

**Abschlussworkshop Projekt:
Regionale Wertschöpfungsketten für landwirtschaftliche Produkte REGINA**

Digitaler Marktplatz für biologisch erzeugte Tier- und Fleischprodukte

Dr. Juliane Welz – Fraunhofer IMW
Dirk Barthel – Biohof Barthel



Für viele kleine und mittelständige Unternehmen regionaler Art ist es nicht möglich, den Lebensmitteleinzelhandel zu bedienen. In Sachsen reden wir bspw. von ca. 150 REWE-Märkten. Und die müssen natürlich alle irgendwo versorgt werden. Das schafft der Einzelne gar nicht.«

Meinung REWE-Filialleiter,
Funktionsbezeichnung

Zielstellung

Zielstellung

- Aufbau einer **Netzwerkstruktur zur digitalen Vermarktung** regionaler, ökologischer, landwirtschaftlicher Tierprodukte
- **Stärkung von Regionalität** und heimischen Vermarktungsstrukturen
- Erstellung eines Leitfadens für die Praxis mit Handlungsempfehlungen für den Aufbau des Marktplatzes

Ausgangslage

- Vielfalt an landwirtschaftlichen Strukturen
- Herausforderungen im Bereich Schlachtung, Zerlegung, Verarbeitung sowie Logistik
- Nachwuchsprobleme (u. a. durch demographischen Wandel und Attraktivität des Berufsbildes)
- Kleinteilige Vermarktungsstrukturen und Herausforderungen im Zugang zum Lebensmitteleinzelhandel



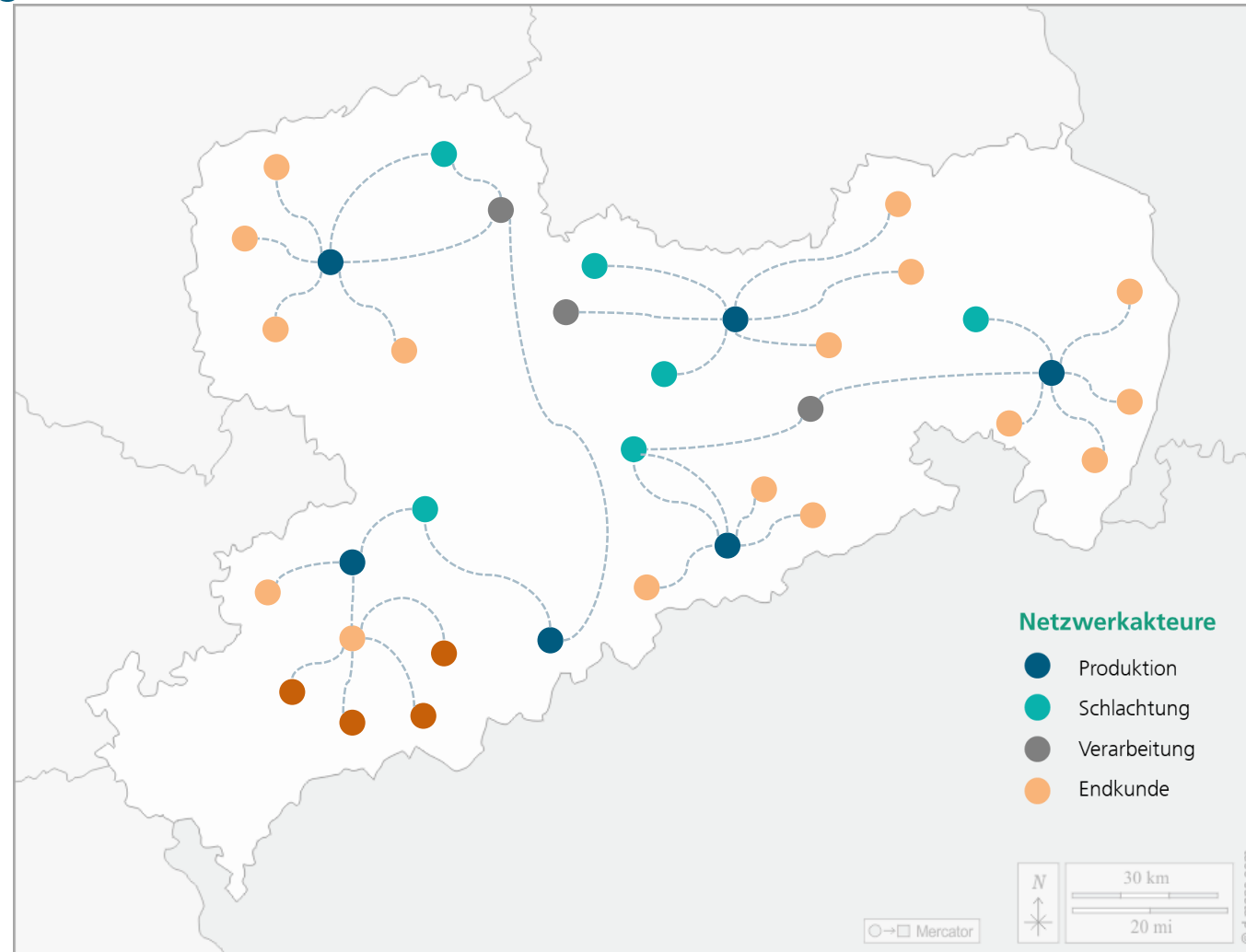
Quelle: <https://unsplash.com/de/fotos/V4Mo8UYKRv>

