

Ergebnisdokumentation der Innovationskonferenz

„Bio & regional goes digital“

(Martina Schäfer, Zentrum Technik und Gesellschaft der TU Berlin, 12.10.18)

Mit großen Erfolg fand am 28. und 29.9.18 die Innovationskonferenz „Bio & regional goes digital“ mit ca. 120 Teilnehmer*innen in Berlin statt. Die Forum Factory erlebte zwei Tage lebhafter Diskussionen zwischen Unternehmer*innen aus der ökologischen und regionalen Lebensmittelwirtschaft, digitalen Start-Ups aus dem Food Bereich sowie Vertreter*innen von Verbänden wie dem Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN), dem Bundesverband der Regionalbewegung, der Verbraucherzentrale oder dem Erzeugerverband Bioland.



In ihrer Einführung betonten Martina Schäfer vom Zentrum Technik und Gesellschaft der TU Berlin und Christian Hiß von der Regionalwert Treuhand, dass es nicht um Digitalisierung an sich geht, sondern darum, sie für mehr Nachhaltigkeit in der Land- und Ernährungswirtschaft und Transparenz für die Konsument*innen einzusetzen. „Die Bio- und Regionalbewegung hat sich in den letzten Jahren teilweise sehr kritisch mit technischen Neuerungen auseinandergesetzt. Mit der Digitalisierung kommt eine neue Herausforderung auf die Branche zu. Sie sollte jetzt einen gewissenhaften Umgang erproben und damit pionierhaft vorgehen,“ wies Martina Schäfer auf das Potenzial hin.



Martina Schäfer, ZTG der TU Berlin, eröffnet die Konferenz; @ Saskia Uppenkamp



Günther Bachmann, Generalsekretär des Rats für Nachhaltige Entwicklung, verwies in seiner Eröffnungsrede auf das Spannungsfeld zwischen den Risiken und Chancen der Digitalisierung, die man sorgsam miteinander abwägen sollte.



Keynote von Günther Bachmann (Rat für Nachhaltige Entwicklung), @ Saskia Uppenkamp

Am Samstag eröffnete Elke Röder, die Geschäftsführerin des Bundesverbands Naturkost Naturwaren (BNN) mit einer Keynote den Tag. „Für die faire Zusammenarbeit in regionalen Wertschöpfungsketten ist insbesondere ein vertrauensvoller Umgang sehr wichtig. Transparenz kann durch digitale Instrumente sicherlich unterstützt werden, die Basis für Vertrauen bildet aber der persönliche Kontakt“, unterstrich Frau Röder.



Elke Röder (Bundesverband Naturkost Naturwaren) eröffnet den 2. Tag, @Saskia Uppenkamp

Das Programm war in Sessions zu den Themensträngen „Konsument*innen-Transparenz und Motivation“ und „Wertschöpfungskettenmanagement und Nachhaltigkeitsberichterstattung“ gegliedert. Unter der Anleitung von Stefan Gothe vom Büro kommunare wurden in allen Sessions Elemente der Design Thinking-Methode eingesetzt, um die Kreativität der Teilnehmer*innen anzuregen.



Claudia Schreiber (Bundesverband Regionalbewegung) und Benno Breitruck (Bio 123); @ Saskia Uppenkamp



@Saskia Uppenkamp



Design Thinking in Aktion, @ Saskia Uppenkamp

Konsument*innen-Transparenz und Motivation

Verschiedene Portale wie Bio 123 und DATA NatuRe bieten Informationen zu Bioprodukten an. In der Session „**Infos zu Bioprodukten bündeln**“ wurden Möglichkeiten der Zusammenführung der unterschiedlichen Instrumente diskutiert. Zudem wurde angeregt, die Plattformen stärker an den Bedürfnissen und Erwartungen von Nutzern auszurichten bzw. sie für Konsument*innen zu öffnen.



