WERT SCHÖP FUNG

Innovationspotenziale für mehr Wertschöpfung in der Landwirtschaft

Ergebnisse einer Analyse

im Auftrag des BMNT

netzwerk zukunftsraum land

LE 14-20

Johanna Rohrhofer, MA

26. Juni 2018

NETZWERK ZUKUNFTSRAUM LAND WIRD FINANZIERT VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM FÜR NACHHALTIGKEIT UND TOURISMUS

LE 14-20 Entwicklung für den Ländlichen Raum

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete

Agenda

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

1. **Zielsetzungen der Analyse** zu den Innovationspotenzialen für mehr Wertschöpfung in der Landwirtschaft
2. **Open Innovation Ansatz** im Erhebungsprozess
3. **Ergebnisse aus der Analyse**

   Wege für die Erhöhung der Wertschöpfung in der Landwirtschaft

   - **Wie** kann künftig **zusammengearbeitet** werden, um mehr Wertschöpfung zu generieren?
   - **Was** soll künftig produziert, veredelt und verkauft werden?

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

1. Ziele der Analyse zu den Innovationspotenzialen für mehr Wertschöpfung in der Landwirtschaft

1. Ziele der Analyse

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

?

Antwort auf zwei Kernfragen:

- Wie kann die österreichische Landwirtschaft die Wertschöpfung bei der **Erzeugung, Verarbeitung/Veredelung und den Vertrieb von Lebensmitteln** künftig erhöhen?
- Welche **Innovationspotenziale** werden nicht oder zu wenig genützt?

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

2. Open Innovation Ansatz im Erhebungsprozess

Erhebungsprozess der Innovationspotenziale

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

- Gezielte, **systematische Einbindung** von externem Wissen
- Fokus auf tatsächliche Bedürfnisse am Markt – hohe Nachfrage
- Gezielte **Fokussierung auf Verarbeitung, KonsumentInnen inklusive Gastronomie**

- Desktop Research: Screening und Analyse von ca. **200 relevanten Sekundärdaten** (Studien, Trendreports, etc.)
- Diskussion mit **30 nationalen Expertinnen und Experten** (Plattform Innovationsstrategie des BMNT und Begleitgruppe Innovation)
- Durchführung von **19 qualitativ hochwertigen ExpertInnen-interviews** (aus Wissenschaft, Wirtschaft, NGOs und Praxis) → durchschnittliche Dauer: 60 Minuten

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

2. Ergebnisse aus der Analyse

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Wege für die Erhöhung der Wertschöpfung in der Landwirtschaft

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Wege für die Erhöhung der Wertschöpfung in der Landwirtschaft

A. Vergrößerung (Skaleneffekte) und Effizienzsteigerung

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Wege für die Erhöhung der Wertschöpfung in der Landwirtschaft

B. Neue Wertschöpfungs- und Geschäftsmodelle

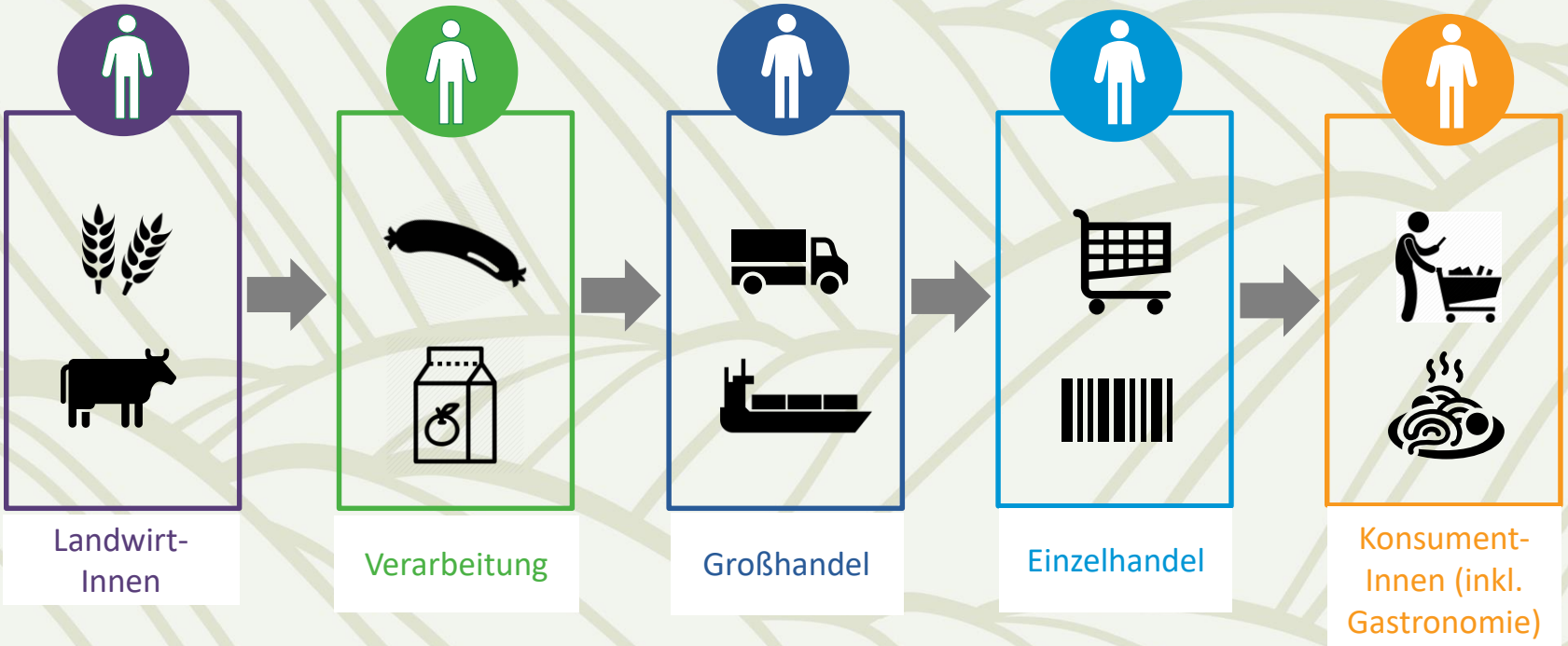
B1: **Wie** kann künftig **zusammengearbeitet** werden, um mehr Wertschöpfung zu generieren?

