



Next Generation Lab – Design your future region! Ein Rück-Ein-Ausblick

Thomas Probst, regiosuisse

formation-regiosuisse-Konferenz, 28. April 2021

Im Auftrag von



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO



Was **bewegt**
junge Erwachsene
in den Regionen?

Next Generation Lab

Wie können sie eine
lebenswerte Zukunft
mitgestalten?

24.06.2020
Hause Ittlingen / TG

KONFERENZCONF R
ENCE CONFERENZA

Wie können sie **neue**
Impulse für die
Regionalentwicklung
setzen?

Warum ein Next Generation Lab?

Drei Thesen

1. Zukunftsfähige Regionen brauchen eine engagierte Next Generation.
2. Die Next Generation braucht Support für ein gezieltes regionales Engagement. Vor allem in den ländlichen Räumen und Berggebieten.
3. Eine neue Aufgabe für die Regionalentwicklung. Die Next Generation war bisher nicht auf dem Radar.

Next Generation Lab 2020

Un essai de format co-créatif et virtuel



Motiver les jeunes adultes à s'impliquer dans le développement de leur région



Développer et approfondir les **idées concrètes et les solutions proposées aux régions**



Apporter un souffle **d'air frais au développement régional** grâce à l'approche de l'innovation et de la co-crédation



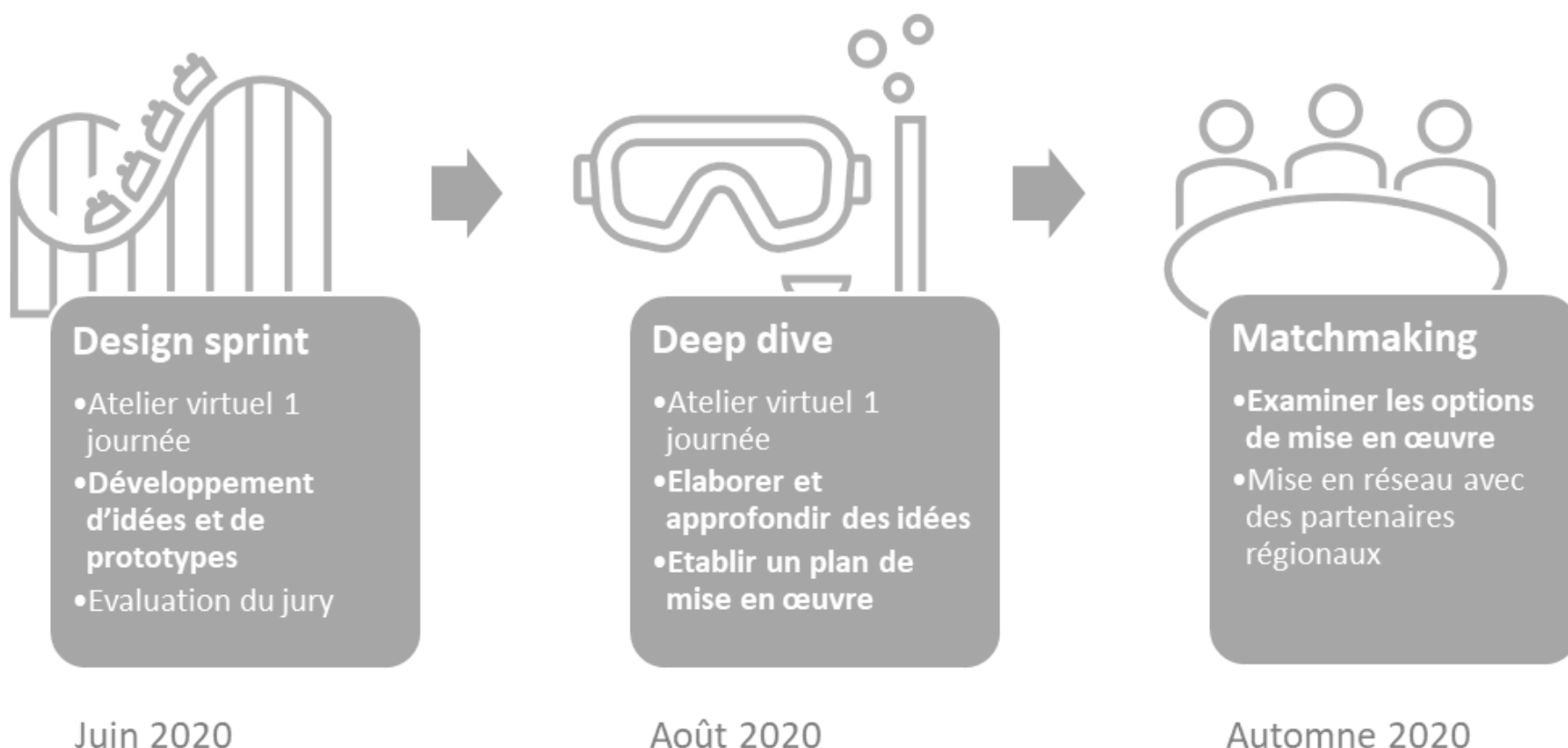
Montrer comment le développement de projets peut se faire **indépendamment de la distance**



