



Kanton Zürich
Volkswirtschaftsdirektion
Amt für Wirtschaft und Arbeit

Agro-Food-Ökosystem im Kanton Zürich

Stärken, Schwächen, Chancen



Inhalt

Ausgangslage	4
Bedürfnisanalyse Agro-Food im Kanton Zürich: Setting	4
Teil 1	
Status quo der Wertschöpfungskette	6
Datenanalyse der Agro-Food-Wertschöpfungskette im Kanton Zürich	6
Verteilung im Kanton Zürich	7
Teil 2	
Umfrage	8
Umfrage Agro-Food und Innovation im Kanton Zürich	8
Vom Rohstoff zum Produkt	10
Innovation	11
Vernetzung der Wertschöpfungskette	14
Umgebungsbedingte Hindernisse	15
Finanzierung	16
Öffentliche Fördermittel	17
Anlaufstellen und Angebote	18
Teil 3	
Workshop	20
Ergebnisse aus dem Workshop	20
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	22
Impressum	23

Ausgangslage

Wir alle beschäftigen uns täglich mit dem Essen. Ernährung war schon immer ein zentrales Thema, hat in den letzten Jahren aber noch einmal an Bedeutung gewonnen, denn das Ernährungssystem mit herkömmlichen Methoden stösst an seine Grenzen. Nicht nur eine wachsende Bevölkerung, sondern auch Klimaerwärmung, knapper werdende Bodenressourcen und sich verändernde Konsumbedürfnisse tragen zu den zukünftigen Herausforderungen bei.

Innerhalb der Food-Branche und entlang der gesamten Agro-Food-Wertschöpfungskette gibt es im Kanton Zürich eine vielfältige Mischung aus traditionellen und jungen, grossen und kleinen Unternehmen. Landwirtschaftliche Betriebe, lokal produzierende Unternehmen und eine lebendige Gastro-Szene tragen zum starken Mix ebenso bei wie ein dichtes Netz an Detailhändlern und innovativen Kleingeschäften. Hervorzuheben sind auch die vielen jungen Spin-offs, die in den letzten Jahren aus den Hochschulen entstanden sind und zu einem dynamischen, schnell wachsenden Ökosystem rund um die Hochschulen beitragen. Die Hochschulen sind somit wichtige Treiber für Innovationen und leisten einen massgeblichen Beitrag zum Talentpool.

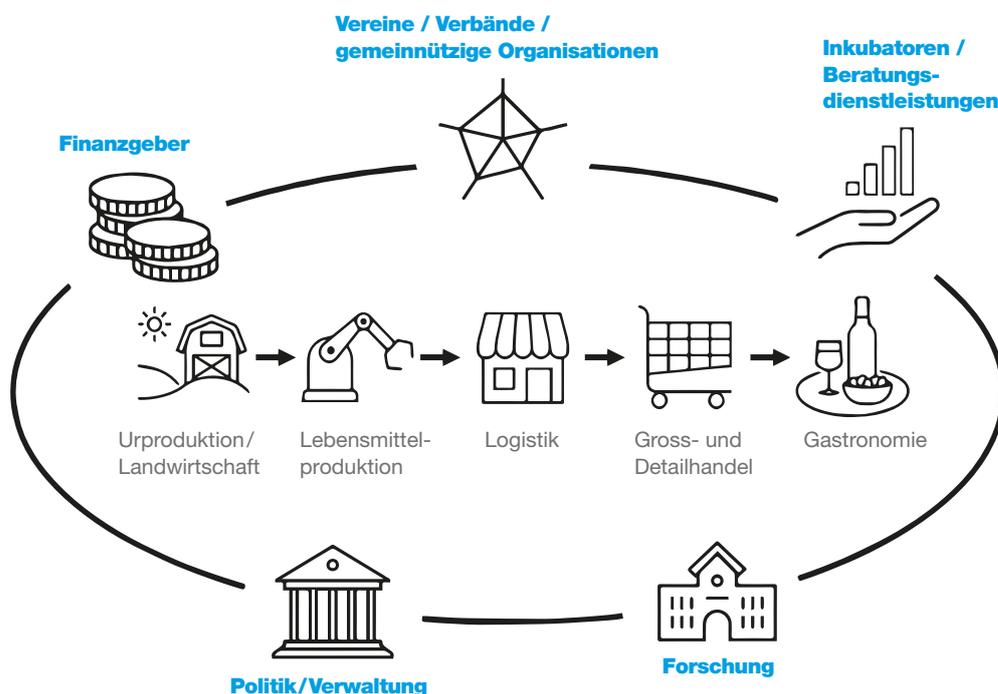
Mit Fokus auf die Zürcher Agro-Foodtech-Szene wurde Swiss Food Research mit einer Analyse beauftragt. Durch die dreiteilige Studie soll ein besseres Verständnis dafür gewonnen werden, welche Stärken, Schwächen und Herausforderungen im Food-Bereich im Kanton Zürich bestehen. Dabei wurden insbesondere Themen wie die Standortattraktivität und weitere relevante Faktoren, wie die Möglichkeiten der Vernetzung und des Innovierens, adressiert.

Bedürfnisanalyse Agro-Food im Kanton Zürich: Setting

Die Bedürfnisanalyse Food im Kanton Zürich besteht aus drei Teilen:

1. Status quo der Agro-Food-Wertschöpfungskette im Kanton Zürich: Mittels einer Datenanalyse wurden knapp 11 000 Unternehmen analysiert.
2. Online-Umfrage «Agro-Food und Innovation im Kanton Zürich»: Im zweiten Teil der Studie wurden knapp 11 000 Unternehmen aus der gesamten Agro-Food-Wertschöpfungskette und Organisationen aus dem Dienstleistungsbereich befragt.
3. Workshop zur Identifikation von Problemen: Zu ausgewählten Themenfeldern wurden Möglichkeiten und Lösungen mit Akteuren aus der gesamten Wertschöpfungskette erarbeitet.

Dadurch konnten unterschiedliche Aspekte und Hürden innerhalb des Themenfeldes Agro-Food und Ernährung aufgezeigt werden.



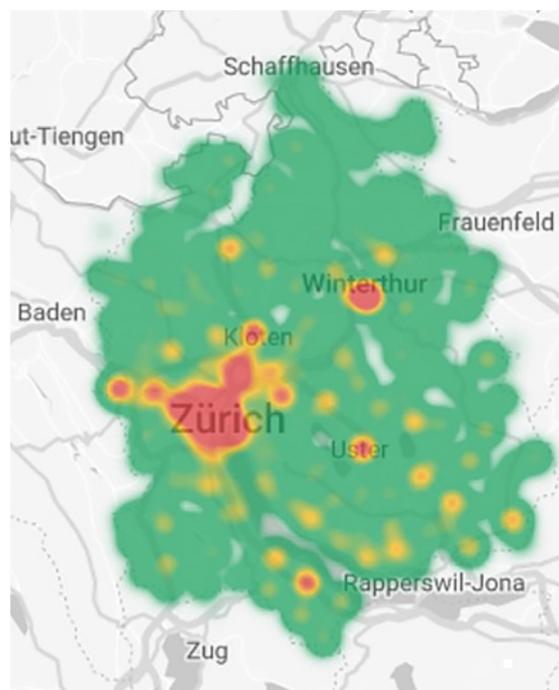


Teil 1: Status quo der Wertschöpfungskette

Datenanalyse der Agro-Food-Wertschöpfungskette im Kanton Zürich

Die Agro-Food-Wertschöpfungskette im Kanton Zürich wurde durch eine umfassende Analyse von 10 848 Unternehmen beleuchtet. Basierend auf der NOGA2008-Klassifizierung, die vom Stand 1.6.2022 ausgeht, wurden die relevanten Unternehmen innerhalb der Kette von Urproduktion/Landwirtschaft, Lebensmittelverarbeitung, Handel, Detailhandel und Gastronomie genau untersucht.