B2: **Was** soll künftig produziert, veredelt und verkauft werden?

B. Neue Wertschöpfungs- und Geschäftsmodelle adressieren

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

B1: **Wie** kann künftig **zusammengearbeitet** werden, um mehr Wertschöpfung zu generieren?



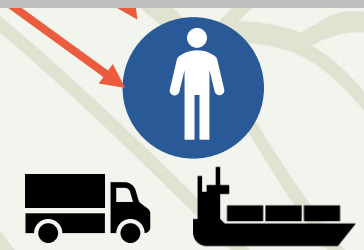
Bisherige Wertschöpfungskette verändert sich …

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

B1: **Wie** kann künftig **zusammengearbeitet** werden, um mehr Wertschöpfung zu generieren?

… und wird zu einem **intelligenten Wertschöpfungsnetzwerk**

Erhöhung der Wertschöpfungstiefe durch **Kooperation und Innovation mit PartnerInnen**



netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Digitalisierung bietet Tools und Mechanismen, um mehr Wertschöpfung mit Lebensmitteln generieren zu können

netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Einige ausgewählte Beispiele

geordnet nach der Positionierung in der Wertschöpfungskette

Produktionsgemeinschaften

pramoleum

netzwerk zukunftsraum land LE 14-20

- **5 LandwirtInnen** in Sigharting und Raab (Oberösterreich)
- 2010 – Ziel: Ölkürbis als **alternative Kultur in der Region** zu etablieren
- Mittlerweile auch **Mohn, Quinoa, Amaranth und Kümmel** als alternative Kulturen entdeckt
- **Breites Partnernetzwerk** z.B. mit Verarbeitern, Vertrieb, Gastronomen aufgebaut

Anbau- und Versorgungsgenossenschaften

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

Gemeinschaft für naturnaher Leben

- Genossenschaft mit **14 Mitgliedern** (Landwirte, Fischer und Gärtner) → Autarkeler eGen
- Leerstehender Hof wurde umfangreich saniert
- Bewirtschaftet werden aktuell **16 Hektar** und zusätzliche Partnerlandwirtinnen und -landwirte mit ihren Flächen
- Errichtung eines **Hofladens – „Hofzeit“**