Regionale Wertschöpfung heute

Netzwerkstrukturen - kleinteilig

Herausforderungen

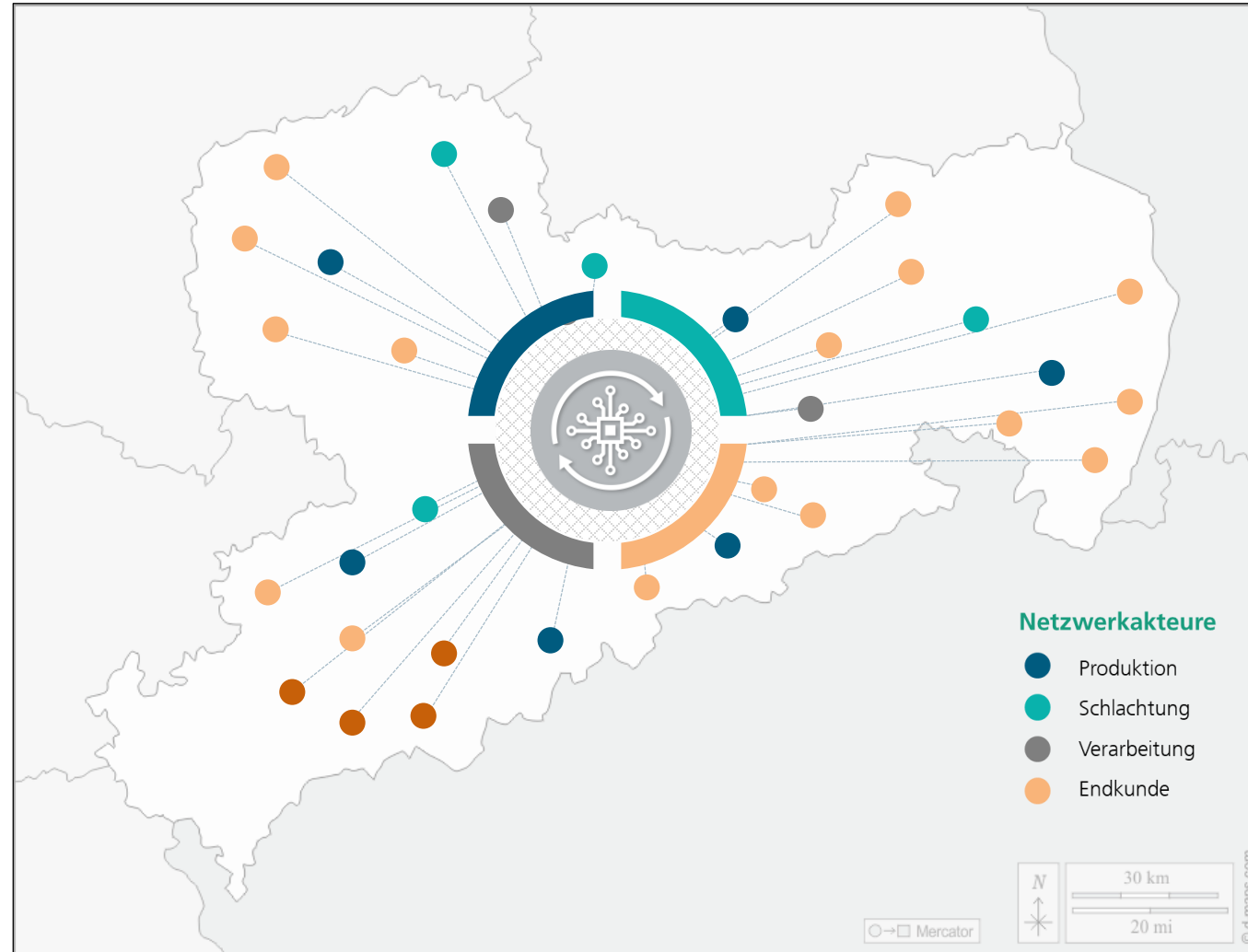
Bilaterale Beziehungen zwischen den Akteuren erschweren Verbesserungen im Gesamtsystem, z. B. hinsichtlich der Nutzung knapper Kapazitäten, der Vermarktung der eigenen Produkte und der Logistik- und Lieferstrukturen.



