

AlpBioEco

Regionale Empfehlungen zur Realisierung eines Business Modells

Region (NUTS 2, ITH1): Autonome Provinz Bozen

Geschäftsmodell: **Einweggeschirr und biologisch
abbaubare Verpackungen**



INHALT

1. EINLEITUNG	3
2. METHODIK	3
3. PRODUKTBESCHREIBUNG	5
3.1 PILOTAKTIVITÄTEN	5
3.2 GESCHÄFTSMÖGLICHKEITEN UND MARKETING.....	5
3.3 ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN UND KONTAKTE.....	6
4. STATUS QUO	7
4.1 BIOÖKONOMIE.....	7
4.2 ROHMATERIAL	8
4.3 EINSCHÄTZUNG ZU MARKT- UND KONSUMENTENVERHALTEN	8
4.4 FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG	8
4.5 FÖRDERUNGEN UND GESETZLICHE RAHMENBEDINGUNGEN	8
4.6 ÜBERSICHTSTABELLE.....	9
5. REGIONALE EMPFEHLUNGEN UND VORSCHLÄGE	10
5.1 POSITIVE, GÜNSTIGE UMWELTFAKTOREN FÜR DAS GESCHÄFTSMODELL.....	10
5.2 NEGATIVE, UNGÜNSTIGE UMWELTFAKTOREN FÜR DAS GESCHÄFTSMODELL	11
5.3 PRIORISIERUNG VON NEGATIVEN UMWELTFAKTOREN UND LÖSUNGSVORSCHLÄGE ZUR BEKÄMPFUNG NEGATIVER UMWELTFAKTOREN VON HOHER PRIORITÄT	11
6. ROADMAP.....	12

1. EINLEITUNG

Die Ökosysteme des Alpenraums sind Umweltproblemen im Zusammenhang mit wirtschaftlichen Aktivitäten und dem Klimawandel ausgesetzt. Darüber hinaus sehen sich landwirtschaftliche Betriebe, Handwerks- und Verarbeitungsbetriebe im europäischen Alpenraum mit einem starken Wettbewerb durch die Globalisierung konfrontiert. Der Ausbau einer nachhaltigen Bioökonomie stellt daher gerade für den Alpenraum ein enormes Potenzial für grünes Wachstum und Beschäftigung dar. Die innovative Nutzung und Inwertsetzung regionaler Ressourcen ermöglicht eine Stärkung der lokalen Akteure. Bislang werden viele bioökonomischen Potenziale noch nicht ausgeschöpft, auch weil viele Wertschöpfungsketten im Alpenraum derzeit wenig miteinander verbunden sind. Viele augenscheinliche Abfall- oder Nebenprodukte werden nicht genutzt, landen im Abfall oder werden kompostiert, anstatt sie im Sinne einer ökologischen Kreislaufwirtschaft zu neuen Produkten weiterzuentwickeln.

Zudem mangelt es an kohärenten Politiken und Strategien, die das Potenzial biobasierter Wertschöpfungsketten fördern. An diesen Punkten setzt das Projekt AlpBioEco an: Mit innovativen Methoden trägt das Projekt zu einer integrierten, territorialen Entwicklung des Agrarsektors bei, fördert Innovationen insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) und stärkt so die Wirtschaft und den Zusammenhalt im europäischen Alpenraum.

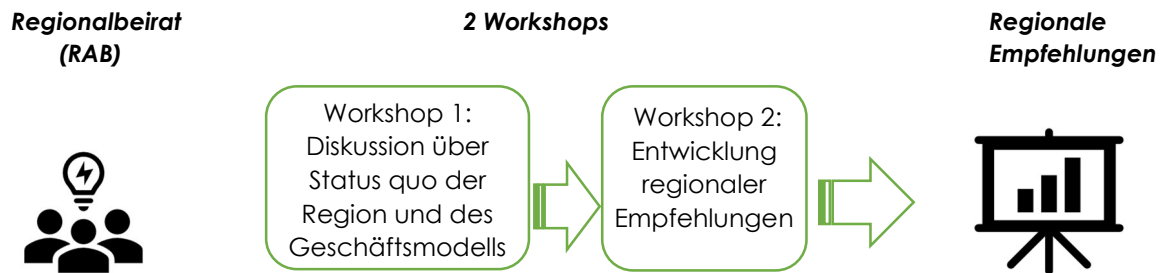
Das übergeordnete Ziel von AlpBioEco ist es, eine nachhaltige Wirtschaft zu fördern und die Märkte und Wettbewerbsfähigkeit der bio-basierten Wirtschaft im europäischen Alpenraum zu stärken. Im Fokus stehen dabei die Wertschöpfungsketten von bio-basierten Lebensmitteln und Pflanzenextrakten. Im Projekt wird exemplarisch insbesondere an den Wertschöpfungsketten von Walnüssen, Äpfeln und Kräutern gearbeitet. Diese wurden analysiert und deren Potenziale aufgezeigt. Unter Anwendung von „Open-Innovation“-Konzepten entwickelte AlpBioEco für verschiedene Regionen passende Geschäftsmodellkonzepte.