Reges Interesse gab es am ersten Tag an der Session „**Flexibilität versus Nachhaltigkeit im Online-Vertrieb**“, in der neue Module entwickelt wurden, die die Kunden von Online-Einkaufsportalen noch näher an das Thema Nachhaltigkeit bringen und ihnen dabei durchaus auch Grenzen des flexiblen Einkaufs aufzeigen können. Wichtige Themen waren z.B. verpackungsarmer Versand, Storytelling oder Vertrauen schaffen durch die Paarung von digitalen Produkt-Informationen mit analogem Kennenlernen der Produzenten auf lokalen Märkten.



Die Konsument*innen möchten gerne authentische und aktuelle Informationen über die Erzeuger*innen, was aber sehr aufwändig sein kann – und das persönliche Gespräch nicht ersetzt. In der Session „**Authentische Bilder von Erzeugern vermitteln**“ wurde klar, dass es ein Zusammenspiel von analogen und digitalen Instrumenten bedarf, wodurch die Konsument*innen dann umfassendere Bilder von Erzeugern und Produkten erhalten.





Rund ums liebe Geld ging es in der Session „**Geld ohne Bank? Alternative Finanzierungsmöglichkeiten für Betriebe und Initiativen**“. Es wurden die zwei Finanzierungsalternativen Crowdinvest und Crowdfundig am Beispiel einer Kampagne für eine Markthalle durchgespielt. Dazu wurden Szenen, die ein potentieller Geldgeber durchläuft, ausgearbeitet. Dabei zeigte sich, dass beide Ansätze ähnliche Instrumente zur Gewinnung von Geldgebern nutzen.





Am Samstag wurde in der Session „**Wer bietet was wo an – immer aktuell?**“ rege diskutiert, wie es effizient gelingen kann, die Infos über regionale Anbieter und Produkte immer aktuell zu halten. Dabei war eine große Bereitschaft unter den Teilnehmenden erkennbar, diese Herausforderung stärker gemeinsam zu meistern. „Wir haben großes Interesse daran, das Thema weiterzuverfolgen“, resümiert Claudia Schreiber von der Geschäftsstelle des Bundesverbands Regionalbewegung, angetan von der Kooperationsbereitschaft in der Gruppe.





Schließlich widmete sich die Session „**Nachhaltiges Einkaufen belohnen**“ digitalen Instrumenten, die den Konsument*innen Anreize für einen bewussteren Einkauf bieten. Dabei ist Wertewandel ein recht klassisches Bonusprogramm, bei dem die Rabatte aber auch für sozial-ökologische Zwecke gespendet werden können. Bei Goodbag wird der/die Kund*in über einen digitalen Chip dafür belohnt, mit einer Mehrweg-Stofftasche einkaufen zu gehen. Neben dem Angebot von Rabatten verpflichten sich die Nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen dazu, für den Kauf jeder Tasche Bäume zu pflanzen. „Es ist super, dass wir uns durch die Konferenz näher kennengelernt haben und voneinander lernen konnten. Wir wollen recht bald ausloten, ob es sinnvoll sein könnte, beide Angebote zu mergen“, berichtet Christoph Hantschk von Goodbag.





Wertschöpfungskettenmanagement und Nachhaltigkeitsberichterstattung

Am Freitag stellte Kristin Strauß von den Agronauten e.V. Patricia Rigorth von Soil & More und Herr Dr. Schnitter von SAP SE in der Session „**Werte schaffen, wahre Kosten berechnen**“ ihre aktuellen Projekte und Ansätze zur Ermittlung und Bewertung sozialer, ökologischer und regionalwirtschaftlicher Leistungen von Unternehmen vor und diskutierten mit den Teilnehmer*innen der Session Möglichkeiten, wie die aufwändige Ermittlung von Daten besser gebündelt werden kann. Um ein sachgerechtes Bild unternehmerischer Leistungen über die gewöhnlichen Geschäftszahlen hinaus zu erhalten, braucht es eine Fülle von quantitativen und qualitativen Informationen, die erfasst und aufbereitet werden müssen. „Gerade die qualitativen Informationen sind schwer zu erfassen, darzustellen und zu bewerten, hier kann die Digitalisierung helfen“ erläuterte Herr Schnitter von SAP. In der Diskussion wurde deutlich, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung in Zukunft stärker Bestandteil der originären Geschäftsberichterstattung wird. Unternehmenserfolg zu messen wird komplexer - dabei können digitale Lösungen unterstützen.