Réinjecter les enseignements dans **le réseau de développement régional**

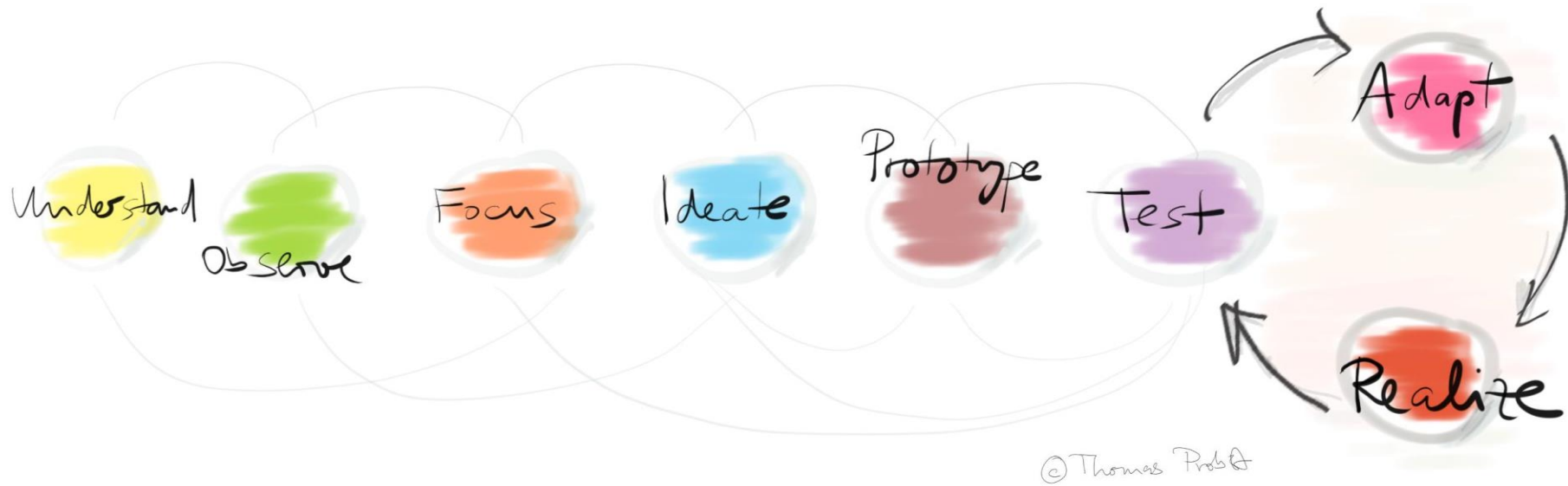
Next Generation Lab 2020

Un essai de format co-créatif et virtuel



Design Thinking

Nutzer-zentrierte Lösungen iterieren





Mentor with general perspective:
Johannes Heeb 🧐



Team Frauenfeld

Simon Vogel 🧐
Ina Schelling 🧐
Raphael Zingg 🧐
Sarah Michel 🧐

Mentor: Brigitte Fürer
Coach: Simone Meyer 🧐