Wesentliche Zentren dieser Wertschöpfungskette sind die Städte Zürich und Winterthur sowie Wädenswil, Altstetten und Schlieren.



Verteilung der Betriebe innerhalb der Agro-Food-Wertschöpfungskette im Kanton Zürich

Quelle: Betriebs- und Unternehmensregister (BurWeb)

Verteilung 0 461

Entwicklung der Agro-Food-Wertschöpfungskette über die letzten Jahre

Auf der Verarbeitungsstufe konnte eine Zunahme von über 100% festgestellt werden. Bestehende Zentren für die unterschiedlichen Knotenpunkte der Wertschöpfungskette wurden dabei erweitert. Potenzial besteht hier bei der Nutzung von bestehenden Wertschöpfungsketten. Exemplarisch können dabei Getreide und Backwaren für die Trockenverarbeitung oder Milch und Milchprodukte für die Nassverarbeitung genannt werden. Die Herausforderung besteht in der logistischen Überbrückung zwischen Ort der Entstehung, Orten der Verarbeitung und Ort der Vermarktung oder Konsumation (Gastronomie).

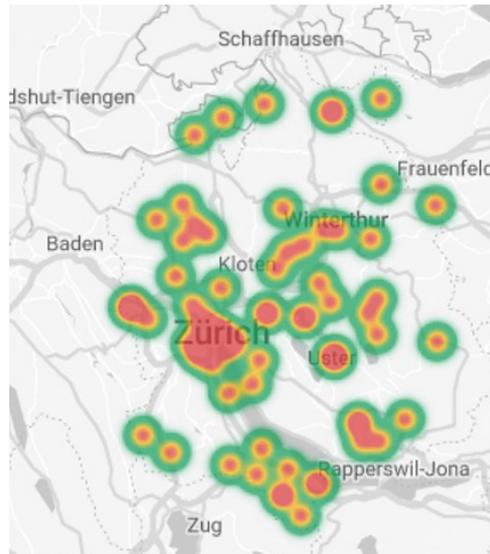
Eine starke Zunahme der Anzahl Detailhändler über die letzten fünf Jahre konnte in der Stadt Zürich (+302) und den Regionen Zürcher Oberland (+77) sowie Glattal (+100) festgestellt werden.

Urproduktion/Landwirtschaft



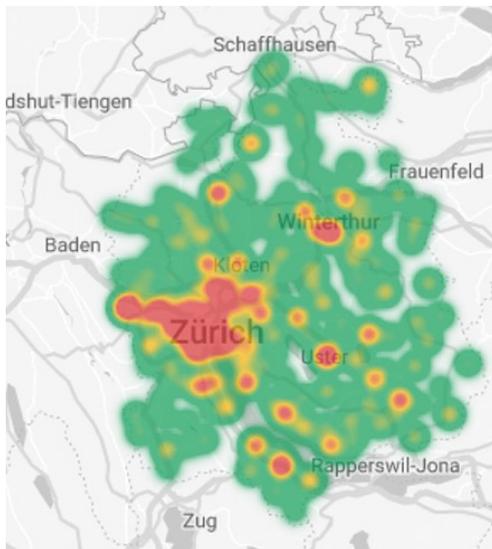
Verteilung 0 63

Handel



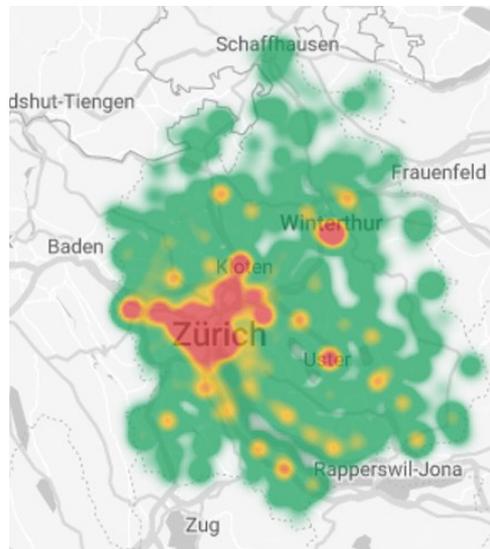
Verteilung 0 3

Lebensmittelproduktion



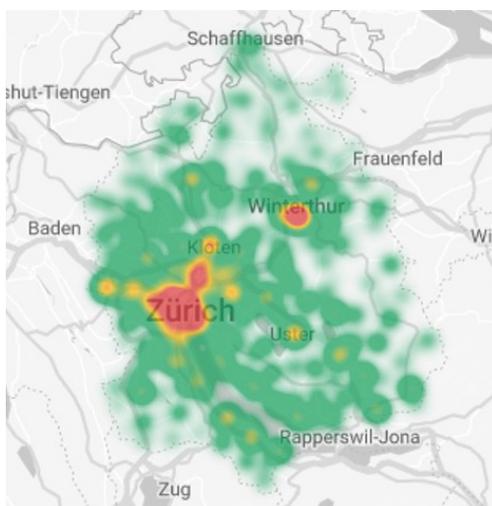
Verteilung 0 26

Detailhandel



Verteilung 0 115

Gastronomie



Verteilung 0 324



Lokalisierte Zunahme von Detailhändlern

- Stadt Zürich (+302)*
- Zürcher Oberland (+77)*
- Glattal (+100)*

Verarbeitungsstufe

- 100% Zunahme*

Nutzung von vorhandenen Wertschöpfungsketten

- Trockenverarbeitung (Getreide und Backwaren)
- Nassverarbeitung (Milch und Milchprodukte)

* in fünf Jahren

Teil 2: Umfrage

Agro-Food und Innovation im Kanton Zürich

Zur Erfassung der Bedürfnisse wurden zwei Online-Umfragen zu Food und Innovation im Kanton Zürich durchgeführt: In der ersten Umfrage haben Unternehmen aus der Wertschöpfungskette teilgenommen, in der zweiten Umfrage waren die Teilnehmenden Unternehmen und Organisationen aus dem Bereich Dienstleistungen. Die Umfrage wurde an rund 400 Unternehmen und Organisationen versendet.

