

Growth Alliance Idea Camp

CHALLENGES

Eine Initiative von



TechQuartier

Im Auftrag von



Mit Unterstützung von



Ein Verbundprojekt der beiden Rheingauer Hochschulen

Challenge C

Nachhaltige Ernährung

HINTERGRÜNDE

Der deutsche LEH (Lebensmitteleinzelhandel) hat ein Nachhaltigkeitsproblem. Es werden zu viele (konventionelle) Produkte zu billigen Preisen angeboten und im Gegensatz zu wenig wertvolle Ernährungsprodukte mit einem fairen Erzeugerpreis. Überproduktion führt zu Lebensmittelverschwendung und Vernichtung.

Das Entscheidungs- und Ernährungsverhalten von Menschen ist habitualisiert. Beim Einkauf wird das Entscheidungsverhalten beeinflusst und gesteuert, somit kommt der Rolle von Netzwerken und Signalen (Akteur:innen und Technologie) eine neue Bedeutung zu. Lösungsvorschläge sind bis jetzt „End-Of-Pipe“ der bestehenden Konsumgewohnheiten.

Die Ernährungssouveränität eines jeden Landes beruht auf landwirtschaftlichen Erzeugnissen zu Preisen, die über deren Produktionskosten liegen müssen. Deutschland und Europa erleben in jüngster Vergangenheit Bauernproteste.

Der (deutsche) LEH ist als „gatekeeper“ zwischen landwirtschaftlicher Erzeugung/Verarbeitung und auf der anderen Seite Konsum anzusehen. Der gewachsene Monopolwettbewerb setzt alle Akteur:innen unter starken Preisdruck.



CHALLENGE PARTNER

Justus-Liebig-Universität
Gießen

HERAUSFORDERUNG

Wie können heutige Konsument:innen über Erlebnis / digitale Signale ihre Entscheidungen für die eigene gute Ernährung im Alltag einfach und langfristig bequem durchführen?

Welche Hilfsmittel (z.B. Datensätze, Reels, Statistiken, Interaktion, Direktvermarktung) könnten dazu (a) von Erzeuger:innen (b) von Händler:innen (c) von Politik/Wissenschaft (d) von der Zivilgesellschaft genutzt oder eingeführt werden?

Kriterium der Bewertung: kluge digitale Vernetzung von Akteur:innen, Nachhaltigkeit, „Unlearning“ von ‚Am-besten-billig‘ Werbung

Fragestellung:

Wie kann der Lebensmitteleinzelhandel als Gate Keeper zwischen Erzeuger:innen und Konsument:innen einen bewussteren Lebensmittelkonsum fördern?

Challenge D

Nachhaltige Ernährung

HINTERGRÜNDE

Die allgemeine Ernährungsweise von Menschen in Industrieländern wie Deutschland kann nicht nur zu gesundheitlichen Problemen führen, sondern hat auch einen großen Einfluss auf Klima und Umwelt. Ansätze für einen nachhaltigen Ernährungswandel sind beispielsweise Aufklärungsmaßnahmen, ein verbesserter Zugang zu nachhaltig produzierten Produkten oder die Einführung finanzieller Anreize für den Erwerb nachhaltig produzierter Lebensmittel. Auch die Entwicklung innovativer Technologien und Nahrungsmittel ist ein wichtiger Baustein für eine zukunftsfähige Ernährung.

Nischenkulturen bringen Vielfalt auf die Felder und können langfristig Ersatz für weniger klimaresistente Nutzpflanzen bieten. Außerdem bieten sie Landwirt:innen die Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben und höhere Preise für ihre Produkte zu erzielen. In der deutschen Landwirtschaft bezieht sich der Begriff "Nischenkultur" auf den Anbau oder die Produktion von landwirtschaftlichen Erzeugnissen, die sich von konventionellen Produkten unterscheiden. Sie zeichnen sich oft durch spezielle Merkmale aus, sei es durch Anbaumethoden, spezifischen Sorten oder Zielmärkte. Beispiele für Nischenkulturen sind Kichererbsen, Lupine, Linsen, Quinoa oder Amaranth.

Es gibt zum aktuellen Zeitpunkt keine Übersicht wie sich landwirtschaftliche Betriebe, die Nischenkulturen in Deutschland anbauen, verteilen. Weiterhin ist unbekannt, wo sich die dazu verarbeitenden Betriebe befinden und inwiefern sie online präsent sind. Es ist nur schwer möglich, das Gesamtsystem abzubilden.



CHALLENGE PARTNER

Justus-Liebig-Universität
Gießen

HERAUSFORDERUNG

Wie kann man das Netzwerk bzw. die Wertschöpfungskette von Nischenkulturen in Deutschland, bestehend aus landwirtschaftlichen Betrieben, Verarbeiter:innen, Einkäufer:innen und Forscher:innen, sinnvoll darstellen? Ziel ist eine optimierte Vernetzung von Betrieben in der Wertschöpfungskette von Nischenkulturen, um Kooperationen der Stakeholder zu stärken.

Als Ausgangspunkt kann ein Forschungsprojekt der Uni Gießen dienen ([TeePot Projekt](#)), das sich mit der Tee- und Gewürzproduktion in Deutschland beschäftigt. Für eine Erweiterung des Themas ist eine genaue Definition des Begriffes Nischenkultur notwendig. In unserem TeePot-Projekt sollen deutschlandweit bestehende Wertschöpfungsketten im ökologischen Tee- und Gewürzkräuteranbau analysiert werden. Dazu werden zwischen 60 und 100 landwirtschaftliche Betriebe in einem persönlichen Gespräch interviewt. Zudem werden Verarbeiter:innen und Handelsbetriebe in Befragungen und Workshops einbezogen.

Fragestellung:

Wie kann die Vernetzung von Betrieben mit Nischenkulturen optimiert werden, um die Zusammenarbeit verschiedener Stakeholder zu stärken?

Let's grow!

Wir wünschen euch viel Erfolg!



 **Growth Alliance** | Rentenbank & TechQuartier

Growth Alliance

growthalliance.de

programme@growthalliance.de

[Instagram](#)

[LinkedIn](#)

Landwirtschaftliche Rentenbank

Fördergeschäft

Theodor-Heuss-Allee 80

60486 Frankfurt am Main

rentenbank.de

startupfoerderung@rentenbank.de

FinTech Community Frankfurt GmbH

TechQuartier

Platz der Einheit 2

60327 Frankfurt am Main

techquartier.com

programs@techquartier.com