Team Prättigau

Larina Marugg 🧐
Natascha Bruhin 🧐
Sina Hoffmann 🧐

Mentor: Stefan Steiner
Coach: Malgorzata Conder 🧐

Team Oberwallis

Kevin Fux 🧐
Sarah Stöpfer 🧐
Flavio Giovani 🧐
Fabio Gruber 🧐

Mentor: Tamar Hosennen
Coach: Thomas Probst 🧐

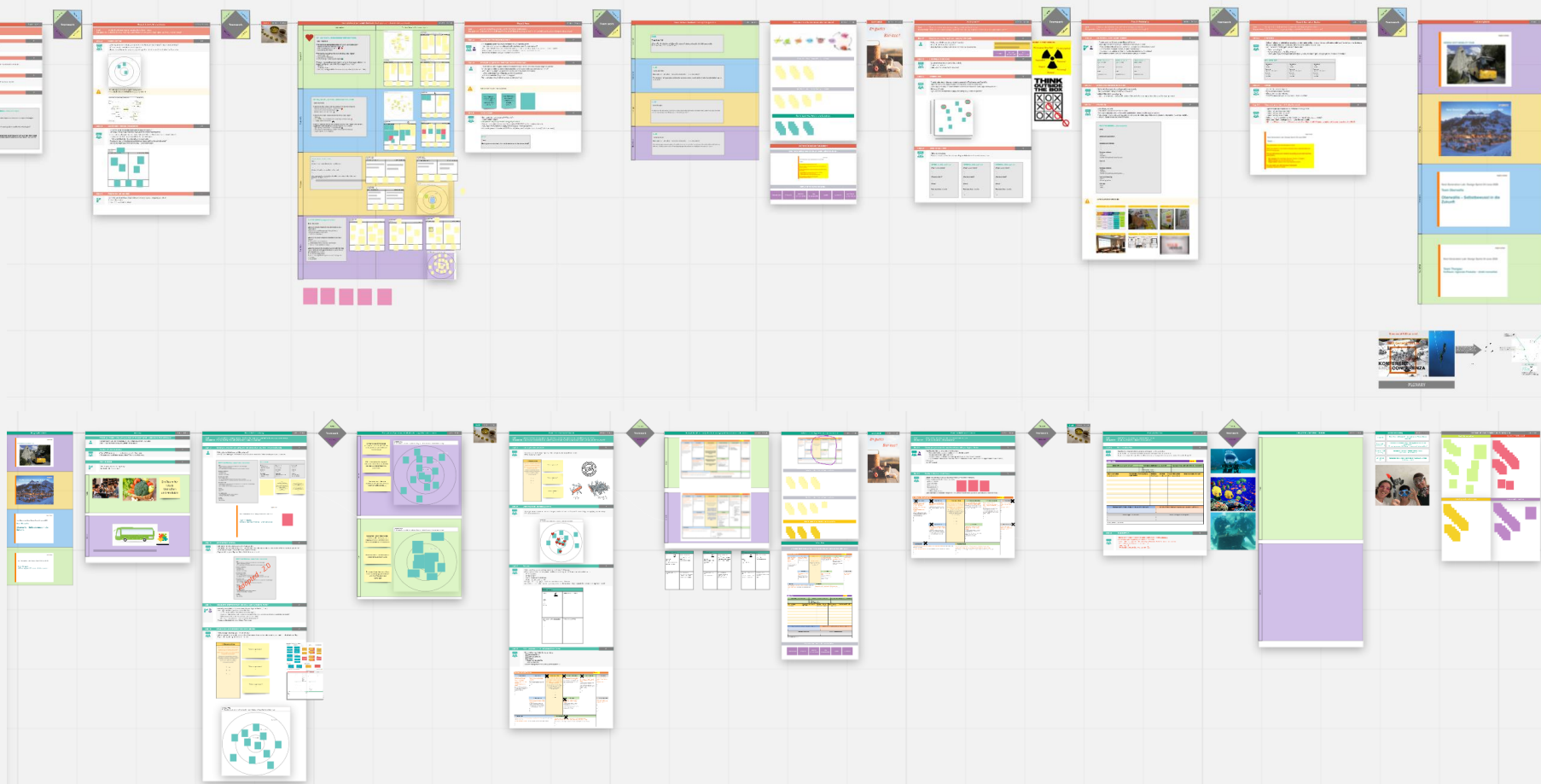
Team Bas Valais

Léa Magnin 🧐
Adeline Cretton 🧐
Sherine Seppey 🧐

Mentor: François Parvex 🧐
Coach: Malgorzata Conder 🧐

Virtuelle Co-creation