Christian Hiß (Regionalwert Treuhand) und Patricia Rigorth (Soil & More) in Aktion; @ Saskia Uppenkamp



Joachim Schnitter und Petra Hochstein von SAP SE diskutieren über „wahre Kosten“, @Saskia Uppenkamp

Wie es durch digitale Instrumente auch für KMU der Lebensmittelbranche einfacher und attraktiv werden kann, Nachhaltigkeitsberichte zu verfassen, wurde in der Session „**Über Nachhaltigkeit berichten – auch für KMU**“ behandelt. Mit SMART war ein Instrument vertreten, das sich v.a. an landwirtschaftliche Betriebe richtet, während der BNN-Nachhaltigkeitsmonitor insbesondere Unternehmen der Bio-Verarbeitung und des Handels adressiert. Der Regionalwert-Bericht berichtet anhand von 80 Kriterien über soziale, ökologische, regionalwirtschaftliche Leistungen von Betrieben über die gesamte Wertschöpfungskette in einer festgelegten Region. Volle Transparenz über Herkunft, Siegel und Qualitäten sowie effizienten Datenverkehr über die IT-Systeme der Lieferkette soll das Projekt RegioFood Plus der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde schaffen. Ein spannender Austausch, der auch zeigte, wie unterschiedlich die Datengrundlagen, Zielgruppen und Anforderungen in dem Bereich sind.