Regionale Wertschöpfung in Zukunft

Netzwerkstrukturen - vernetzt

1. Aufbau eines **digitalen Marktplatzes** als zentrale Anlauf- und Koordinationsstelle
2. Entwicklung der technischen Infrastruktur in Form von modular aufgebauten **Service-Funktionen** für Vermarktung, Logistik, Verarbeitung und Verwaltung
3. Einbindung einer großen **Vielfalt an regionalen Akteuren** entlang der gesamten Wertschöpfungskette



Der digitale Marktplatz und seine Servicefunktionen



Vermarktung

Angebot und Vermarktung ökologisch erzeugter Tier- und Fleischprodukte

Darstellung und Beschreibung der Produkte

Vermarktung über digitales Bestellsystem (Online-Shop)



Foto: <https://www.ceresaward.de/biobandwirt/dirk-barthel-greudnitz/>
https://unsplash.com/de/fotos/LQJg_PXPPUs

Schlachtung & Verarbeitung

Vernetzungs- und Vermittlungsfunktion für Schlachtkapazitäten

Anbindung von regionalen (mobilen) Schlachteinheiten

Aufbau einer Netzwerk-basierten, kleinteiligen Schlachtlogistik



Logistik

Intelligente Vernetzung der Wege und Prozessabläufe (Routenplanung)

Kooperation mit externen Dienstleistern

Verknüpfung mit regionalen Lagerstrukturen ((Micro-)Hub-Strukturen)



Marketing & Verwaltung

Aufbau einer regionalen Marketingstrategie

Digitales Kundenfeedback

Unterstützung beim Management und der Handhabung des digitalen Marktplatzes

Veränderung von Geschäftsprozessen

- Servicefunktionen greifen in die **Geschäftsprozesse** der Akteure entlang der gesamten landwirtschaftlichen Wertschöpfungskette ein
- Größte **Entlastungswirkung** bei **Logistik** (Einbindung von Logistikdienstleistern, der Zwischenlogistik und der Logistik auf der letzten Meile) sowie **Bestellvorgang** (Digitalisierung von Bestelleingängen und Verwaltung)
- Bessere **Koordination** der begrenzten **Schlachtkapazitäten**