Mithilfe dieses Dokuments soll die Umsetzung dieser Geschäftsmodellkonzepte und die Bioökonomie als Gesamtes vorangebracht werden. Dafür werden in diesem Dokument Empfehlungen an die rahmengebenden Entscheidungsträger*innen sowohl in der Politik als auch an den wirtschaftlichen Schlüsselpositionen, wie Kammern, Clustern und Forschungseinrichtungen formuliert. Andererseits richtet sich dieses Dokument auch direkt an Produzenten und Unternehmen, die nach neuen Marktnischen Ausschau halten und sich weiterentwickeln möchten. Für sie zeigt ein detaillierter Fahrplan die nächsten Schritte für die Umsetzung interessanter Geschäftsmodellkonzepte auf - von der Marktanalyse bis zur fertigen Produktentwicklung.

2. METHODIK

Um Leitfäden für alle Projektregionen entwickeln zu können, die sich spezifisch mit den Geschäftsmodellkonzepten beschäftigen, wurde für zehn Regionen jeweils ein Regionalbeirat (RAB) ins Leben gerufen. Dieser besteht aus Experten*innen, welche aus den verschiedenen Bereichen und Sektoren kommen (Politik, Wirtschaft, regionale Entwicklung, Landwirtschaft, Nahrungsmittelproduktion und -versorgung, Interessensvertretungen) und dadurch die unterschiedlichste Expertise einbringen und gemeinsam an der erfolgreichen Umsetzung des Geschäftsmodells arbeiten. In diesem Gremium werden die relevanten Akteure der Region dynamisch miteinander verbunden, um neue Wertschöpfungsketten zu schaffen und zu stärken, die zu wirtschaftlichen Chancen führen, welche bisher nicht berücksichtigt wurden. Da der RAB aus den wichtigsten Akteuren der Bioökonomie innerhalb einer Region besteht, baut er ein Netzwerk auf, das auch für zukünftige Plattformen / Projekte / Empfehlungen von Bedeutung ist.

In einem ersten Schritt wurden vom RAB in Workshops unter Leitung eines AlpBioEco Projektpartners Informationen aus den Regionen gesammelt und der aktuelle Status quo der jeweiligen Region erarbeitet. Darauf aufbauend wurde im zweiten Workshop unter Anwendung einer kreativen Workshopmethode, z.B. Lego Serious Play®, Mural Tool oder PESTEL eine gemeinsame Vision entwickelt, um darauf basierend Empfehlungen für die Politik zu entwerfen. Die Treffen fanden je nach aktueller Gesundheitssituation (COVID 19) online, offline oder als hybrid Veranstaltungen statt.



Arbeitsschritte zur Erarbeitung regionaler Empfehlungen

Pro RAB wurde jeweils ein Mitglied als Vorsitzende*r nominiert. Diese*r Vorsitzende*r ist verantwortlich für die Präsentation und Diskussion der entwickelten Empfehlungen in einem internationalen Arbeitstreffen, dem „Transnational Transfer Meeting“. An diesem Treffen werden nicht nur die regionalen Empfehlungen vorgestellt, sondern auch gemeinsam ein transnationaler und transregionaler Leitfaden entwickelt. In diesem Leitfaden werden transnationale und transregionale Richtlinien entwickelt, in denen die Projektregionen als Vorbildregionen und Pionierregionen für andere Regionen abgebildet werden und somit als Modellregion fungieren. Die Richtlinien gewährleisten die Übertragbarkeit auf andere Regionen.



Arbeitsschritte zur Erarbeitung des transnationalen Leitfadens

Überblick über die Mitglieder des Regionalbeirats der Region Autonome Provinz Bozen:

Funktion	Name	Unternehmen / Organisation
Vorsitzender	Klaus Egger	Administration of Autonomous Province of Bozen/Bolzano
Mitglied RAB	Christian Hoffmann	Eurach Research, Institute for Regional Development
Mitglied RAB	Astrid Weiss (Stellvertretung: Werner Micheletti)	Südtiroler Bauernbund
Mitglied RAB	Simon Jaist	Fructus Meran
Mitglied RAB	Daniele Zatelli	VOG Products
Mitglied RAB	Ben Schneider (Stellvertretung: Andreas Winkler)	NOI Techpark

3. PRODUKTBESCHREIBUNG

Biobasierte und biologisch abbaubare Verpackungen auf der Basis von Apfeltrester sind eine vielversprechende Alternative zu bestehenden herkömmlichen Kunststoffprodukten, um die durch Kunststoffabfälle verursachte Umweltverschmutzung zu verringern. Ihre Relevanz wird noch größer werden, wenn Einweg-Kunststoffprodukte aufgrund der EU-Gesetzgebung bis 2021 verboten werden. Aufgrund des zunehmenden Bewusstseins für dieses Thema und des Bedarfs an Alternativen zu herkömmlichem Kunststoff werden Verbraucher Einweggeschirr und biologisch abbaubare Verpackungen aus Apfeltrester immer stärker nachfragen.

