



Kompass für den Marktzugang

Die Route2Market-Plattform von Swiss Food Research ermöglicht die strukturierte, praxisnahe Validierung von Innovationen.

► PETER JOSSI

Viele Food-Innovationen scheitern nicht an der Technologie, sondern daran, dass zentrale Marktannahmen zu spät überprüft werden. Produkte werden entwickelt, bevor klar ist, ob die potenzielle Kundschaft diese Neuentwicklungen wirklich will.

Warum klassische Innovationsprogramme scheitern

In vielen Unternehmen wird Innovation durch neue Produkte, neue Konzepte oder neue Narrative als Fortschritt inszeniert. Was fehlt, ist Evidenz. Stattdessen dominiert ein System der Selbstbestätigung: Pitches und interne Reviews erfolgen standardmässig und sauber dokumentiert – aber oft komplett entkoppelt vom Markt.

Um genau dieses Risiko zu reduzieren, hat Swiss Food Research die Plattform Route2Market gestartet. Diese ermöglicht einen strukturierten Zugang zu Partnern aus den Bereichen Gastronomie, Einzelhandel und Lebensmittelproduktion. Food-Innovatoren erhalten damit die Gelegenheit, ihre Produkte, Konzepte und Wertversprechen frühzeitig unter realen Marktbedingungen zu testen. Durch die Ermöglichung einer strukturierten Interaktion mit Marktakteuren in einem frühen Stadium zielt Route2Market darauf ab, kostspielige Fehlritte im späteren Verlauf des Innovationsprozesses zu reduzieren und die Gesamterfolgsquote der Schweizer Lebensmittelinnovation zu stärken.

Challenge Room schafft Klarheit

Im Rahmen der Plattform wurde nun der «Route2Market Call 2026» eröffnet. Der Call versteht sich nicht primär als Förderinstrument, sondern als strukturiertes Programm zur Hypothesenvalidierung und Marktlernphase. Ziel ist es, Innovationsteams dabei zu unterstützen, Annahmen zu testen, zu lernen und ihre Lösungen frühzeitig anzupassen.

Ein zentrales Element des Route2Market Call ist der sogenannte «Challenge Room» – kein Event, sondern ein Instrument. Der Ablauf ist bewusst minimalistisch und effizient:

- kurze Pitches mit Fokus auf Problem, Zielgruppe und Hypothese
- gezielte Rückfragen zur Klärung
- anschliessend Peer-Challenge mit Fokus auf Schwachstellen
- kollektive Bewertung durch die Teilnehmenden selbst

Der Challenge Room ist kein Workshop und kein klassisches Pitch-Format. Er ist ein bewusst reduzierter Prozess, der darauf ausgelegt ist, Denkfehler sichtbar zu machen. Zu Beginn werden Teams gezwungen, ihre Idee auf das Wesentliche zu verdichten: Problem, Zielgruppe, Wertversprechen und zentrale Hypothese.

Darauf folgen gezielte Rückfragen, die weniger der Diskussion dienen als der Präzisierung. Unschärfen werden sichtbar gemacht, Annahmen offengelegt, implizite Logiken explizit gemacht. Der Fokus liegt nicht darauf, die Idee

weiterzuentwickeln, sondern zu verstehen, wo-
 rauf sie tatsächlich basiert. Im Kern des Prozes-
 ses steht die anschliessende Peer-Challenge. Hier
 wird nicht bestätigt, sondern gezielt hinterfragt:
 Ist das Problem wirklich relevant? Ist die Ziel-
 gruppe präzise genug definiert? Ist das Wert-
 versprechen belastbar? Funktioniert die Rou-
 te2Market-Logik ausserhalb der eigenen Argu-
 mentation?

Die anschliessende Bewertung erfolgt durch
 die Teilnehmenden selbst. Entscheidend ist da-
 bei, wer welche Projekte als am nächsten an der
 Marktrealität wahrgenommen hat.

Konkrete Erkenntnisse für den Marktzugang

Foodflows ist ein schweizerisch-brasilianisches
 Unternehmen und Bauern-Kollektiv. Die Alter-
 native zu den traditionellen Lieferketten ver-
 bindet brasilianische Bauern direkt mit europä-
 ischen Konsumenten und Unternehmen.

Matthias König, Gründer und Geschäftsfüh-
 rer, zum aktuellen Fokusegment Kaffee: «Wir
 nehmen eine führende Position beim Upcyc-
 ling von Kaffeekirschen (Cascara), einem Neben-
 produkt im Kaffeeanbau, ein. Der Route2Mar-

ket Call ermöglicht es uns, mit einer breiteren
 Testgruppe unsere Prototypen für handhabbare,
 vielseitig einsetzbare und ökonomisch attraktive
 Formate für die Gastronomie zu validieren, be-
 vor wir in die Produktionsphase eines konkreten
 Produkts gehen. Das resultiert in einer erheb-
 lichen Risikoreduktion.

Mylumio ist eine zuverlässige digitale App zur
 Vermittlung passender Diätprodukte. Sie hilft
 Menschen mit Ernährungseinschränkungen,
 besser zu erkennen und zu verstehen, welche Le-
 bensmittel für sie geeignet sind, damit sie selbst-
 bewusst einkaufen und essen können.

Gründer Benjamin Dobler zu den Beweggrün-
 den in einer entscheidenden Phase am Call teil-
 zunehmen: «Unser Produkt ist bereit für Tests,
 aber noch flexibel genug, um es auf der Grund-
 lage einer evidenzbasierten Validierung hinsicht-
 lich Attraktivität, Nutzung und Marktreife wei-
 ter zu verfeinern. Mithilfe von fachkundiger Be-
 ratung und Marktkenntnissen wollen wir unsere
 Annahmen gründlich überprüfen, blinde Flecken
 aufdecken und ein solides Fundament schaffen,
 bevor wir erhebliche Ressourcen für den Markt-
 eintritt und die Skalierung einsetzen.»

Route2Market Call 2026

Von 17 eingegebenen
 Projekten, die sich für den
 Call beworben haben,
 wurden 7 Projekte für den
 Challenge Room ausge-
 wählt.

- › Upgrain
- › Fabas
- › Foodflows
- › Moonchy
- › AL-ICE Molecular
- › Mylumio
- › Cookd Labs

Die Entwicklung der Un-
 ternehmen und die Um-
 setzung der gewonnenen
 Erkenntnisse werden im
 Rahmen der Folgeausga-
 ben von «Innovation
 Food» und «Lebensmittel-
 Industrie» begleitet.

SWISS FOOD RESEARCH



Ihr Partner für Fleisch und Seafood

Unsere Leidenschaft
 Ihr Gewinn seit 1947



- SPEZIELL FÜR SIE:**
- Bio-Knospe
 - Sous-vide Produkte
 - IP-Suisse Fleisch