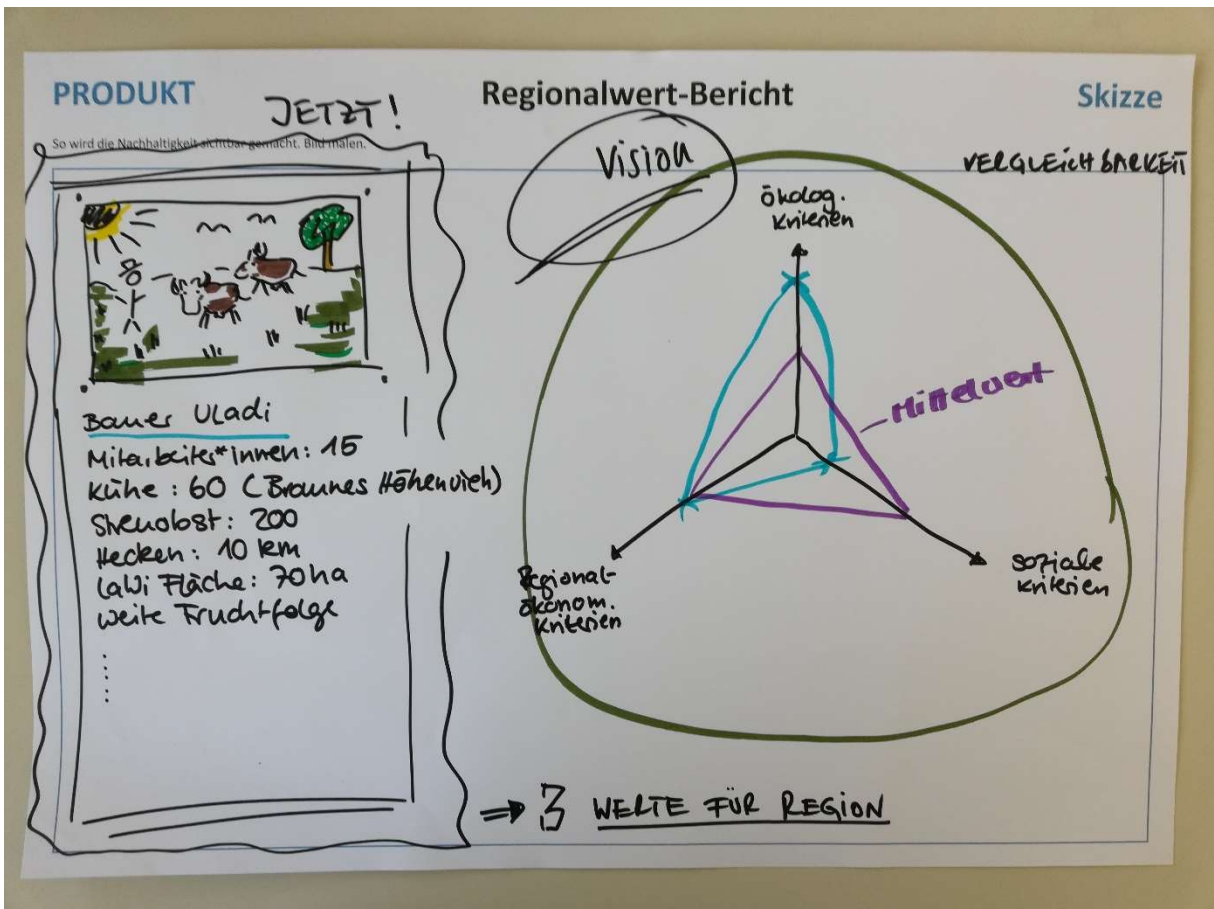


Isa Gusenbauer (FiBL Österreich) erläutert das Instrument SMART, @ Saskia Uppenkamp





Manuel Pundt (Vertriebsleitung Bio Company) diskutiert mit, @Saskia Uppenkamp



In der Session „**Digital Fit – SoLaWis und Food Coops gut aufstellen**“ wurden Instrumente wie Open Oltor/sunu und FoodCoopShop verglichen, die die Mitglieder bei der effizienten Organisation der täglichen Abläufe wie Mitgliederverwaltung, Bestellungen, Lagerhaltung und Rechnungstellung unterstützen. „Wenn es zu aufwändig wird, an die täglichen Lebensmittel zu kommen, dann verlieren die Mitglieder mit der Zeit die Lust,“ berichtet Mario Rothauer, der Entwickler von FoodCoopShop, das über Österreich hinaus seit neuestem auch von einer FoodCoop in Ghana genutzt wird.



Mario Rothauer aus Österreich erläutert das Instrument FoodCoopShop, @Saskia Uppenkamp



Kristina Gruber (Netzwerk Solidarische Landwirtschaft) berichtet über OpenOltor/sunu, @Saskia Uppenkamp

Dass das Thema Logistik im ländlichen Raum eine große Herausforderung darstellt, zeigte sich an dem hohen Interesse an der Samstags-Session „**Logistik: Regionale Produkte von A nach B?**“. Gemeinsam wurden Konzepte (weiter-)entwickelt, wie durch die Einbindung des öffentlichen Personen-Nahverkehrs die „erste Meile“ ab Produktionsstandort und die Lieferung in die Stadt besser gewährleistet, aber auch, wie durch eine kreative Ausweitung von Verteilstationen, dargestellt durch Apps, in der Stadt die „letzte Meile“ zum Kunden effizienter überbrückt werden kann.



Neben den inhaltlichen Sessions wurden am Samstag zwei gut besuchte Coaching Sessions zu den Themen Crowdfunding (startnext) und soziale Medien (sieben&siebzig) angeboten.



Melissa Kühn (Startnext) berät zum Thema Crowdfunding, @ Saskia Uppenkamp





Nadine Binias von sieben&siebzig beantwortet Fragen zum Einsatz Sozialer Medien, @ Saskia Uppenkamp

Die lebhaften Diskussionen in den Sessions selbst, in den Pausen und weit in den Freitagabend hinein zeigten, dass ein wesentliches Ziel der Veranstaltung erreicht wurde, nämlich Menschen mit unterschiedlichem Erfahrungshintergrund zusammenzubringen, die sich sonst nicht regelmäßig treffen. Dieser Punkt wurde auch vom zuständigen Projekträger DLR betont, deren Mitarbeiter*innen die Veranstaltung mit Interesse verfolgten.