In den Unterkapiteln 3.1 und 3.2 werden die im Rahmen des 3. Arbeitspaketes vom AlpBioEco Projektpartner Business Upper Austria erarbeiteten Ergebnisse hinsichtlich der in Österreich durchgeführten Pilotaktivitäten und Erkenntnisse hinsichtlich Geschäftsmöglichkeiten in Bezug auf das Geschäftsmodell beschrieben.

3.1 PILOTAKTIVITÄTEN

Im Rahmen des Projektes AlpBioEco wurde für die Durchführung wissenschaftlicher Analysen des Apfeltrester mit einem Forschungszentrum zusammengearbeitet, um fundierteres Wissen über das Rohmaterial zu erlangen. Unter anderem wurde untersucht, ob unterschiedliche Sorten von Apfeltrester unterschiedliche Produktionsparameter erfordern und welcher Rohstoff für die Weiterverarbeitung zu Einweggeschirr und biologisch abbaubaren Verpackungen am besten geeignet ist. Es wurden vier verschiedene Proben analysiert. Um die verschiedenen Proben zu vergleichen, wurden sie alle dem gleichen Verfahren unterzogen (gleiche Lösungsmittel, Temperatur und Dauer wurden für die Extraktionen verwendet). Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass der Trocknungsprozess des Apfeltrester einen Einfluss auf die Zusammensetzung der Inhaltsstoffe und Nährstoffe hat. Apfeltrester mit hohen Nährstoffgehalten, sollten nicht zum Verpacken verwendet werden. Stattdessen könnte dieser vorzugsweise zur Weiterverarbeitung von Produkten für den menschlichen Verzehr oder als Tierfutter verwendet werden, da ein hoher Gehalt von z.B. Zucker und Eiweiß wertvoll ist.

3.2 GESCHÄFTSMÖGLICHKEITEN UND MARKETING

Derzeit wird eine große Menge Apfeltrester zu Tierfutter verarbeitet. Für Apfelsaftproduzenten wäre der Verkauf von Apfeltrester an Verpackungsunternehmen (die Einweggeschirr und biologisch abbaubare Verpackungen herstellen und / oder verkaufen) eine attraktive Gelegenheit, um die Verwertung ihres Nebenprodukts zu erhöhen.

Die erste Wahl für die Vermarktung von Einweggeschirr und Verpackungsprodukten wäre Business-to-Business - „B2B“ Geschäftsmodelle. Beispielsweise können standardisierte Produkte über Gastronomielieferanten und über Großhändler verkauft und vertrieben werden. Eine zweite vielversprechende Gelegenheit wäre das B2B-Marketing durch die Zusammenarbeit mit Lebensmittelherstellern, die nachhaltigere, alternative Verpackungsmaterialien verwenden möchten. Eine große Chance liegt beispielsweise im Austausch herkömmlicher Joghurtbecher aus Kunststoff mit einem biologisch abbaubaren Becher aus Apfeltrester. Im Allgemeinen werden biologisch abbaubare Verpackungen als eine Möglichkeit angesehen, sich von der Konkurrenz abzuheben, da sie ein Alleinstellungsmerkmal auf dem Markt darstellen, was sich wiederum positiv auf ein Unternehmen auswirken kann.

3.3 ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN UND KONTAKTE

Weitere Informationen zum Geschäftsmodell Einweggeschirr und biologisch abbaubare Verpackungen finden Sie [hier](#).

Wenn Sie weitere Informationen zu diesem Geschäftsmodell oder zu unseren damit verbundenen Forschungsaktivitäten erhalten möchten, können Sie sich an den folgenden AlpBioEco-Projektpartner wenden:

- Österreich/Business Upper Austria/Heidrun Hochreiter/email: heidrun.hochreiter@biz-up.at | www.biz-up.at | www.lebensmittel-cluster.at

4. STATUS QUO

4.1 BIOÖKONOMIE

Europäische Bioökonomie Strategien im Vergleich

Vier Studenten der Universität Hohenheim analysierten und verglichen im Rahmen ihres Master Studiums für Bioökonomie ausgewählte nationale Bioökonomiestrategien (Frankreich, Österreich, Deutschland, Slowenien und Italien) zur Entwicklung einer nachhaltigen Bioökonomie. Ein vergleichender Überblick über die Strategien kann als Grundlage für die Entwicklung von Vorschlägen zur Verbesserung der bestehenden Strategien und für einen einfacheren Innovations- und Umsetzungsprozess nachhaltiger, ökologisch innovativer Geschäftsmodelle und zur Förderung der überregionalen und interdisziplinären Zusammenarbeit im Alpenraum sein.