© <https://unsplash.com/de/fotos/26MJGrCkM0Wc>

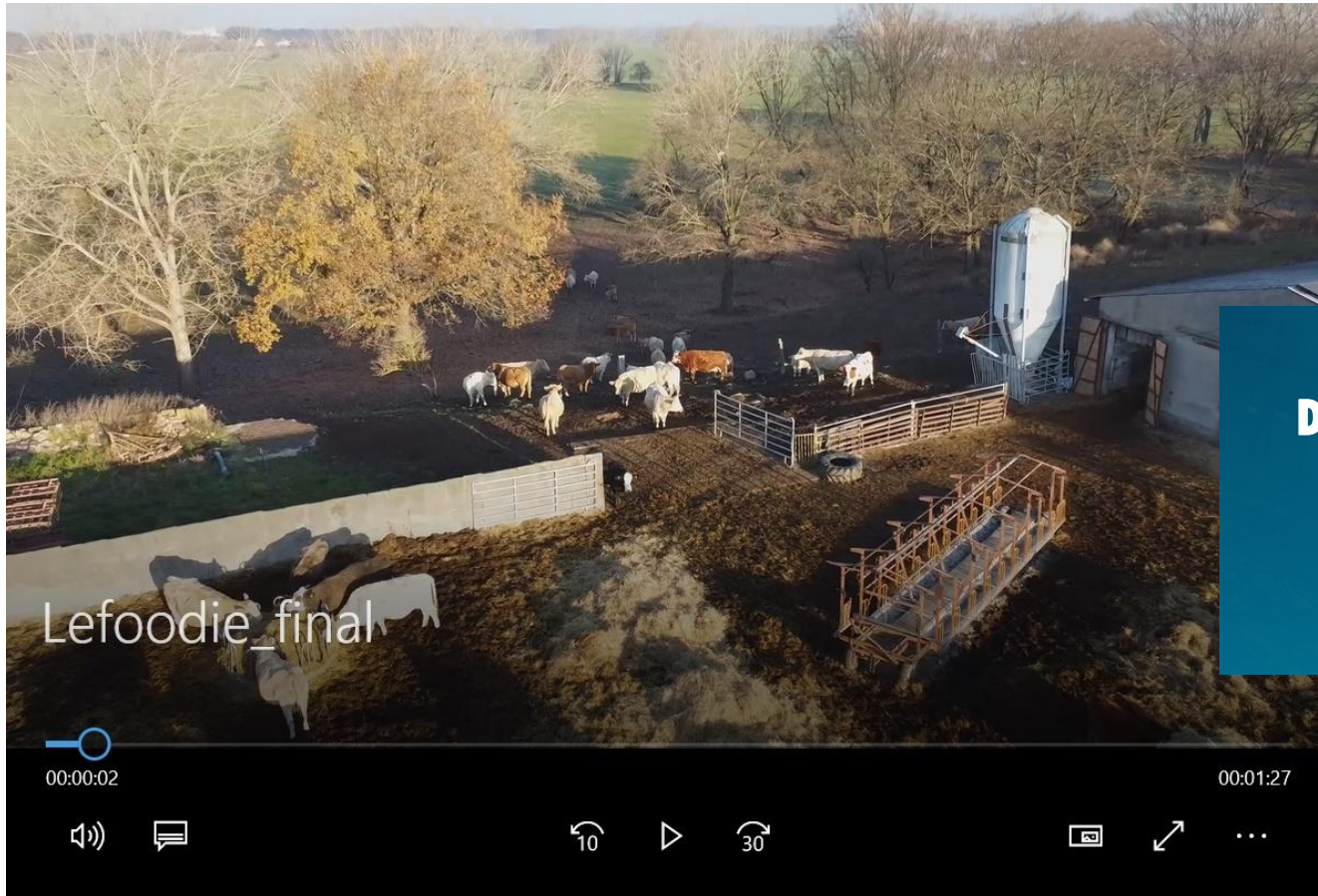


Es hat sich gezeigt, dass einzelne Prozesse entweder schlanker gestaltet werden können oder sogar wegfallen, wenn die Funktionen und Leistungen des digitalen Marktplatzes in Anspruch genommen werden.«

Handlungsfelder für den erfolgreichen Aufbau



Erste Piloten



Die Initiative le'foodie

Erwartungen an den digitalen Marktplatz

Gespräch mit Dirk Barthel

1. Was war Ihre **Motivation**, sich am Netzwerk zu beteiligen und als Modellbetrieb am Projekt mitzuwirken?
2. Wie sieht aus Ihrer Sicht die **Zukunft** der regionalen Vermarktung von ökologischen Produkten in Sachsen aus?
3. In welchen Bereichen erwarten Sie einen besonders großen **Mehrwert** durch die Vernetzung über den digitalen Marktplatz?
4. Was würden Sie Ihren Kolleginnen und Kollegen mit auf den Weg geben, warum Sie sich im **Netzwerk** bzw. für den Marktplatz engagieren sollten?



Foto: <https://www.ceresaward.de/biolandwirt/dirk-barthel-crowdfnitz/>

Einladung zur weiteren Diskussion an zwei Ständen

Stand 1 - Netzwerkaufbau und Beteiligung

- Wer sind Netzwerkpartner?
- Wie kann eine Beteiligung aussehen?
- Wie kann ein Netzwerkbeitrag aussehen?
- Wer sind mögliche Kunden?
- Wie kann das Netzwerk weiter wachsen?

Fraunhofer IMW
FRAUNHOFER-ZENTRUM FÜR INTERNATIONALES MANAGEMENT UND WISSENSÖKONOMIE

DER DIGITALE MARKTPLATZ FÜR BIOLOGISCH-ERZEUGTE TIERPRODUKTE
KERNELEMENTE DES GESCHÄFTSMODELLS

Das Geschäftsmodell bildet die unternehmerische Wertschöpfung ab. Es lässt sich anhand seiner wesentlichen Kernelemente beschreiben. Dazu zählen Leistungsangebot, Leistungsanregung, Leistungsanstellung, Erwerbseinstellung und Leistungskommunikation. Die Kernelemente, die sich um das Leistungsangebot herum anordnen, bestehen dabei jeweils aus zwei weiteren Unterelementen (Abdellak et al., 2013).