Videokonferenz + Online-Whiteboard + Coaching



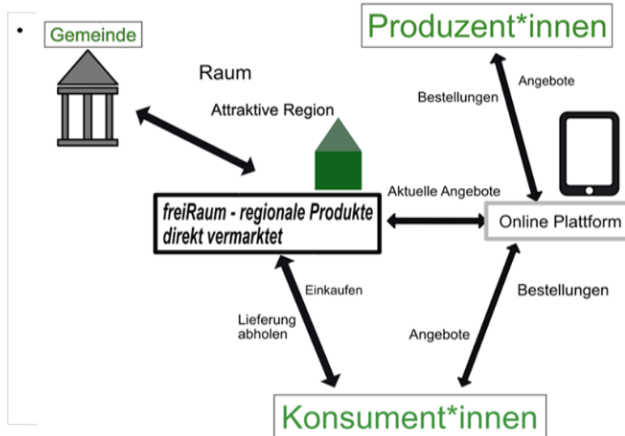
regionouisse

HERENS SOFT MOBILITY TOUR



freiRaum: regionale Produkte – direkt vermarktet

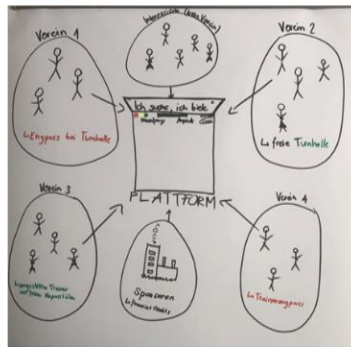
regionouisse



Oberwallis – Selbstbewusst in die Zukunft

regionouisse

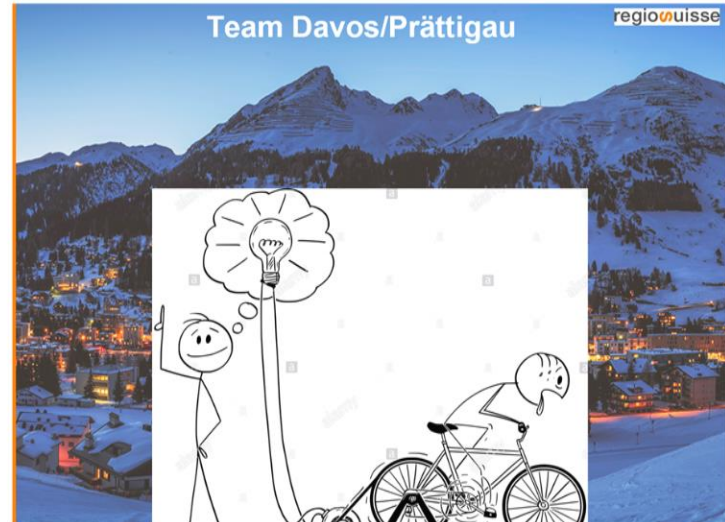
Digitale Vereinsplattform für gemeinsame Nutzung von Ressourcen (inkl. Verteilung von Credits)