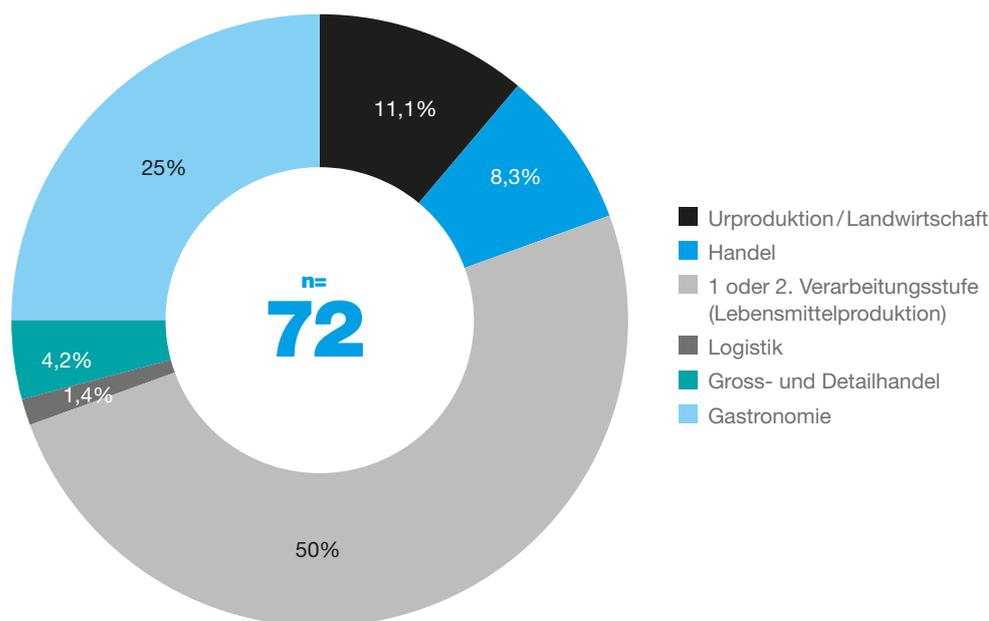
Wertschöpfungskette

Bei der Umfrage mit Fokus auf die Wertschöpfungskette haben 72 Unternehmen teilgenommen. Davon stammen 50% aus dem Lebensmittelproduktionssektor (1. oder 2. Verarbeitungsstufe) und 25% aus der Gastronomie. Die Umfrage wurde zu über **83% von den geschäftsleitenden Personen** und zu rund 10% aus dem mittleren und oberen Kader beantwortet.

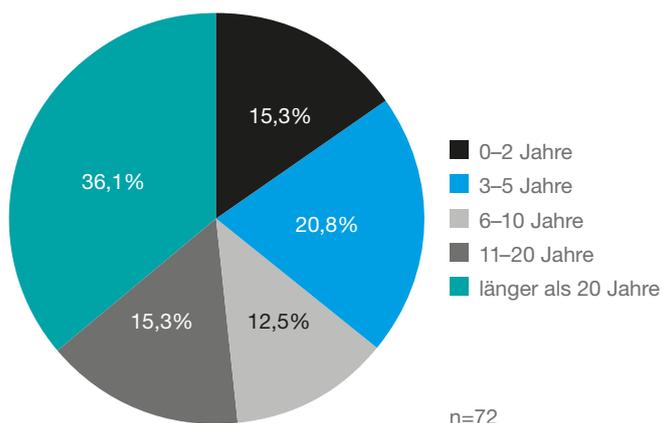
33% der Teilnehmenden arbeiten für eine Organisation mit fünf oder weniger Mitarbeitenden. 19% zählen zwischen 51 und 200 Mitarbeitende und 15% (elf Firmen) haben 200 oder mehr Mitarbeitende.

Mehr als ein Drittel (36%) der teilnehmenden Unternehmen bestehen bereits seit über 20 Jahren und 33% zwischen drei und zehn Jahren. 15% (elf Firmen) bestehen seit weniger als zwei Jahren.

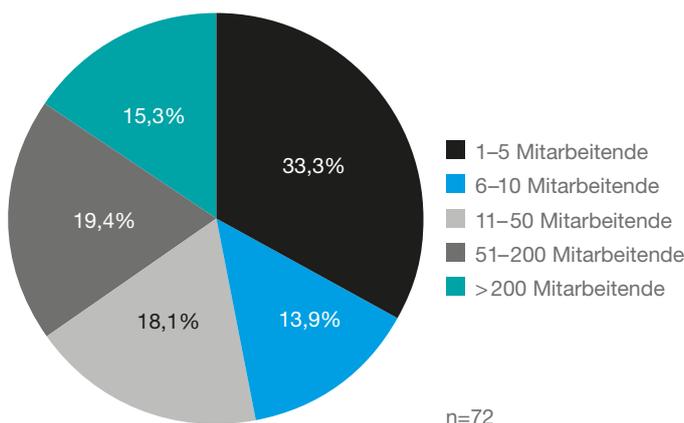
Teilnehmende Unternehmen aus der Wertschöpfungskette



Alter der Organisation



Grösse der Organisation



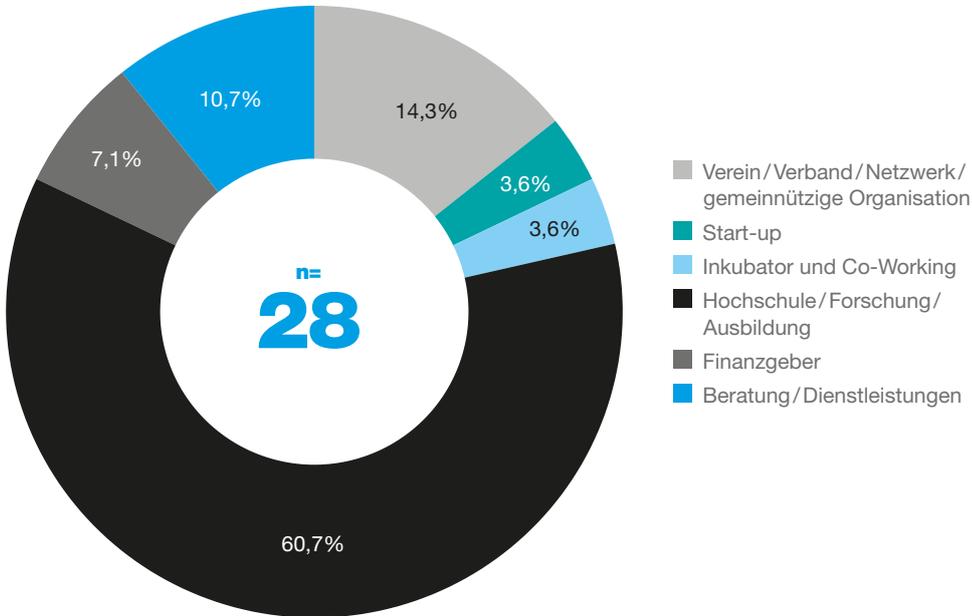
Dienstleistungen

Die zweite Umfrage, mit Fokus auf die Dienstleistungen, wurde von 28 Unternehmen ausgefüllt. Davon stammten 61% aus dem Bildungssektor. **Die grosse Mehrheit der Teilnehmenden (93%) ist in leitender Funktion tätig.**

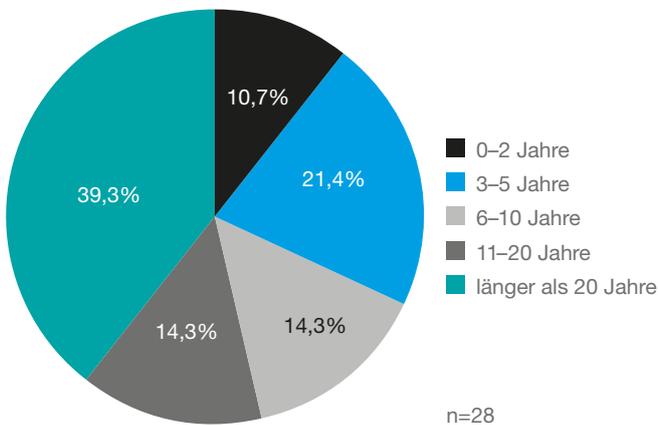
32% der Unternehmen haben zwischen 1 und 10 Mitarbeitende und 36% der teilnehmenden Unternehmen über 200 Mitarbeitende.