Hierbei wurde festgestellt, dass die Ausarbeitung von Bioökonomiestrategien in den einzelnen Nationen unterschiedlich weit fortgeschritten ist, sowie unterschiedlich detailliert ist. Einige wenige Länder haben keine Bioökonomiestrategie definiert oder setzen keine Aktionspläne im Anschluss an die Strategie. Die Strategien sind auch stark abhängig von welchem Hintergrund sie verfasst worden sind, so konzentriert sich Deutschland stark auf die Industrialisierung der Ökoökonomie, während in Frankreich die Strategie vom Landwirtschaftsministerium veröffentlicht wurde und dementsprechend hier den Fokus setzt.

Die italienische Bioökonomie-Strategie

Laut der nationalen Strategie stützt sich die Bioökonomie in Italien auf alle großen Sektoren der Primärproduktion, d. h. Land- und Forstwirtschaft, Fischerei und Gewässerbewirtschaftung, Verarbeiter biologischer Ressourcen wie die Nahrungs- und Getränkemittel-, Holz-, Zellstoff- und Papierindustrie sowie Bioraffinerien und Teile der chemischen, biotechnischen, Energie-, Marine- und Schifffahrtsindustrie.¹

Die italienische Bioökonomie-Strategie konzentriert sich auf folgende Schwerpunkte:²

- Verbesserung von nachhaltiger Produktion und Produktqualität in jedem Sektor und Effizienzgewinn durch Vernetzung und optimale Nutzung der Sektoren,
- effektive Aufwertung der nationalen Artenvielfalt zu Land und zu Wasser, der Ökosystemleistungen und der Zirkularität durch Schaffung längerer und stärker lokal verankerter Wertschöpfungsketten,
- Regenerierung aufgegebener und peripher gelegener Landstriche und ehemaliger Industrieflächen,
- Investitionen in Forschung, Start-up-Projekte, Aus- und Weiterbildung sowie Kommunikation,
- Verbesserung der Koordination zwischen regionalen, nationalen und europäischen Interessenvertretern und Strategien sowie stärkere Einbindung der Öffentlichkeit und gezielte Marktentwicklung.

¹ „Bioeconomy in Italy: a unique opportunity to reconnect economy, society and environment“, Italienische Bioökonomie-Strategie (2019)

² „Bioeconomy in Italy: a unique opportunity to reconnect economy, society and environment“, Italienische Bioökonomie-Strategie (2019)

4.2 ROHMATERIAL

Südtirol ist das größte zusammenhängende Apfelanbaugebiet Europas³ und der Apfelanbau nimmt mit einer Anbaufläche von ca. 18.400 Hektar⁴ eine bedeutende Rolle ein.

Der Apfel ist das meistexportierte Südtiroler Produkt und wird in über 50 Länder weltweit exportiert.⁵

4.3 EINSCHÄTZUNG ZU MARKT- UND KONSUMENTENVERHALTEN

Der Regionalbeirat ist sich einig, dass biologisch abbaubare Verpackungen als substituierendes Element zur Plastikverpackung eine sehr gute und vor allem notwendige Idee ist. Vor dem Hintergrund der EU-Verpackungsrichtlinie (Richtlinie (EU) 2018/852 vom 30. Mai 2018) werden neue biogene Alternativen und Konzepte dringend benötigt, um deren Umsetzung zu ermöglichen.

Das Marktpotenzial wurde als hoch eingestuft. Der Regionalbeirat nennt verschiedene Unternehmen (Handel, Gastronomie), die Interesse an biologisch abbaubaren Verpackungen haben könnten. Auch Genossenschaften und Frischmarktproduzenten werden als gute Abnehmer gesehen, sofern wirtschaftlich umsetzbar.

In Südtirol wird bereits Apfelpapier erzeugt und vertrieben.

4.4 FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Forschung und Entwicklung im Bereich „Verpackungsmaterialien“ scheint in Südtirol nicht stark ausgeprägt zu sein. Dem Advisory Board war aktuell keine Forschungseinrichtung in Südtirol bekannt, die spezifisch zum Thema der Verpackungen tätig ist.

Des Weiteren wurde unterstrichen, dass wir in der Region nur Großhändler von Verpackungen haben, aber keine Hersteller von Verpackungsmaterialien. Mehrere Partner vom Verpackungsrohstoff bis zur fertigen Verpackung könnten für den Entwicklungsprozess hilfreich sein.

