

Forschungsmarkt
regiosuisse & Tagung
Regionalentwicklung
2014

Zusammenfassung
Thementisch

Wertschöpfung mit regionalen Lebensmittelprodukten und Tourismus

Dr. Andreas Hochuli und Esther Hidber (Berner Fachhochschule BFH)

Die Fachgruppe Agrarwirtschaft der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) hat im Rahmen des Programms «San Gottardo 2020» eine Studie über das Wertschöpfungspotenzial von regionalen Lebensmittel-Spezialitäten und agrotouristischen Dienstleistungen in der Gotthardregion erarbeitet. Der Untersuchungsperimeter umfasste den Kanton Uri, die Bezirke Surselva im Kanton Graubünden und Goms im Kanton Wallis sowie die Region Bellinzona und Tre Valli im Tessin.

Diese Studie diente als Grundlage für die Diskussionsrunde anlässlich des «Forschungsmarkt regiosuisse & Tagung Regionalentwicklung 2014» vom 24. September 2014 in Luzern. Folgende Fragen wurden hierbei zur Eröffnung der Diskussion gestellt:

- Wie kann die Wertschöpfung mit Innovationen erhöht werden?
- Wie kann die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren in der Regionalentwicklung gefördert werden?

Zusammenfassung der Diskussion:

Wie kann die Wertschöpfung mit Innovationen erhöht werden?

Die Wertschöpfung von Lebensmittelrohstoffen kann durch die Veredelung verbessert werden. Um konkurrenzfähig zu bleiben, müssen zudem die regionalen Verarbeitungskapazitäten erhöht werden. Des Weiteren ist ein Markenaufbau sowohl für das Produkt und die ganze Region essentiell. Um bestehendes Know-how in der Verarbeitung und im Aufbau eines Labels abzuholen, ist die Akquisition eines etablierten Unternehmens, welches das unternehmerische Risiko kennt, zu prüfen. Die Firma kann auch von ausserhalb der Region stammen. So könnte zum Beispiel das Tessiner Unternehmen «Lati» eine Zweifiliale im Kanton Uri aufbauen, da «Lati» bereits Milch aus dem Kanton Uri bezieht. Dabei ist darauf zu achten, dass das Unternehmen in der Region verankert wird.

Weiter ist durch vermehrtes Eingehen auf Kundenwünsche die Produktion der Nachfrage anzupassen. Zum Beispiel gilt es, die Bedürfnisse der Touristen im Bereich Lebensmittelspezialitäten abzuklären. Wie die Studie San Gottardo aufzeigte, besteht ein grosses touristisches Potenzial für den Umsatz von lokalen Produk-

Thementische am Forschungsmarkt regiosuisse

Thementische sind Diskussionsrunden am regiosuisse-Forschungsmarkt, in denen aktuelle Forschungsthemen der Regionalentwicklung diskutiert werden. Sie bieten den Teilnehmenden einerseits die Möglichkeit, sich aktiv an der Veranstaltung zu beteiligen. Andererseits erhalten Forschende als Themenpaten die Chance, sich konkrete Inputs und Feedback zu ihren jeweiligen Forschungsthemen zu holen.

Die Zusammenfassung der Thementische wird durch die jeweiligen Forschenden selbst verfasst und gibt einen vertieften Einblick in die am Forschungsmarkt erfolgte Diskussion. Die Aussagen reflektieren die Meinungen der Themenpaten und müssen sich nicht mit den Ansichten von regiosuisse decken. Auf eine Übersetzung wird verzichtet.

Weitere Informationen zum Forschungsmarkt und zur Tagung Regionalentwicklung unter: www.regiosuisse.ch

ten. Dabei spielt die Qualität und Identität der Produkte eine wichtige Rolle. So möchte der Tourist, wenn möglich, seinen Käse direkt auf der Alp beziehen.

Ebenso wichtig ist es, auch die Lebensmittelspezialitäten direkt an den Kunden zu bringen. Da sich die Gastronomie dafür besonders gut eignen würde, ist eine Zusammenarbeit mit ihr anzustreben. Beispielsweise setzt sich im Puschlav der Wirteverband erfolgreich dafür ein, regionale Produkte in der Gastronomie zu fördern. Oder im Südtirol wird anhand eines Restaurantführers auf Wirtshäuser aufmerksam gemacht, die mit lokalen Produkten kochen. Dabei handelt es sich um Produkte mit Wiedererkennungswert.

Wie kann die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren in der Regionalentwicklung gefördert werden?

Eine grosse Herausforderung bei lokalen Produkten ist die Logistik. So haben sich einzelne Bauern am Beispiel «Napfmilch» zu einer Gemeinschaft zusammengeschlossen und konnten dadurch das «Logistikproblem» lösen. Dies illustriert, wie wichtig für eine Zusammenarbeit der Aufbau einer Struktur, einer Zusammenarbeitsform (z.B. Genossenschaft, Korporation usw.) und eines regionalen Bewusstseins ist. Es braucht dazu jemanden (Ansprechperson), der mit Engagement und mit einem unternehmerischen Denken die Sache in die Hand nimmt. Weiter ist es wichtig, vorgängig zu klären, wer welchen Beitrag dazu leisten kann bzw. will und danach die Aufgaben entsprechend zu verteilen und zu organisieren.

Eine erfolgreiche Zusammenarbeit kann sowohl die Region fördern, als auch weitere regionale Akteure motivieren, mitzumachen. Unter anderem ist aber auch zu beachten, dass eine Regionalentwicklung über verschiedene Regionen mit unterschiedlichen Sprachen, Mentalitäten und Funktionalitäten die Zusammenarbeit erschweren kann.