39% der teilnehmenden Organisationen bestehen bereits seit über 20 Jahren und nur 11% der Unternehmen befinden sich in den ersten zwei Jahren der Geschäftstätigkeit.

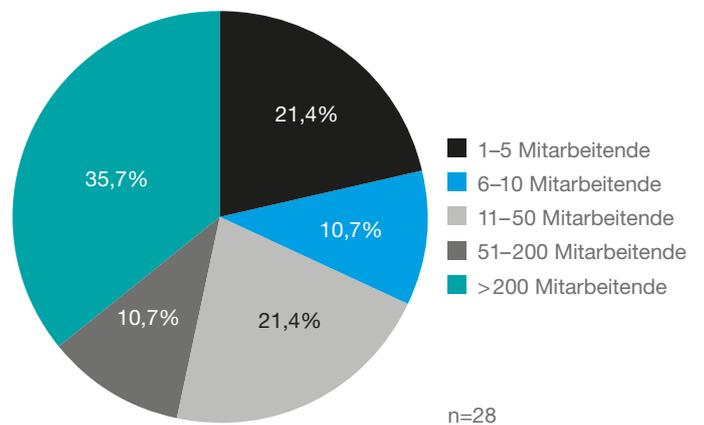
Teilnehmende Unternehmen aus Dienstleistungssektor



Alter der Organisation



Grösse der Organisation

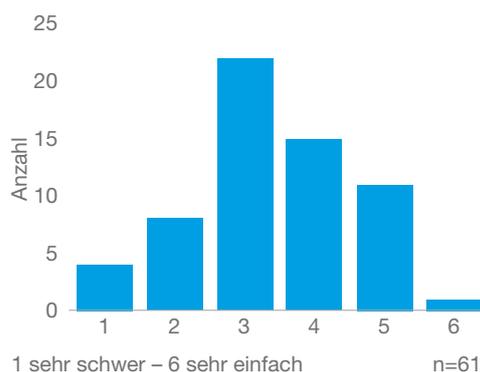


Vom Rohstoff zum Produkt

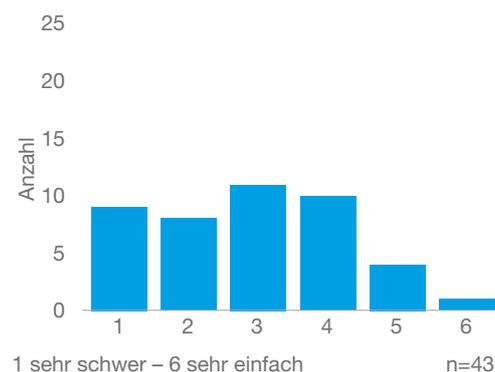
47% der teilnehmenden Unternehmen aus der Wertschöpfungskette stossen bei der Produktherstellung auf Schwierigkeiten, die benötigten Rohstoffe zu beschaffen. Für die Verarbeitung dieser Rohstoffe einen geeigneten Produktionsplatz zu finden, wurde zudem als wesentlich schwieriger empfunden als die Suche nach Büroplätzen. Zusätzlich ist der Zugang zu geeigneten Maschinen erschwert.

Nicht überraschend ist, dass der Zugang zu Testmärkten für kleinere Unternehmen (weniger als 50 Mitarbeitende) sehr schwierig ist. Ein Produkt nach erfolgreichem Test in Regalfächchen und Einzelhandel zu platzieren, bereitet allen Unternehmen, unabhängig ihrer Grösse, Schwierigkeiten.

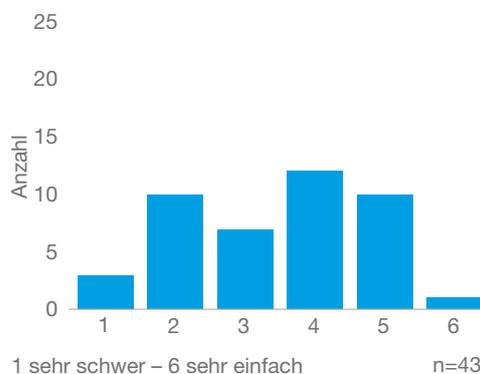
Wie schwierig/einfach ist es, Rohstoffe/Materialien (im o.g.Sinne) zu finden, die Ihren Bedürfnissen/Anforderungen (Losgrösse, Qualität, CH vs. international) entsprechen?



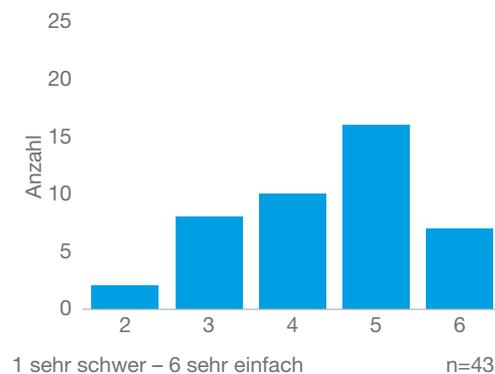
Wie schwierig/einfach ist es, Platz für die Produktion zu finden?



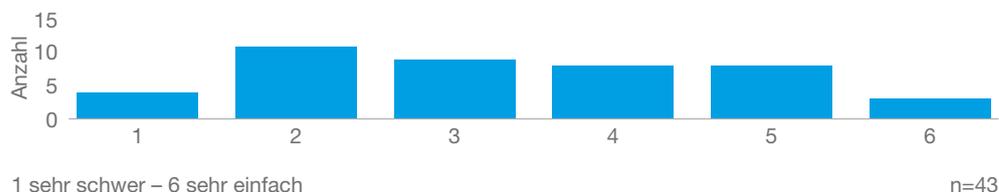
Wie schwierig/einfach ist es, Platz für Lager zu finden?



Wie schwierig/einfach ist es, Platz für Büros zu finden?



Wie schwierig/einfach ist es, Zugang zu erhalten bzw. Maschinen zu erwerben, die Ihren Bedürfnissen/Anforderungen entsprechen (Produktionsgrösse, Technologie, Leistung)?