Funktionale Plattform anhand eines Sportvereins

Team Davos/Prättigau

regionouisse



Deep Dive: Business Model Canvas

(8) Key partners	(7) Key activities	(1) Value propositions	(4) Customer relationships	(2) Customer segments	(10) Competitors
- Raumvermieter*in - Standort - Verantwortlich/Verkäufer? - Mögliche Partner -Füllstation/Hansi -Be You Cafe -Eisenwerk -«Markt Thurgau» - Kasernenareal (erst in ein paar Jahren) -Stift Höfli «Hofladen ide Stadt» - Lokale Produzent*innen - Produkte - Mitwirken im Kochkurs - Logistik? - Mögliche Partner -Produzent*innen, welche am Wochenmarkt in Frauenfeld sind -weitere Bauern aus der Region - Logistik Partner	- Raum mit Verkaufsfläche für Direktvermarktung - Bistro anbieten, um einen Treffpunkt und Networkingraum - Kochevents veranstalten mit den verfügbaren saisonalen und lokalen Produkten -> Saisonale und lokale Küche (wieder)entdecken - Website / Plattform betreiben mit aktuellen Produkten, Rezepten und Infos zu den Produzenten - PickUp Station von GemüseAbos betreiben -> zentralen Ort bieten, wo Gemüse von Produzent*Innen abgeholt werden kann, um Logistik zu vereinfachen	Konsument*innen haben einen einfachen und zentral gelegenen Zugang zu lokalen und saisonalen Produkten und dessen Produzenten Wiederentdecken und erleben von lokaler und saisonaler Küche Produzent*innen können sich mit neuen Kundengruppen verbinden und ihre Produkte direkt vermarkten Produzent*innen können sich untereinander vernetzen und neue Kooperationen entwickeln	- Regelmässiger Austausch an Events - Einkaufen und Treffen im "freiRaum" - Aktuelle Infos auf Website/App/Lokalzeitung	- Lokale Produzentin - Hobby-Köch*innen - Menschen mit Interesse an Nachhaltig und Fair produzierten Produkten	- Hofladen - o Zentral gelegen - Wochenmarkt - o Verfügbarkeit - Coop/Migros - o Lokal, direkter Kontakt zu Produzenten
	(6) Key resources		(3) Channels		(11) Other stakeholders
	- Standort Raum wo der Verkauf/Bistro betrieben werden kann - Verantwortliche*r, Verkäufer*in welche vor Ort präsent ist - Logistik, um Gemüse an den Laden/PickUp-Station zu liefern - Plattform - Lokale Produkte		- Social Media / App - Website - Frauenfeld lokal Zeitung - Pinwand / Öffentliche Schwarze Bretter - Mund-zu-Mund Propaganda - direkte Anfrage		
9) Cost structure	(5) Revenue streams				
<i>Which kind of costs do arise from our key activities? How are the costs structured?</i> <i>Räumlichkeiten</i> - Personalaufwand - Plattform - Marketing <i>Which key investments do we need?</i> - Lagerräumlichkeiten, Plattform-Design	- Bistroeinnahmen - Fixer Beitrag der Produzenten als Partner, da wir "Direktvermarktung" fördern wollen - Marge auf Produkte von Produzent*innen, die nicht Partner sind - Beitrag für Kochkursteilnehmer (~50-100), welche keine Produkte beitragen				