Hinsichtlich des Entwicklungsprozesses wurde des Weiteren angemerkt, dass im Sinne der Kreislaufwirtschaft und in Hinblick auf die Verlängerung der Nutzungsdauer Mehrwegverpackungen besser geeignet wären als Einwegverpackungen.

4.5 FÖRDERUNGEN UND GESETZLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Auf EU-, nationaler und regionaler Ebene gibt es viele Finanzierungsprogramme, die für die Umsetzung des Geschäftsmodells in Frage kommen.

Die [Homepage](#) der Südtiroler Landesverwaltung bietet einen Überblick über die regionalen Beiträge im Bereich Innovation und Forschung. Neben den Zulassungsvoraussetzungen werden die für die jeweilige Leistung erforderlichen Dokumente sowie die Kosten aufgelistet und Hinweise auf Gesetze und Verordnungen gegeben.

³ <https://www.suedtirolerapfel.com/media/4cdb4d2e-dd3e-4ebb-bd40-7f09d4317818/broschuere-apfeland-%20suedtirol.pdf>

⁴ <https://www.suedtirolerapfel.com/de/suedtirol-und-der-apfelanbau/anbaugebiet.html>

⁵ <https://www.apfelwelt.it/de/apfelwiki/apfelwirtschaft--2-98.html>

Des Weiteren hat Südtirol auch eine Forschungspartnerschaft mit vier Ländern aufgebaut: Deutschland, Österreich, Schweiz und Luxemburg. Diese Abkommen geben den Südtiroler Forschungseinrichtungen die Möglichkeit, sich gemeinsam mit Universitäten, Hochschulen oder Instituten der Partnerländer an Programmen und Ausschreibungen zu beteiligen.⁶

4.6 ÜBERSICHTSTABELLE

Untenstehende Tabelle wurde vom Regionalbeirat nach deren Erfahrungen, Einschätzungen und Wissenstand im Hinblick auf das Geschäftsmodell ausgefüllt. Da es sich bei diesem Beirat um Personen aus unterschiedlichen Fachrichtungen mit Blickwinkeln aus vielen Richtungen handelt, liefert sie einen guten Überblick über die derzeitige Ausgangslage in der Region.

In der Tabelle wurden die entsprechenden Angaben der jeweiligen Mitglieder des RAB eingefügt.

Unter der Begrifflichkeit „übermäßig/unproblematisch“ wird definiert, dass diese Bereiche in einem solchen Ausmaß vorhanden sind, dass ohne viel Arbeitsaufwand eine Umsetzung des Geschäftsmodells möglich ist bzw. dass die Rahmenbedingungen so vorliegen, dass sie nicht mehr geändert werden müssen.

Mit dem Begriff „Zu wenig/problematisch“ werden alle jene Bereiche zusammengefasst, in denen noch Änderungen vorgenommen werden müssen, damit das Geschäftsmodell umgesetzt werden kann.

	Übermäßig/ unproblematisch	Ausreichend	Mittel	Zu wenig/ problematisch
Rohmaterial in der Region	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓	
Rohstoffproduzenten in der Region	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓	
Markt, Konsumenten		✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓		
Konkurrenzprodukte	✓ ✓ ✓	✓	✓ ✓	
Händler, Abnehmer		✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓	
Interessierte Projektpartner	✓	✓ ✓	✓ ✓ ✓	
Mögliche Verarbeiter und Umsetzer des Geschäftsmodells		✓	✓ ✓ ✓ ✓	✓
Forschungseinrichtungen im Bereich des Geschäftsmodell		✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓	
Nationale Forschung / nationale Experten		✓	✓ ✓ ✓ ✓	

⁶ http://www.provinz.bz.it/news/de/news.asp?news_action=4&news_article_id=645299

	Übermäßig/ un- problematisch	Ausreichend	Mittel	Zu wenig/ problematisch
Internationale Forschung / Internationale Experten	✓	✓ ✓	✓ ✓	
Gesetzliche Rahmenbedingungen		✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓
Förderer der Geschäftsidee (Stakeholder/Bereiche/Person en)	✓	✓ ✓	✓ ✓ ✓	
Regionale Förderungen	✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓	
Nationale Förderungen		✓	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	
International Förderungen	✓ ✓	✓ ✓	✓	✓
Forschungsförderung	✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓	
Produktentwicklungsförderun g	✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓	
Marktreife- /Vermarktungsförderung	✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓	
Additional financing possibilities		✓	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	

5. REGIONALE EMPFEHLUNGEN UND VORSCHLÄGE

Im Folgenden werden, die im Rahmen des *Legos Serious Play Workshops* erarbeiteten positiven, günstigen sowie negativen, ungünstigen Umweltfaktoren für das Geschäftsmodell in Hinblick auf dessen Implementierung in die Region aufgelistet.