- Schwierigkeiten, an Rohstoffe zu kommen, bei 47%
- **Produktionsplätze** schwieriger zu finden als Büroplätze
- Erschwerter Zugang zu Maschinen
- Zugang zu **Testmärkten** schwierig für kleine Firmen (<50 Mitarbeitende)
- **Zugang zu Retail schwierig für Unternehmen aller Grössen**

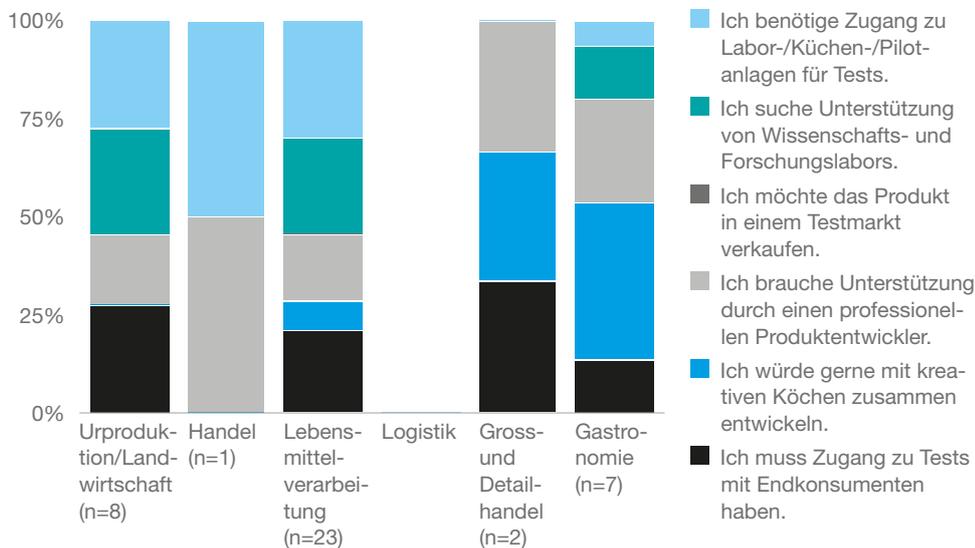
Innovation

Innovation ist ein zentrales Thema, um am Markt zu bestehen. Produkt- und Prozessinnovation sind dabei für eine Mehrheit der teilnehmenden Unternehmen aus der Wertschöpfungskette von grosser Bedeutung. Je nach Segment der Wertschöpfungskette konnten aber Unterschiede festgestellt werden. Als Beispiel kann hier der Fokus der Gastronomie auf neue Vertriebswege genannt werden.

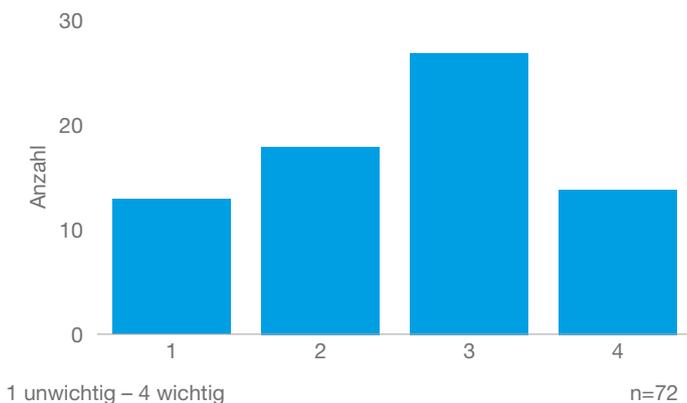
Zur Realisierung von Innovationen werden vorzugsweise internes Fachpersonal wie auch Forschungsorganisationen hinzugezogen. Auffallend jedoch ist, dass die Konsumentinnen und Konsumenten nirgends die direkt wichtigsten Ansprechpersonen für Innovation zu sein scheinen, aber dennoch im Rahmen von Tests miteinbezogen werden. Eine unabhängige und beratende Unterstützung bei Innovation wird von der Mehrheit der Befragten als wichtig empfunden.

Die Nutzung und die Valorisierung von Nebenströmen schreiten zudem weiter voran. 63% der Befragten gaben an, Nebenströme schon zu nutzen oder beabsichtigen zu nutzen. Die grösste Hürde dabei scheint die Gesetzgebung zu sein, z. B. Art. 15 Abs. 1 Bst. b LGV betreffend «Lebensmittel, die aus Mikroorganismen, Pilzen oder Algen bestehen, darauf isoliert oder damit hergestellt wurden».

Was suchen Sie bei der Entwicklung neuer Lebensmittelprodukte am meisten? (Mehrfachauswahl möglich)



Wie wichtig wäre Ihnen eine unabhängige und beratende Unterstützung im Innovationsbereich?



- Produkt- und Prozessinnovation sind zentral.
- **Internes** Fachpersonal und Forschungsorganisationen werden gerne hinzugezogen für Innovation.
- **Miteinbezug von Konsumenten hat noch weiteres Potenzial.**
- **Unabhängige, beratende Unterstützung** wird sehr geschätzt.
- Nutzung von **Nebenströmen** schreitet voran.
- Grosse Hürde: **Gesetzgebung und Regulation**





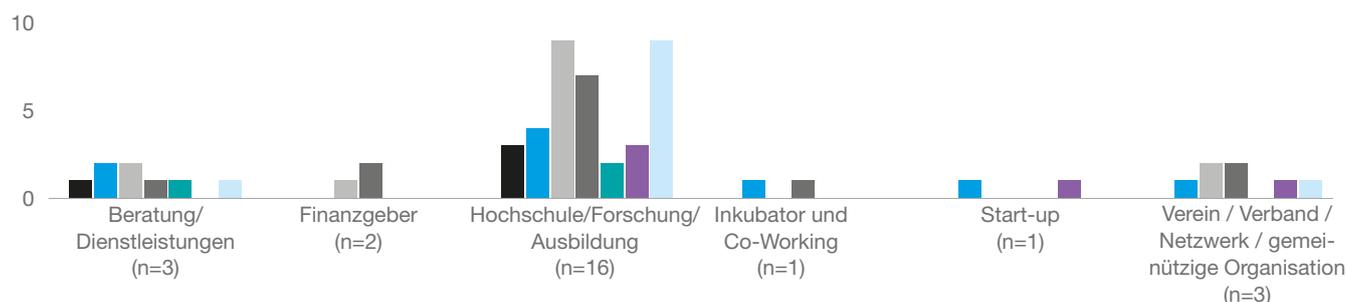
Vernetzung der Wertschöpfungskette

Vernetzung auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene ist ein wichtiges Element in der Effizienzgewinnung und Markterschliessung. Die Akteure aus beiden Bereichen, Wertschöpfungskette und Dienstleistungen, fühlen sich regional im Kanton gut vernetzt. Auf nationaler und internationaler Ebene haben die Akteure der Wertschöpfungskette ein verstärktes Bedürfnis der Vernetzung. Vernetzung in den Bereichen Industrie, Finanzierungsmöglichkeiten und Talenten ist stark nachgefragt. Dienstleister aus der Forschung und Entwicklung wünschen sich eine bessere Vernetzung in Industrie, Wissenschaft und Politik.

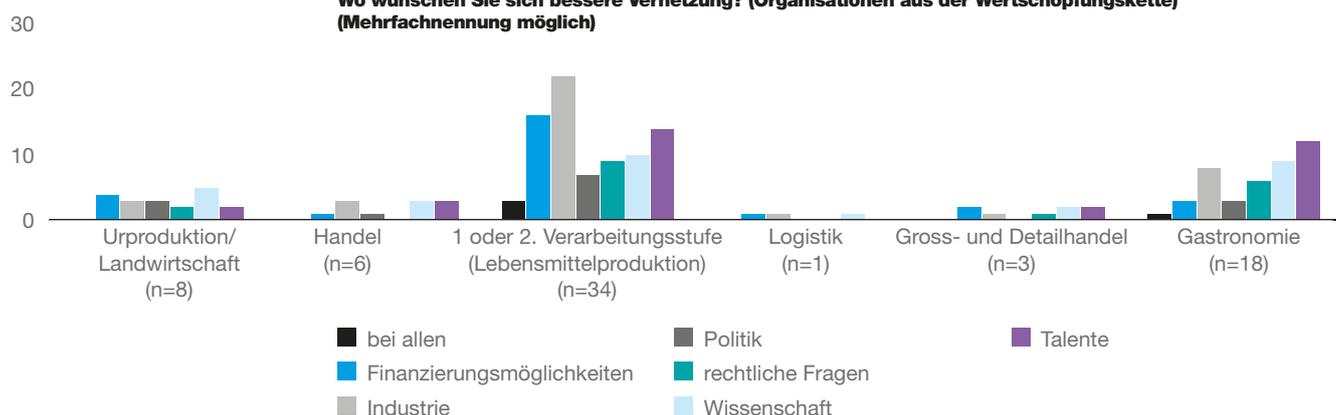
Wie gut fühlen Sie sich vernetzt? (Unternehmen aus der Wertschöpfungskette)



