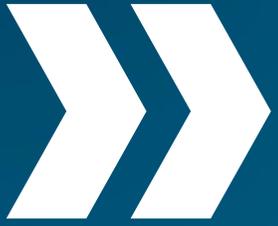


**Abschlussworkshop Projekt:**  
**Regionale Wertschöpfungsketten für landwirtschaftliche Produkte REGINA**

---

# 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



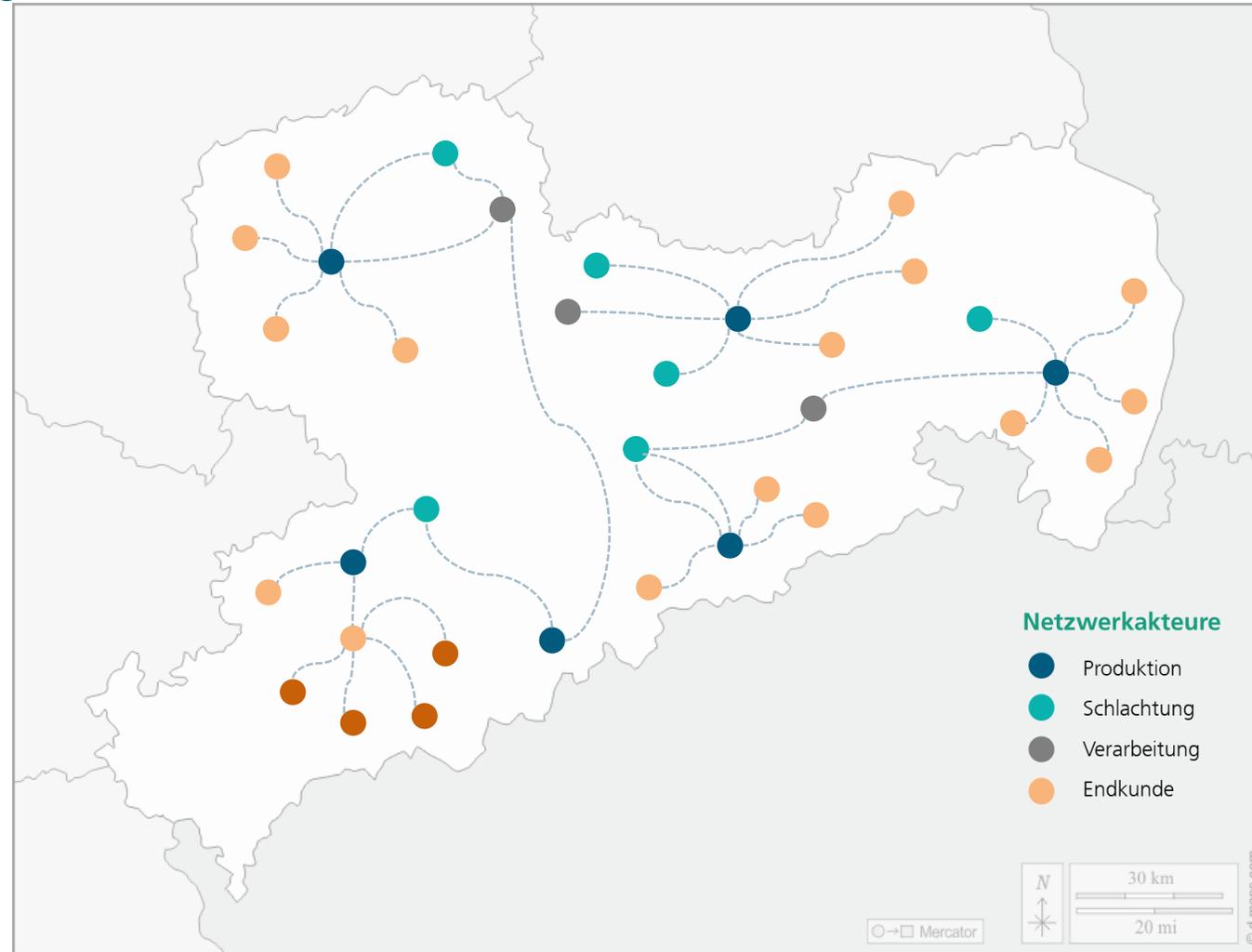
Quelle: <https://unsplash.com/de/fotos/V4Mo8UYKRv>