5.1 POSITIVE, GÜNSTIGE UMWELTFAKTOREN FÜR DAS GESCHÄFTSMODELL

a. Regionalität

Regionalität wird für Südtirol als ein wesentliches Differenzierungsmerkmal auf den Markt gesehen. In Südtirol sind viele Menschen im verarbeitenden Gewerbe und in der Landwirtschaft tätig und stellen Produkte mit regionalem Bezug her. Auch internationale Unternehmen aus dem Lebensmittelsektor sind in Südtirol ansässig. Da die aktuell eingesetzten Verpackungen derzeit aber nicht regional sind, könnte der Einsatz regionaler, nachhaltiger Verpackung eine Erfolgschance darstellen.

b. Rohware

Die Mehrheit des Advisory Boards sieht die Verfügbarkeit des Rohmaterials als unproblematisch an. Grundsätzlich ist in Südtirol neben der Rohware Apfel auch das im Rahmen des

Verarbeitungsprozesses anfallende Nebenprodukt Apfeltrester (in unterschiedlichen Trocknungsqualitäten) vorhanden.

c. Networking/Kompetenz

In Südtirol wurde bereits eine einzigartige Kompetenz rund um das Thema Apfel von der Produktion bis hin zur Vermarktung entwickelt. Über viele Jahre hinweg haben sich in der Apfelwirtschaft auch eine Vielzahl von Kooperationsstrukturen aufgebaut.

In Hinblick auf die in Südtirol bereits aufgebaute Kompetenz im Bereich Apfel könnte es durch die Vernetzung verschiedenster bereits vorhandener Partner/Ressourcen, beispielsweise aus den Bereichen der Landwirtschaft, Forschung & Entwicklung, Verarbeitung etc. mit (ggf. externen) Partnern aus dem Bereich der Verpackung möglich sein, entsprechende Kompetenzen im Verpackungsbereich aufzubauen.

d. Apfelkultur

In Südtirol besteht ein starker kultureller Bezug zum Thema Apfel, der den Südtirolerinnen und Südtirolern sehr am Herzen liegt. Eine ökologische Verpackung, bestehend aus Nebenprodukten der Wertschöpfungskette regionaler Äpfel wäre sehr gut geeignet, da diese eng in die lokale Kultur eingebettet wäre.

5.2 NEGATIVE, UNGÜNSTIGE UMWELTFAKTOREN FÜR DAS GESCHÄFTSMODELL

a. fehlende Verpackungshersteller

In der Region gibt es aktuell nur Großhändler, aber keine Hersteller von Verpackungsmaterialien. Mehrere Partner vom Verpackungsrohstoff bis zur fertigen Verpackung wären für den Entwicklungsprozess hilfreich.

b. Know-how & Investment

Der Bereich der Verpackungstechnologie stellt ein hochkomplexes und spezialisiertes Gebiet mit aktuell hohen Barrieren dar. Der Aufbau von Fertigungskapazitäten und einer Produktionslinie würde hohe Investitionskosten erfordern.

c. mangelndes Bewusstsein

Ein mangelndes Bewusstsein in unserer Gesellschaft hinsichtlich der Themen der Nachhaltigkeit und der aktuellen Herausforderungen, der wir uns diesbezüglich konfrontiert sehen ist zu erkennen, beispielsweise durch mangelnde Zahlungsbereitschaft für nachhaltige Verpackungen von Seiten der Produzenten und Kunden.

d. Nachhaltige Produktionskette

Entlang der Produktionskette des Apfels werden immer noch Pestizide und Herbizide eingesetzt. Für die Kommunikation einer nachhaltigen Produktionskette ist es nicht ausreichend, eine ökologische Verpackung zu haben, wenn entlang der Produktionskette immer noch der Einsatz von Pestiziden/Herbiziden erfolgt.

e. Plastik

Es wird schwer werden, einen Ersatz für Plastikverpackungen zu finden, da sich dieses Material als Verpackungsmaterial für Lebensmittel bisher bewährt hat. Des Weiteren kostet Plastik aktuell weniger im Vergleich zu nachhaltigen Verpackungsprodukten.