Deep Dive: Action Plan

Goals: What do we want to achieve?		Partnership and roles: Who is involved?		Your team: Want to start later? Need further members?	
- Lokale und Saisonale Produkte stärken - Bewusstsein für nachhaltiges Einkaufen schaffen - Konsument*Innen und Produzent*Innen wieder näher zusammenbringen		Lead: tbd Partners (actively involved): Support (passively involved): RegioSuisse			
Action / work steps (short description)	Responsible / involved persons, organizations	Start date (month/year)	End date (month/year)	Required resources (time, finance, other)	Result / product of this action
Ausarbeitung Konzept - Finanzierung - Marketingkanäle - Anforderungen an Räumlichkeiten - Funktion der Online-Plattform	Lead	1/0	2/0	Zeit, Kontakte zu Produzent*innen	Konzept für Präsentation bei möglichen Partnern
Anfrage Produzent*innen	Lead	3/0	4/0	Zeit, Kontakte zu Produzent*innen	Produzent*innen, welche ein Grundangebot an Produkten liefern und/oder mögliche Partner werden
Suchen von Räumlichkeiten -> mögliche Partnerschaft	Lead	3/0	4/0	Zeit, Kontakte zu möglichen Partnern, Vermieter von Räumlichkeiten	Standort Mögliche Partnerschaft
Planen der Verkaufsfläche / Bistro Planen der Online-Plattform	Lead, Produzent*innen, Partner	4/0	7/0	Standort muss klar sein, Unterstützung durch Architekturbüro oder ähnliches	Exakter Plan der Lokalität
Realisieren der Verkaufsfläche / Bistro	Handwerkbetriebe, Lead, Partner	7/0	12/0	Finanzierung	Fertige Lokalität
Realisieren der Online-Plattform	IT-Firma, Lead, Partner	7/0	12/0	Finanzierung	Online-Plattform
KickOff-Event - Kochkurs - Gastwirtschaft mit lokalen Produkten	Lead, Produzent*innen, Partner	1/1	1/1		Angebot bekannt machen Kunden gewinnen
Betrieb der Verkaufsfläche mit einem Grundangebot	Lead, Produzent*innen, Partner	1/1	-		Angebot startet mit einem Grundangebot
Durchführen Kochevents	Partner	1/1	-		Erste Kochkurse durchgeführt
Lancierung Onlineplattform	Lead, Produzent*innen, Partner	1/1	-		Onlineplattform wird benutzt
Ausbau des Angebotes	Lead, Produzent*innen, Partner	7/1	-		Grösseres Angebot an Produkten und Events
Success factors: What is needed to make our action plan work?			Barriers: What are the biggest obstacles and risks for our action plan?		
- Motivierter Lead mit Energie und Zeit - Gute Partner und Produkte - Online Marketing			- Finanzierung - Standort		
Which support do we need?			How could regiosuisse help us?		
Kontakte zu Produzent*Innen und Partnern			- Networking - Finanzierung?		

Ein paar Fragen an... Raphael Zingg, Team Frauenfeld



Junge Ideen für die Regionalentwicklung

Next Generation Lab 2020

Fazit

- **Gelernt:** Next Gen erreichen = grosser Aufwand
- **Motiviert:** Grosses Interesse und Engagement für die eigene Region
- **Vernetzt:** Next Gen und Regionalmanager*innen
- **Kreiert:** Regionsspezifische und bedürfnisbezogene Ideen
- **Getestet:** Virtuelle Co-creation als neues Format für Projektentwicklung
- **Erkannt:** Realisierung = Next Level: Koordination, Zeit, Finanzierung
- **Spass!**

A photograph of an empty theater. The stage is covered by a large, textured red curtain. The audience seating consists of rows of blue upholstered seats, arranged in a semi-circular fashion. The ceiling is dark with several small, recessed blue lights. The overall lighting is dim, with the red of the curtain and the blue of the seats being the primary colors.

To be continued...

in 2022!

Mehr Infos / Plus d'informations



D

regionsuisse.ch/next-generation-lab-design-your-future

regios.ch/projects/junge-ideen-fur-die-regionalentwicklung/



F

regionsuisse.ch/fr/next-generation-lab-design-your-future

regios.ch/fr/projects/jeunesse-et-developpement-regional/



Thomas Probst

thomas.probst@regionsuisse.ch