# Regionale Wertschöpfung heute

## Netzwerkstrukturen - kleinteilig

### Herausforderungen

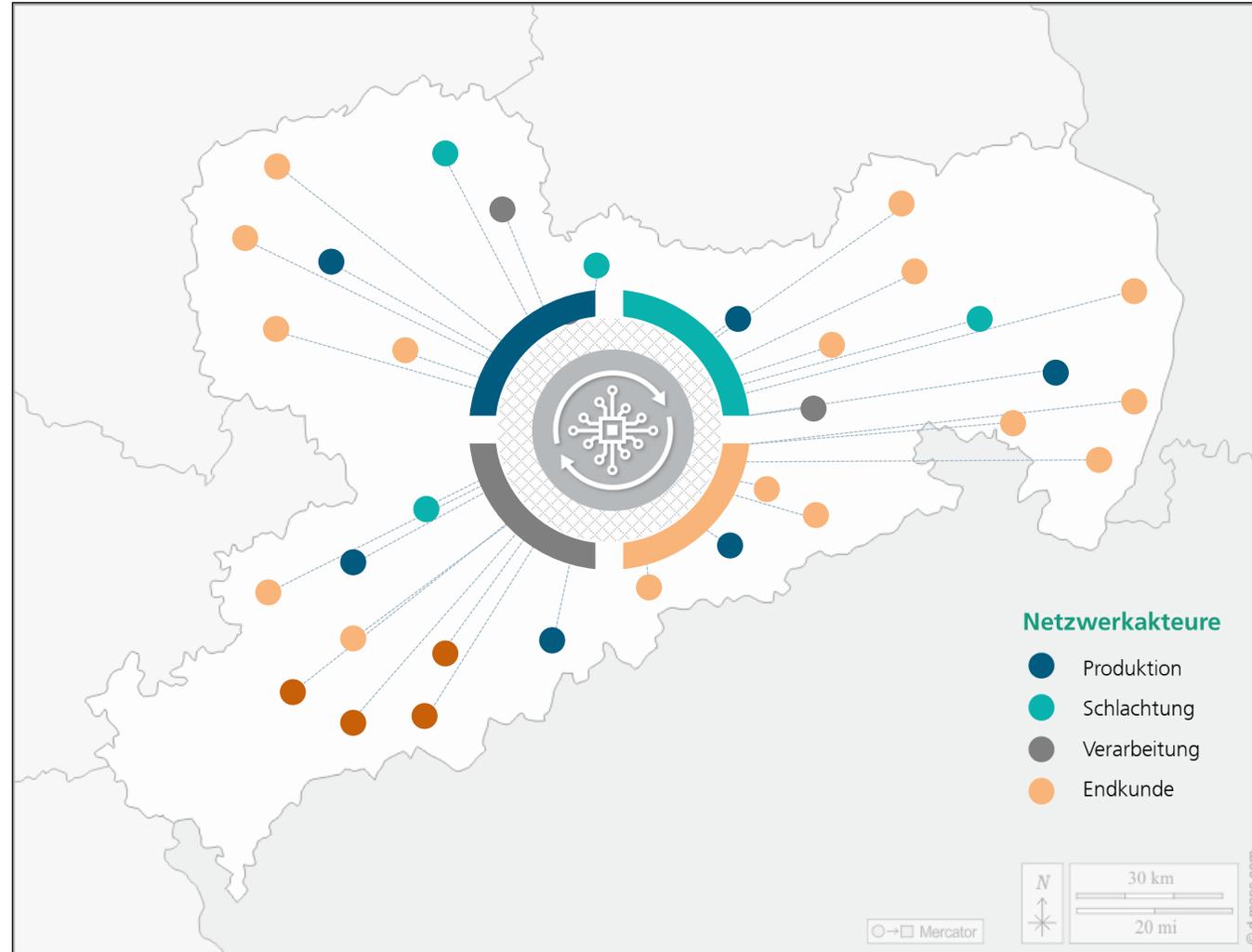
Bilaterale Beziehungen zwischen den Akteuren erschweren Verbesserungen im Gesamtsystem, z. B. hinsichtlich der Nutzung knapper Kapazitäten, der Vermarktung der eigenen Produkte und der Logistik- und Lieferstrukturen.