Regionaler Lebensmittelvertrieb

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

eip-agri
AGRICULTURE & INNOVATION

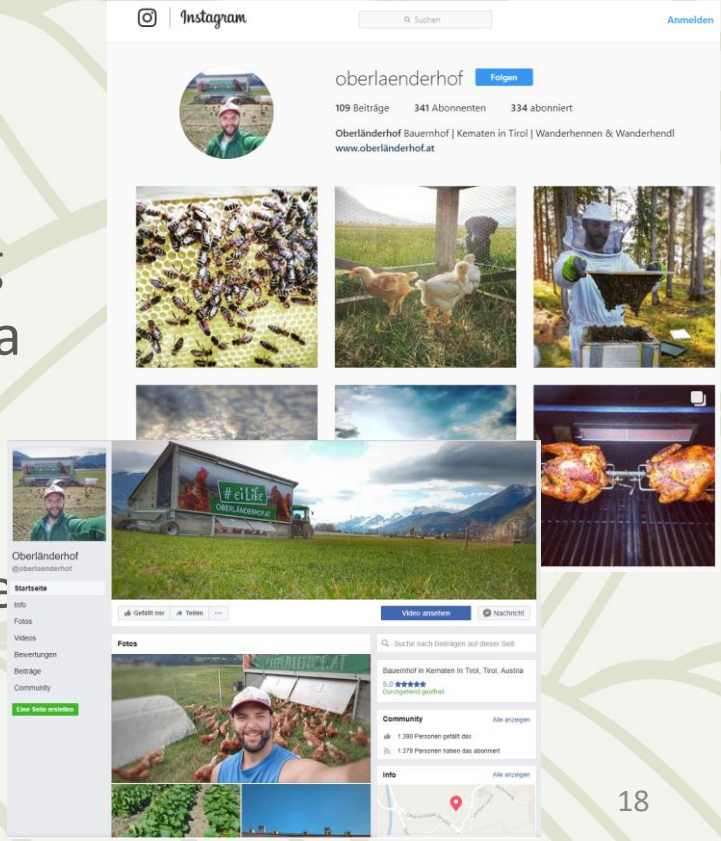
- EIP-AGRI Projekt: **LandLogistik** für das Land Brandenburg
- Partnerschaft zwischen einer **Käserei, einem Software-Hersteller und einer öffentlichen Einrichtung**
- Entwicklung eines neuartigen **Logistik-Konzepts** (Software): Infrastruktur der Region wird gezielt genutzt: z.B. Busse

Regionale Lebensmittelvermarktung an KonsumentInnen

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

Oberländerhof – digitale Kommunikationsstrategie

- Gezielte Vermarktung der Eier durch **strategische Kommunikation** via digitale Medien
- Geschicktes Storytelling in Verbindung mit **zielgruppengenauer Ansprache** via facebook und Instagram
- Inklusive **strategischer Zusammenarbeit** mit der Gastronomie und der Landwirtschaftskammer Tirol



Regionale Lebensmittelvermarktung an KonsumentInnen

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

THE FOOD ASSEMBLY

- **Dachorganisation** von mehreren lokalen **FoodCoops europaweit**→ Hilfestellung für FoodCoops
- Lebensmittel - **möglichst regional** (durchschnittlicher Radius 26 Miles)
- KonsumentInnen **bestellen überwiegend online**
- Wöchentliche Ausgabe an einem Treffpunkt
- LandwirtInnen erhalten durchschnittlich **80 % vom Verkaufspreis** – im Gegensatz dazu bietet der LEH durchschnittlich 15 – 25%
- Durchschnittlich sind die Produkte um **33 % billiger als im LEH**

Regionale Lebensmittelvermarktung an KonsumentInnen

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

gemuesefreude

Community Supported Agriculture (CSA) in Sattledt

- Zusammenschluss von **landwirtschaftlichen Betrieb und rund 70 KonsumentInnen**
- Vor der Saison geben die KonsumentInnen eine **Abnahmegarantie**
- LandwirtIn stellt vorab klar zu welchen **Bedingungen** die Lebensmittel produziert werden – z.B. biologisch
- Fixe Anzahl an AbnehmerInnen teilt eine Saison den **Ertrag, Kosten, Risiken und auch produzierte Überschüsse**
- **Raum für Innovation** z.B. Testfelder in Absprache mit den KonsumentInnen

Regionale Lebensmittelvermarktung an KonsumentInnen

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

Zusammenarbeit mit Großküchen

- Zusammenarbeit zwischen **Großküchen und Kartoffelbetrieben**
- 2015 Zusammenschluss von **6 landwirtschaftlichen Betrieben**
- Produktion von 100 Tonnen Kartoffel mit Gütesiegel
- Nachfrage vom **KH Dornbirn: 20 Tonnen Kartoffel** pro Jahr
- Nachhaltige Produktion und **verringerte Transportwege**
- Stärkung der **regionalen Landwirtschaft**

B2: **Was** soll künftig produziert, veredelt und vermarktet werden?

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

Fokussierung auf tatsächliche Bedürfnisse am Markt:

- Welche Lebensmittel werden **aktuell und künftig** von **Konsumentinnen und Konsumenten** stark nachgefragt?
- Welche tierische und pflanzlichen Urprodukte könnten **aktuell bzw. in Zukunft in Österreich produziert** werden?