Rege Diskussionen – drinnen und draußen, @Saskia Uppenkamp



Jan Niessen (Bioland), @Saskia Uppenkamp



Magdalena Gutendorf (Markthalle Neun) und Dörte Wollenberg (Meck Schweizer), @ Saskia Uppenkamp



Stefan Gothe (kommunare) befragt Frau Reddig vom Projektträger DLR, @Saskia Uppenkamp

Die Veranstaltung offenbarte mehrere Anknüpfungspunkte, mit denen im Verlauf des vom BMBF im Rahmen des Programms „Innovationsforen Mittelstand“ finanzierten Projekts (bis Mitte Februar 2019) Produkte und Ideen weiterverfolgt werden können. Es können zum Beispiel Instrumente mit ähnlicher Zielstellung so zusammengeführt werden, dass sie effizienter im Umgang werden und breitere Zielgruppen erreichen. Das eine oder andere vorgestellte Tool könnte im Nachgang in einem kleineren Kreis konkret weiterentwickelt und zur Marktreife gebracht werden.

„Dass digitale Lösungen geeignet sind, um eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft voranzubringen, hat sich im Rahmen der Konferenz sehr deutlich gezeigt“, resümiert Martina Schäfer. „Trotzdem bedarf es eben auch der Initialzündung des persönlichen Austauschs, um Möglichkeiten für Verbesserungen auszuloten und gemeinsam weitere Ideen zu entwickeln“. So manche*r Teilnehmer*in wollte dann auch gleich wissen, wann die nächste Veranstaltung dieser Art stattfindet – ein Wunsch, den die Organisatoren und als Projektpartner eingebundenen Verbände wohlwollend prüfen werden...



Stefan Gothe (kommunare) und Christian Hiss (Regionalwert Treuhand) ziehen eine positive Bilanz der Konferenz, @Saskia Uppenkamp



Spätestens Ende Oktober wird eine Dokumentation der Ergebnisse der Konferenz auf der Konferenzwebseite zur Verfügung stehen: www.bioundregionalgoesdigital.de

Wollen Sie über das weitere Vorgehen informiert werden? Dann melden Sie sich bei: schaefer@ztg.tu-berlin.de

Übersicht der im Text genannten Instrumente/Webseiten:

Themenstrang Konsument*innen-Transparenz und Motivation	Themenstrang Wertschöpfungskettenmanagement & Nachhaltigkeitsberichterstattung
Bio 123: www.bio123.de	Agronauten: http://www.agronauten.net/
DATA NatuRe: https://datanature.de/	Soil & More: https://www.soilandmore.com
PIELERS: www.pielers.de	SMART: https://www.fibl.org/de/themen/smart.html
Regio-Delivery: https://store.regio-delivery.de/	BNN Nachhaltigkeitsmonitor: https://n-bnn.de/der-bnn-Nachhaltigkeitsmonitor
Cowfunding: https://cowfunding-freiburg.de/	Open Oltor: https://openolitor.org/
Marktschwärmer: https://marktschwaermer.de/de	FoodCoopShop: https://www.foodcoop-shop.com/
Startnext: https://www.startnext.com/	LandLogistik: https://landlogistik.eu/
Regionalwert AG Hamburg: https://www.regionalwert-hamburg.de/	Obergudt: https://www.obergudt.com/
RegioApp: https://www.regioapp.org/	
Meck Schweizer: http://www.meck-schweizer.org/	
Wertewandel: https://www.wertewandel.de/	
Die Goodbag: http://www.diegoodbag.de/	

Bildernachweis: Alle Photos im Dokument sind von Saskia Uppenkamp. Bei Bedarf können die Photos mit größerer Auflösung geliefert werden.