# 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](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

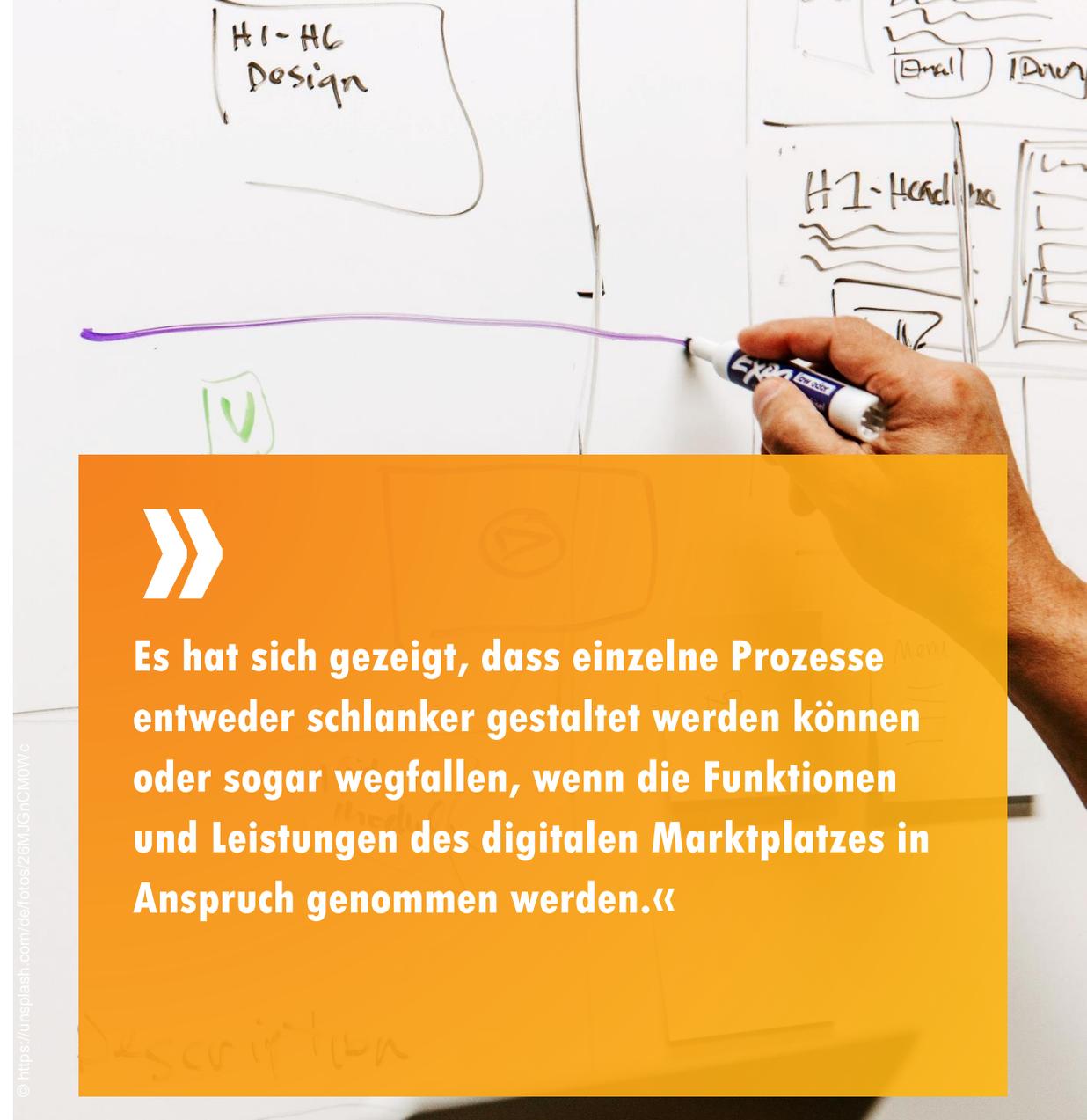
Aufbau einer regionalen Marketingstrategie

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**



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/>



# 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](mailto:juliane.welz@imw.fraunhofer.de)**

Fraunhofer-Zentrum für Internationales Management und Wissensökonomie IMW

Neumarkt 9-19

04109 Leipzig

[www.imw.fraunhofer.de](http://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](http://www.imw.fraunhofer.de)