Wo wünschen Sie sich bessere Vernetzung? (Organisationen aus dem Dienstleistungssektor) (Mehrfachnennung möglich)



Wo wünschen Sie sich bessere Vernetzung? (Organisationen aus der Wertschöpfungskette) (Mehrfachnennung möglich)



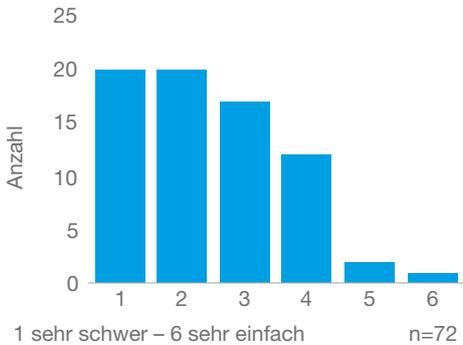
- **Generell gute Vernetzung** im Kanton
- Bedürfnis nach **besserer Vernetzung national und international** besonders in folgenden Bereichen gewünscht:
 - Industrie
 - Finanzierungsmöglichkeiten
 - Talente
- Bei Dienstleistenden aus Forschung und Entwicklung wird **bessere Einbindung in Industrie, Wissenschaft und Politik** gewünscht.

Umgebungsbedingte Hindernisse

Zugang zu qualifizierten Mitarbeitenden und Technologien sind weitere Hürden. Die Akteure der Wertschöpfungsketten haben hier erhebliche Probleme, qualifizierte Mitarbeitende zu finden, während der Zugang zu den richtigen Technologien eher machbar zu sein scheint.

Wertschöpfungskette

Wie schwierig/einfach ist es, qualifizierte Mitarbeitende zu finden

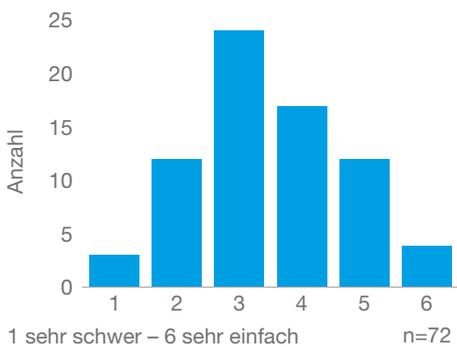


Dienstleistende

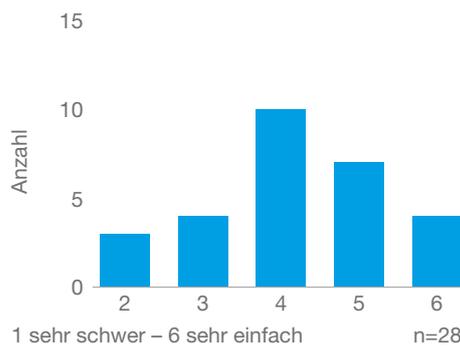
Wie schwierig/einfach ist es, qualifizierte Mitarbeitende zu finden



Wie schwierig/einfach ist es, Zugang zu Technologien zu erhalten bzw. Technologien zu erwerben, die Ihren Bedürfnissen/Anforderungen entsprechen (Produktionsgrösse, Technologie, Leistungen)?



Wie schwierig/einfach ist es, Zugang zu Technologien zu erhalten bzw. Technologien zu erwerben, die Ihren Bedürfnissen/Anforderungen entsprechen (Produktionsgrösse, Technologie, Leistungen)?

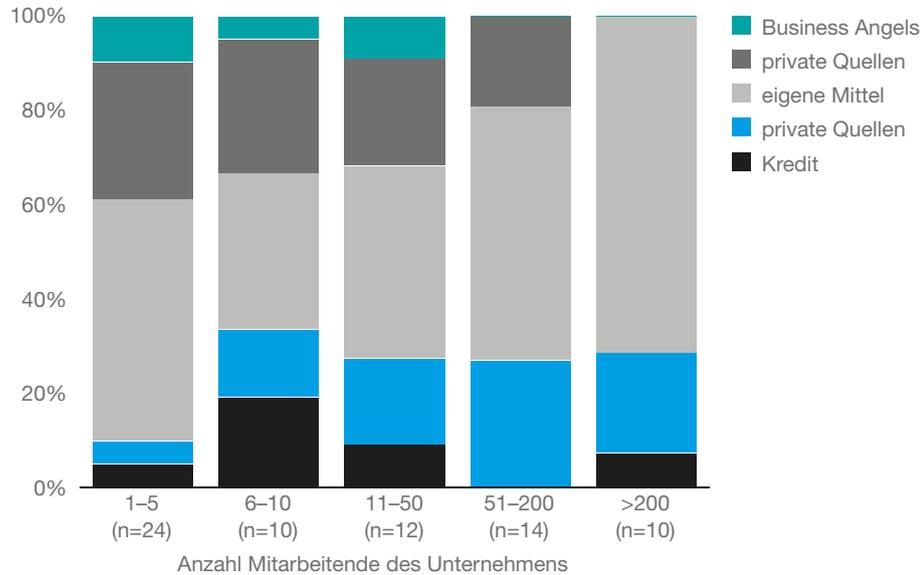


- Unternehmen empfinden den **Zugang zu Mitarbeitenden** als eher mühsam.
- **Zugang zu Technologien** scheint eher machbar.
- Für Dienstleistende scheint es in beiden Bereichen besser zu gehen.

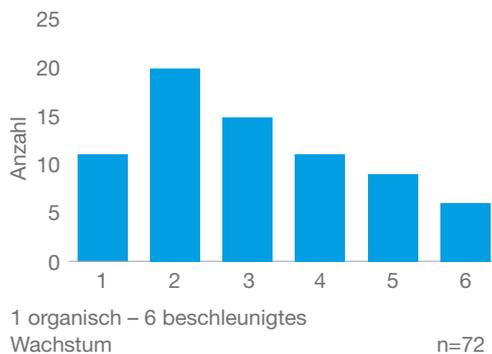
Finanzierung

Das beliebteste Mittel zum Wachstum der Unternehmen aus der Wertschöpfungskette sind eigene Mittel und aus privaten Quellen. Venture Capital ist vor allem stark auf der 1. und 2. Verarbeitungsstufe verbreitet. Hierbei muss beachtet werden, dass auch eine grössere Anzahl von Start-ups in dieser Stufe auf die Umfrage geantwortet haben. Mehrheitlich wird ein organisches Wachstum angestrebt, wobei immer noch vermehrt Hemmnisse zur Finanzierung von Innovationen wahrgenommen werden.