Der Hype um gesundes Essen

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

- Monatliche **Ausgaben für Lebensmittel und Essen** in Österreich rund 353 Euro (12 %) weitere 200 Euro monatlich für **Kantine und Gastronomie**
- Für 40 % der ÖsterreicherInnen ist die **Herkunft aus Österreich** ein **zentrales Kaufkriterium** beim Lebensmittelkauf
- **Veränderte Ernährungsgewohnheiten** als Innovationspotenzial für die Landwirtschaft
- Bewusste Ernährung: **Gemüse ist das neue Fleisch**
  - 9 % der ÖsterreicherInnen ernähren sich vegetarisch
  - 2,3 Millionen der ÖsterreicherInnen leben flexitarisch
  - Tierwohl als wichtiges Kriterium beim Kauf von tierischen Produkten

Innovationsfelder mit hohem Wertschöpfungspotenzial

Aktuell bereits hohe Markt-nachfrage

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

Regionale pflanzliche Lebensmittel für moderne Ernährungsstile

- Regionale pflanzliche Eiweißquellen (z.B. Sojaerzeugnisse, Erbsen, Kichererbsen, Pilze, Süßlupine, – auch verarbeitet)
- Regionale pflanzliche Fettquellen (z.B. Hanfsamen, Leinsamen, Nüsse – auch verarbeitet)
- Regionales Gemüse und Obst (Oliven, Kiwi, Melonen, Beeren- und Steinobst – auch verarbeitet, z.B. Trockenfrüchte, geschnitten)

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Gemüse steigt kontinuierlich (1994/95: rd. 86 kg/Jahr, 2014/15: rd. 115 kg/Jahr)
Die Selbstversorgungsquote für Gemüse liegt jedoch lediglich bei 60%.

Quelle: Statistik Austria / AMA-Marketing

„Die Nachfrage nach Gemüse bzw. alternativen Produkten wird steigen – hier gibt noch viel Potenzial auszuschöpfen!“

Quelle: Experteninterview Gastronom

Innovationsfelder mit hohem Wertschöpfungspotenzial

Aktuell bereits hohe Markt-nachfrage

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

2. Regionale tierische Produkte mit hohem Tierwohl

- Trend zum Flexitarismus steigt
- konventionelle Tierhaltung immer häufiger in der gesellschaftlichen Kritik
- Konsumentenanforderungen an tierische Lebensmittel in Bezug auf Herkunft und Haltungsstandard nehmen kontinuierlich zu

„Wir essen nicht mehr viel Fleisch“

Quelle: Hermann Neubuger

„Die Menschen ernähren sich immer bewusster. Viele verzichten auf Fleisch und wenn man Fleisch isst, dann will man wissen, wo es herkommt, dass es gut gehalten wurde.“

Quelle: Experteninterview Gastronom

Innovationsfelder mit hohem Wertschöpfungspotenzial

Nach-frage am Markt wächst

netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

3. Landwirtschaftliche Produkte angepasst an neue klimatische Bedingungen

- Klimaangepasste Pflanzenzüchtungen im Acker-, Obst- und Gemüsebau
- Wiederentdeckung bzw. Weiterentwicklung alter Sorten
- Neue regionale (Nischen-) Produkte (z.B. Kiwi und Mandel im Weinviertel, Zitronen in Kärnten, Reis in Seewinkel)

„Trockenheit wird in einigen Regionen Österreichs zunehmen, Extremwetterer-eignisse wiederum in anderen Regionen. Generell wird die Bedeutung von Bewässerung zunehmen, aber es braucht auch einen Sortenwandel und neue Kulturpflanzen. (…) Künftig wird der Anbau von neuen Kulturen bzw. Sorten, wie z.B. Oliven vereinzelt möglich sein. Es gibt bereits erste Experimente.“

Quelle: Experteninterview Klimaforscher

„Vom ökonomischen und ökologischen Standpunkt her sollte in Zukunft wieder auf regionalere Sorten zurückgegriffen werden.“

Quelle: Experteninterview NGO-Vertreterin

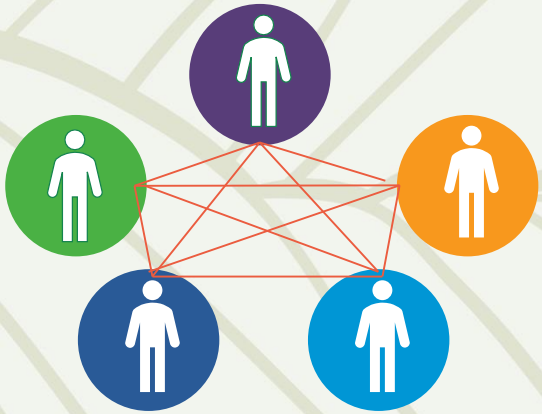
netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Wertschöpfung in der landwirtschaftlichen Lebensmittelprodukten

Aufbau von branchen- und sektorübergreifenden Wertschöpfungs-netzwerken

Innovationsprozess:
Was soll künftig produziert, veredelt und vermarktet werden?

Umsetzung:
Wie kann künftig **zusammengearbeitet** werden?



netzwerk
zukunftsraum
land
LE 14-20

Danke für Ihre Aufmerksamkeit