5.3 PRIORISIERUNG VON NEGATIVEN UMWELTFAKTOREN UND LÖSUNGSVORSCHLÄGE ZUR BEKÄMPFUNG NEGATIVER UMWELTFAKTOREN VON HOHER PRIORITÄT

Die zuvor genannten negativen, ungünstigen Umweltfaktoren wurden im Anschluss priorisiert, um für die negativen Faktoren mit hoher Priorität mögliche Lösungsansätze definieren zu können.

a. Bewusstseinsbildung

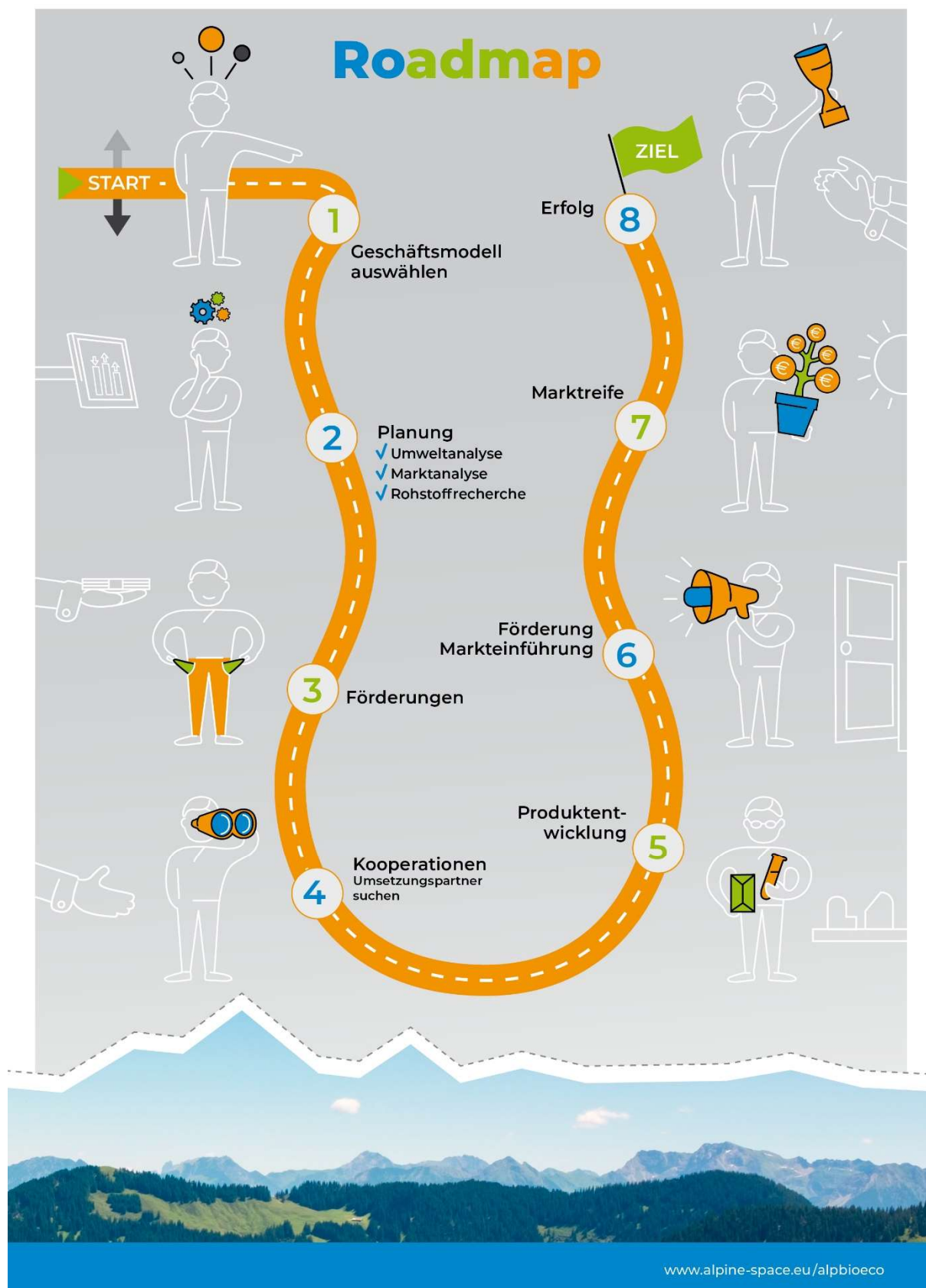
- Eine Veränderung unserer Kultur und unseres Bewusstseins entlang der Wertschöpfungskette (Produzent + Konsument) wird als notwendig angesehen. Hierbei wird eine Sensibilisierung nicht nur in Richtung Verpackung, sondern allgemein in Hinblick auf das Thema der Nachhaltigkeit empfohlen. Das Bewusstsein für die Themen der Nachhaltigkeit sollte schon in der Schule geschärft werden, um bereits der jungen Generation die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit vermitteln zu können. Auch durch Kurse, Schulungen etc. sollte eine Sensibilisierung zu diesem Thema stattfinden.
- Die Organisation eines „Runden Tisches“ zur Förderung eines offenen Dialogs, um den Austausch zwischen Akteuren/Interessensvertretern in Hinblick auf die Thematik der Nachhaltigkeit zu ermöglichen und das Bewusstsein zu schärfen, wird empfohlen. Der „Runde Tisch“ sollte allen Interessierten zugänglich sein.
- In Hinblick auf die Politik wird die Festlegung von Nachhaltigkeitszielen und -normen empfohlen. Dazu gehört auch eine gezielte Finanzierung.

b. Know-how

- Der Aufbau von sog. Schlüsselpartnerschaften wird empfohlen, d.h. das Einbringen von Fachwissen in Hinblick auf die Rohware Apfel (Anbau, Verarbeitung etc.) sowie Bereitstellung des regionalen Rohmaterials in Kombination mit Partnern aus dem Bereich der Verpackungsherstellung, die deren spezifisches Know-how in Richtung Verpackung einbringen.