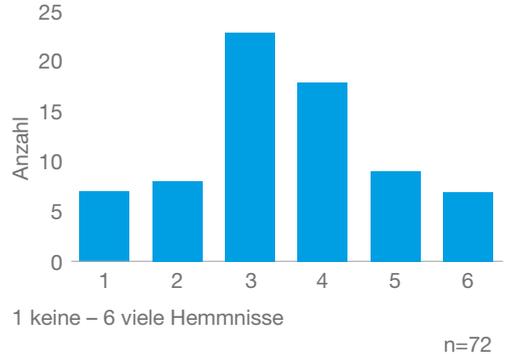
Welche finanziellen Ressourcen nutzen Sie, um Ihr Unternehmen auszubauen?



Wie wollen Sie Ihr Unternehmen wachsen lassen?



Hemmnisse (z. B. Suche nach richtiger Finanzierungsform, Antragsverfahren und Administration, Handhabung von Schutzrechten) für die Finanzierung von Innovation im Agrar- und Lebensmitteltechnologiesektor bewerten.

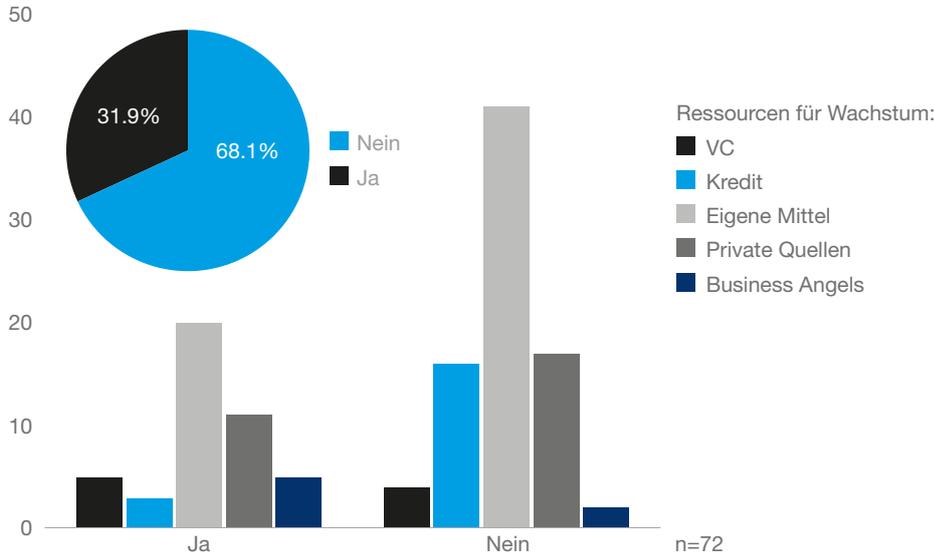


- **Eigene Mittel** und **private Quellen** sind das beliebteste Mittel zur Finanzierung.
- **Venture Capital** ist vor allem auf der 1. und 2. Verarbeitungsstufe wichtig.
- Meist wird ein **organisches Wachstum** angestrebt.

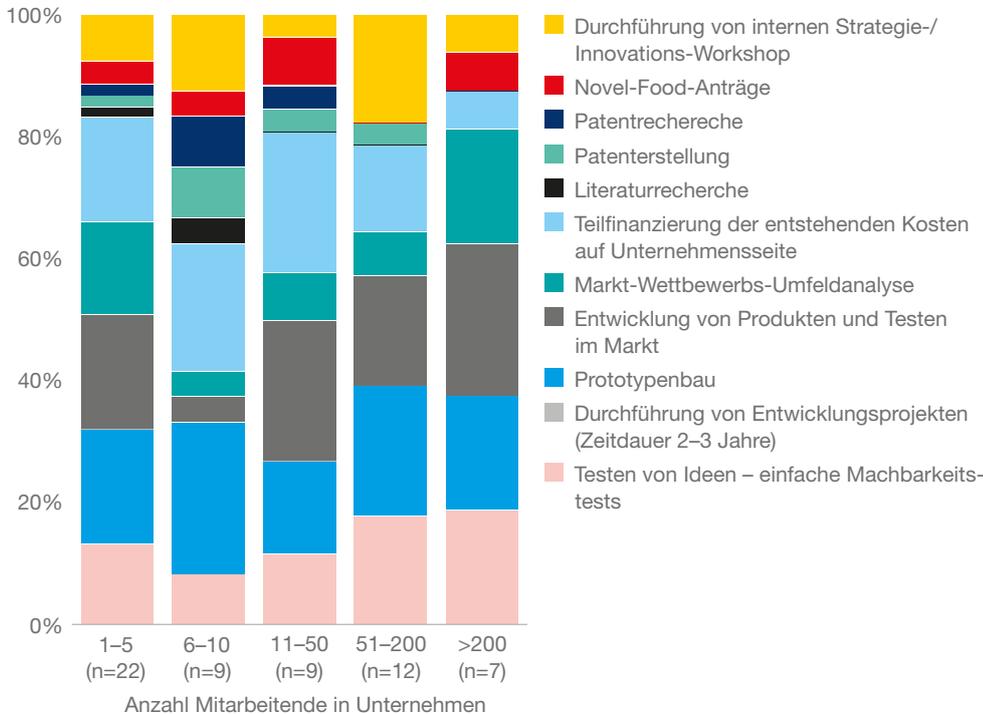
Öffentliche Fördermittel

Auf die Frage, «Haben Sie schon öffentliche Fördermittel für Entwicklungsprojekte genutzt?» antworten die teilnehmenden Firmen aus der Wertschöpfungskette zu 68% mit einem Nein. Verglichen mit den Daten welche Ressourcen für Wachstum genutzt werden kann die Hypothese aufgestellt werden, dass vor allem eigene Mittel eingesetzt werden, um Entwicklungsprojekte durchzuführen. Bedarf an mehr und neuen Fördermittel scheinen vor allem bei der Entwicklung von Produkten und Testen im Markt, Durchführung von Entwicklungsprojekten (Zeitdauer 2–3 Jahre) und Teilfinanzierung der entstehenden Kosten auf Unternehmensseite gewünscht zu sein

Haben Sie schon öffentliche Fördermittel für Entwicklungsprojekte genutzt?



In welchem Bereich würden Sie sich mehr öffentliche Fördermittel wünschen?

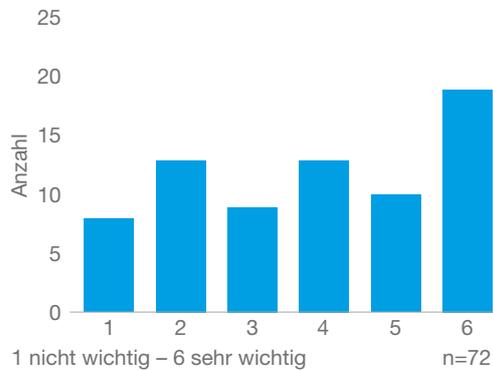


- **68% der Unternehmen** haben noch nie öffentliche Fördermittel für Entwicklungsprojekte genutzt.
- Vor allem für **Entwicklung von Produkten, Testen im Markt**, Durchführung von **Entwicklungsprojekten und Teilfinanzierung** der entstehenden Kosten wünschen Unternehmen mehr Fördermittel.

