokale Herausforderungen. Anzustreben ist ein Gleichgewicht der lokalen Nachfrage und der im Zürcher Oberland produzierten Lebensmittel. Die Förderung des Konsums von diesen regionalen Lebensmitteln könnte dazu beitragen, die Abhängigkeit von externen, nationalen und internationalen Märkten zu verringern. Das Zürcher Oberland ist reich an natürlichen Ressourcen wie fruchtbarem Ackerland, Wiesen und Seen. Die gezielte Vermarktung dieser «natürlichen Schätze» soll die Qualität und Frische der regionalen Produkte und zwingend auch den Nachhaltigkeitsaspekt im Sinne der standortgerechten Produktion mit kurzen Transportwegen, regionalen Arbeitsplätzen usw. hervorheben.

Förderung direkter Beziehungen und Absatzkanäle

Die Stärkung lokaler Lieferketten, zum Beispiel die direkten Beziehungen zwischen Landwirt:innen und lokalen Unternehmen oder zwischen Produzent:innen und Konsument:innen über Märkte oder alternative Begegnungsorte,

könnte die Verfügbarkeit frischer, hochwertiger Produkte sicherstellen und gleichzeitig die lokale Wirtschaft unterstützen. Der Aufbau enger Beziehungen mit den Nachbarregionen ist des Weiteren von entscheidender Bedeutung, um die Reichweite regionaler Produkte zu erhöhen. Durch Zusammenarbeit mit örtlichen Vereinen, Verbänden, Genossenschaften und landwirtschaftlichen Netzwerken kann der Zugang zu Vertriebskanälen optimiert und die Zusammenarbeit erleichtert werden. Die Unterstützung lokaler Produzent:innen fördert das Gemeinschaftsgefühl und die Authentizität regionaler Produkte kann gestärkt werden.

SWISS FOOD RESEARCH

Swiss Food Research ist das grösste Innovationsnetzwerk im Schweizer «Agro-Food-Space». Als unabhängiger und neutraler Verein mit über 200 Mitgliedern aus Forschungsinstitutionen, Unternehmen und Start-Ups sowie nationalen und internationalen Partnernetzwerken, treibt Swiss Food Research Innovationen im Agro-Food-Ökosystem durch Wissens- und Technologietransfer wirksam voran. swissfoodresearch.ch

**Schlüsselrolle
der Konsument:innen**

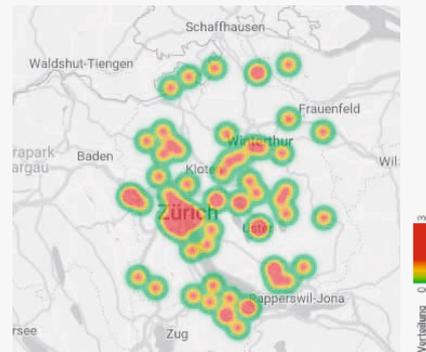
Um geschlossene und nachhaltige Kreisläufe zu erreichen, müssen auch Brücken zu den Konsument:innen gebaut werden. Nur durch deren Beitrag kann die entsprechende Wertschöpfung erzielt und der Mehrwert in der Region behalten werden. Auch in die Entwicklung neuer Produkte sollten die Konsument:innen vermehrt integriert werden. Dadurch erhalten Hersteller:innen nicht nur ein unmittelbares Feedback, sondern fördern gleichzeitig auch das Bewusstsein und Engagement der Käuferschaft für deren Produkte und Anliegen. Die Etablierung von gesamtheitlichen Praktiken und Verfahren zur effizienten Ressourcennutzung, können darüber hinaus helfen, die Transformation voranzutreiben.

**Anlaufstellen für Ideen
und Kontakte**

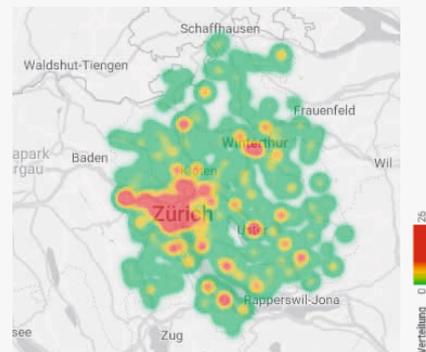
Beim Aufbau von zukunftsorientierten Beziehungen und Partnerschaften ist ein starkes Netzwerk für Unternehmer:innen unerlässlich. Es gibt zahlreiche Anlaufstellen, die einen Mehrwert auf regionaler und nationaler Ebene darstellen können. Zwei Beispiele sind die Förderprogramme «KMU und Innovation» (kmu-innovation.zuerich) und das «Innovationsnetzwerk Ostschweiz» (inos.swiss). Unternehmen erhalten darüber Zugang zu Coaches unterschiedlicher Disziplinen und werden im Innovationsprozess unterstützt.

Auch Netzwerkorganisationen können mit ihrer Arbeit und ihrer Community eine Anknüpfungsmöglichkeit darstellen. Das Innovationsnetzwerk Swiss Food Research beispielsweise bringt seit 15 Jahren Innovation voran und unterstützt Projekte und innovative Ideen im Lebensmittelbereich, um die Transformation des Agrar- und Ernährungssystems aktiv zu begleiten. Hierfür bieten sie eine vielfältige Palette an Dienstleistungen und Anlässen, vernetzen und bilden die Brücke zwischen Forschung und Industrie. Ein grosser Fokus gilt neu dem Einbezug von Konsument:innen. Denn es steht fest: Nur durch die Beteiligung und die Mitgestaltung aller Akteur:innen entlang der Wertschöpfungskette können neue Lösungen geschaffen werden.

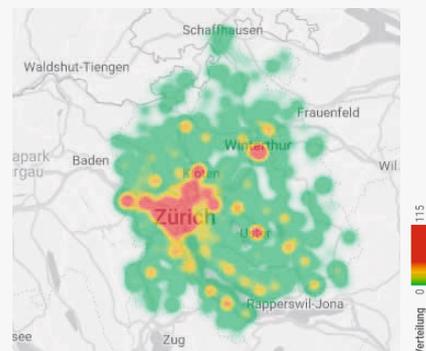
Handel



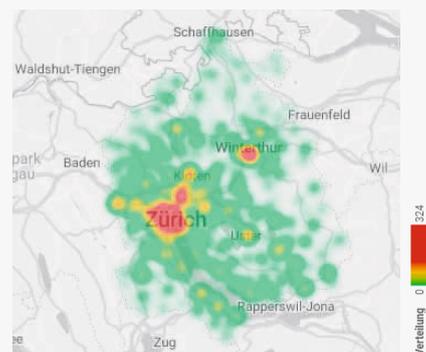
Lebensmittelproduktion



Detailhandel



Gastronomie



Übersicht der Betriebe nach Branchen