6. ROADMAP

Für einen erfolgreichen Geschäftsaufbau von der Idee bis zur marktreifen Innovation sind einige Schritte notwendig. Die folgende Grafik liefert einen Überblick über wichtige Punkte, die zur Umsetzung beachtet werden müssen. Die hier abgebildeten Zahlen und Fakten unterstützen Sie bei den ersten Schritten zur Umsetzung der Geschäftsidee und ermöglichen erste Einschätzungen zur Rohstoffrecherche, Umwelt- und Marktanalyse.





1. Sie wollen sich und Ihr Unternehmen weiterentwickeln und haben sich dafür entschieden aus Apfeltrester biologisch abbaubare Verpackungen und Einweggeschirr herzustellen? Schritt für Schritt führt Sie diese Roadmap von der Auswahl des Geschäftsmodelles bis zur Markteinführung ihres Produktes.



2. Seien Sie sich bewusst in welchem Umfang Sie in den Markt einsteigen möchten und recherchieren Sie welche Menge an Apfeltrester und in welcher Qualität dieser für Sie zur Verfügung steht. Konkretisieren Sie ihr Produkt mithilfe einer Marktrecherche (Einweggeschirr, Netze, Kartonagen oder Folien?) und recherchieren Sie Details zum derzeitigen Stand der Technik, um Ihre Investition zielgenau auf Schiene zu bringen. Die Konsumenten fordern neue Lösungen im Bereich abbaubare Verpackung – analysieren Sie den Zeitgeist und planen Sie die Umsetzung.



3. Für die Entwicklung von biologisch abbaubaren Verpackungen ist noch weitere Forschung notwendig. Je nach Verpackungsart muss Apfeltrester in entsprechender Qualität vorliegen. Eine Analyse unterschiedlicher Apfeltrester ist unabdingbar. Eine Weiterentwicklung je nach Produktidee notwendig. Suchen Sie nach entsprechenden Partnern für die Forschung und reichen Sie ihr Projekt für eine Forschungsförderung ein.



4. Finden Sie den richtigen Partner um ihre Ideen zu konkretisieren.



5. Entwickeln Sie Ihr Produkt mithilfe Ihrer Partner. Hierbei müssen Arbeitsabläufe standardisiert werden. Es muss sichergestellt werden, dass es keine Qualitätsschwankungen im Produkt gibt.

6. Wählen Sie die richtigen Partner für die Markteinführung. Die erste Wahl für die Vermarktung von Einweggeschirr und Verpackungsprodukten wäre Business-to-Business - „B2B“ Geschäftsmodelle. Beispielsweise können standardisierte Produkte über Gastronomielieferanten und über Großhändler verkauft und vertrieben werden. Eine zweite vielversprechende Gelegenheit wäre das B2B-Marketing durch die Zusammenarbeit mit Lebensmittelherstellern, die nachhaltigere, alternative Verpackungsmaterialien verwenden möchten.



7. Fixieren Sie ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen und treten Sie gemeinsam mit Ihren Partnern in den Markt ein. Gezielte Marketingkampagnen informieren den Kunden und erhöhen die Marktchancen.



8. Sie haben sich und Ihr Unternehmen durch die Zusammenarbeit mit anderen Firmen und Forschungseinrichtungen weiterentwickelt und ein hervorragendes nachhaltiges Produkt bereichert den Markt.



ABOUT US

You want to know more details about our project?



Please find more detailed documents on our homepage:
www.alpine-space.eu/alpbioeco



Interested in the latest news?
Subscribe to the newsletter on our website.

Follow us on:



AlpBioEco
#AlpBioEco



AlpBioEco



YouTube AlpBioEco

Please
contact us,
we will be
happy to
advise you!

CONTACT

Anna Bäuerle ||| Project coordination ||| EU Interreg Project AlpBioEco ||| alpbioeco@sigmaringen.de

PROJECT PARTNERS



PROJECT FUNDERS



EUROPEAN UNION

This project is co-financed by the European Regional Development Fund (ERDF) through the Interreg Alpine Space programme.
Support from the European Union:
1.820.666 €



Federal Ministry
of the Interior, Building
and Community

This project is funded by the "Federal Transnational Cooperation Programme" of the German Federal Ministry of the Interior, Building and Community