GESCHÄFTSMODELLOPTIMIEREN

Was? Produktangebot	Wie? Leistungsangebot	Wo? Leistungsanregung	Wann? Leistungsanstellung	Wie? Erwerbseinstellung	Wo? Leistungskommunikation
Produktangebot	Leistungsangebot	Leistungsanregung	Leistungsanstellung	Erwerbseinstellung	Leistungskommunikation
Produktangebot	Leistungsangebot	Leistungsanregung	Leistungsanstellung	Erwerbseinstellung	Leistungskommunikation
Produktangebot	Leistungsangebot	Leistungsanregung	Leistungsanstellung	Erwerbseinstellung	Leistungskommunikation

Kontakt:
Dr. Daniel Strocker
Fraunhofer IMW
Gruppenleiter »Geschäftsmodelle, Engineering und Innovation«
Neumarkt 9-19, 04109 Leipzig

Projekt: REGINA - Regionale Wertschöpfungsketten für ökologische landwirtschaftliche Produkte
Projektaufzeit: 2.1.2021 - 28.2.2023
Projektkoordination: Fraunhofer IMW
Modellbetrieb: Biohof Bamtel
Partner: Technische Universität Chemnitz, GfA e.V.

Stand 2 - Welche digitalen Tools bietet der Online-Marktplatz?

- Erläuterung der einzelnen Plattformservices
- Produktion und Vermarktung
- Schlachtung und Verarbeitung
- Logistik und Transport
- Verwaltung und Marketing

Fraunhofer IMW
FRAUNHOFER-ZENTRUM FÜR INTERNATIONALES MANAGEMENT UND WISSENSÖKONOMIE

DER DIGITALE MARKTPLATZ FÜR BIOLOGISCH-ERZEUGTE TIERPRODUKTE
DIE DIGITALEN SERVICE-FUNKTIONEN

Die Analysen des landwirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesses haben gezeigt, dass eine Reihe von Prozessen mithilfe von Digitalisierung optimiert werden können. Die digitalen Funktionen ermöglichen zahlreiche Interaktionen und Transaktionen der verschiedenen Netzwerkteilnehmer. Das digitale Wertschöpfungsnetzwerk erleichtert u.a. Kooperationen und koordiniert eine Reihe von datenbasierten Dienstleistungen in der Produktion (z.B. Nachvollziehbarkeit der Herkunft, Transparenz in der Tiergesundheit) und Logistik (z.B. intelligente Streckenführung, Transporteffizienz). Basierend auf den verschiedenen Möglickeitsräumen der Verknüpfung von physischer und digitaler Wertschöpfung ergeben sich für den digitalen Marktplatz zentrale Service-Funktionen, die im Folgenden kurz erläutert werden.

DIE DIGITALEN SERVICE-FUNKTIONEN

- Marktplatzfunktion:** Angebot und Sammlung ökologisch erzeugter Tier- und Fleischprodukte
- Schlachtungs- und Verarbeitungs-service:** Beratung und Beschaffung der Produkte
- Logistikservice:** Beratung und Beschaffung der Produkte
- Marketing- und Vertriebs-service:** Beratung und Beschaffung der Produkte

Kontakt:
Dr. Juliane Weiz
Fraunhofer IMW
Gruppenleiterin »Professionalisierung von Wertschöpfungsprozessen«
Neumarkt 9-19, 04109 Leipzig

Projekt: REGINA - Regionale Wertschöpfungsketten für ökologische landwirtschaftliche Produkte
Projektaufzeit: 2.1.2021 - 28.2.2023
Projektkoordination: Fraunhofer IMW
Modellbetrieb: Biohof Bamtel
Partner: Technische Universität Chemnitz, GfA e.V.

Kontakt

Dr. Juliane Welz

Abteilung „Wissens- und Technologietransfer“

Gruppe „Professionalisierung von Wissenstransferprozessen“

Telefon: +49 341 231039-162

Fax: +49 341 231039-9162

E-Mail: juliane.welz@imw.fraunhofer.de

Fraunhofer-Zentrum für Internationales Management und Wissensökonomie IMW

Neumarkt 9-19

04109 Leipzig

www.imw.fraunhofer.de



Fraunhofer-Zentrum für
Internationales Management und
Wissensökonomie IMW

Fragen?



Fraunhofer-Zentrum für
Internationales Management und
Wissensökonomie IMW

www.imw.fraunhofer.de