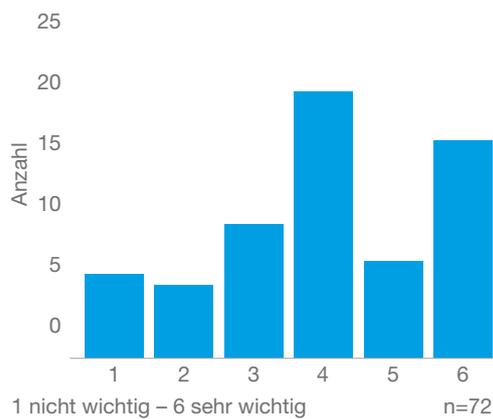
Anlaufstellen und Angebote

Anlaufstellen für Fragen bezüglich Unternehmertum, Innovation und Finanzierungsmöglichkeiten werden als sehr wichtig betitelt, wobei ein leicht verstärktes Bedürfnis für Anlaufstellen zu Fragen bezüglich Innovation und Finanzierung besteht. Der Kanton Zürich hat schon ein weites Portfolio an Veranstaltungen und Angeboten rund um das Thema Ernährung, diese Angebote werden von Start-ups und KMU genutzt.

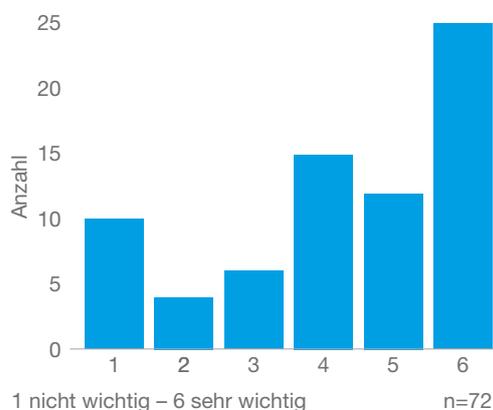
Wie wichtig ist Ihnen eine zentrale Anlaufstelle für alle Fragen bezüglich Unternehmertum im Kanton?



Wie wichtig ist Ihnen eine zentrale Anlaufstelle für alle Fragen bezüglich Innovation im Kanton?



Wie wichtig ist Ihnen eine zentrale Anlaufstelle für alle Fragen bezüglich Finanzierungsmöglichkeiten im Kanton?



- Anlaufstellen für **Unternehmertum, Innovation** und **Finanzierungsmöglichkeiten** werden als wichtig erachtet.
- **Innovation** und **Finanzierungsmöglichkeiten** werden leicht stärker gewichtet.
- Die **bestehenden Angebote des Kantons** werden von verschiedenen Unternehmen genutzt.



Teil 3: Workshop

Ergebnisse aus dem Workshop

Im Nachgang zur Online-Umfrage wurde mit 21 Vertretenden aus der gesamten Wertschöpfungskette und Dienstleistungsakteuren ein Workshop durchgeführt, in dem Probleme, Möglichkeiten sowie Lösungen identifiziert und diskutiert wurden. Der Fokus lag auf den vier Themenfeldern:

- Zugang zum Markt, Konsumenten und Testmärkten
- Ausbildung und Talente sowie Forschung und Entwicklung
- Finanzierung und Wachstum
- Wirtschaftsraum Zürich effizient nutzen und gestalten – Regionen und Zentrum zum Vorteil nutzen

1. Zugang zu Markt, Konsumenten und Testmärkten

Die Dominanz von zwei Detailhändlern wurde in beiden Gruppen als eine der grössten Hürden hervorgehoben. Einflüsse auf Logistikkosten, Marktvorherrschaft und Verzerrung des Markts waren genannte Probleme. Herausforderungen stellen die verschiedenen regulatorischen Hürden, von Lebensmittelrecht bis landwirtschaftliche Gesetzgebung, sowie hohe Kosten für Marketing dar.

Als Chancen und Möglichkeiten wurden diskutiert:

- Konsumenten verhalten sich nicht kongruent – Was sie sagen und was sie tun, ist nicht deckungsgleich (will mehr Bio, aber kaufe konventionell) – Wie könnten die Konsumentinnen und Konsumenten ihr Wollen und Tun in mehr Übereinstimmung bringen?
- Wie kann die Vernetzung besser gestaltet werden?
- Wie können Unternehmen konkret unterstützt werden, die nicht das PR-Budget eines Grosskonzerns haben?

Die Schaffung von regionalen Verteilzentren und Verknüpfung von regional mit natürlichen und gesundheitsfördernden Aspekten, das Anbieten von Veranstaltungsreihen und Austauschplattformen waren genannte **Lösungen**.

2. Ausbildung, Talente und Forschung und Entwicklung

Die Teilnehmenden haben in diesem Themenfeld vor allem die Wirksamkeit, fehlender Überblick über Aktivitäten in Forschung und Entwicklung sowie Transfer in die Praxis hervorgehoben.

Als Chancen und Möglichkeiten wurden diskutiert:

- Wie kann der Sektor interessanter präsentiert werden?
- Können Frauen besser unterstützt werden?
- Wie zeigen wir den Zürcher Stakeholdern auf, in welche Richtung die Entwicklung/Transformation gehen sollte?
- Wie bewirken wir, dass die Entwicklung kollaborativ stattfindet und Stakeholder stärker einbezogen werden?

Vorgeschlagene **Lösungen** umfassen hierzu, neue Lehrpläne zu entwickeln, mehr PR zu betreiben, bessere Betreuungsangebote für Familien zu erarbeiten, strategierelevante Forschung sichtbar zu machen, Erstellung einer Roadmap mit regelmässigen Vernetzungstreffen sowie eine vermehrte Einbindung von KMU in Konzeptionierung und Ausführung von Ausbildung/Forschung.

3. Finanzierung und Wachstum

Im Themenfeld Finanzierung wurde der Zugang zu und das Fehlen von bedingungslosem oder bedingungsarmem Kapital sowohl für Non-Profit-Organisationen als auch für Unternehmen und Forschung als ein zentrales Problem beschrieben. Unternehmen erhalten kein «Gratiskapital» für Entwicklungsprojekte, und für die Gemeinschaft aktive Organisationen finden keine Finanzierung.

Als Chancen und Möglichkeiten wurden diskutiert:

- Wie können Plattformen, die ein Gemeingut darstellen, nachhaltig finanziert werden, sodass alle Akteure eingebunden sind?
- Wie kann Innovationskapital effizient und fair für Unternehmen und Ideenumsetzer zur Verfügung gestellt werden?

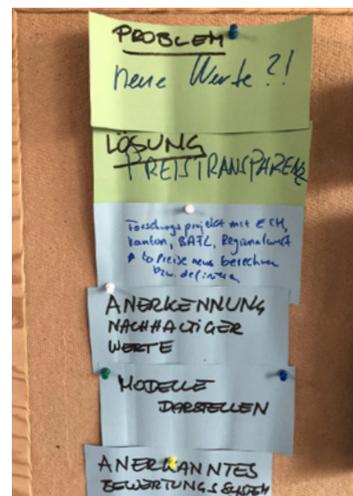
Als **Lösungen** wurden partizipative Modelle genannt, bei denen die Bevölkerung direkt auf die Verteilung der Finanzmittel Einfluss nehmen kann. Hier gibt es zahlreiche Ausgestaltungsmöglichkeiten von der direkten Zuweisung eines Teils der bezahlten Steuern bis zur Mitbestimmung bei der Mittelvergabe aus einem Fonds. Eine andere Lösung sieht die Bildung einer Plattform vor, die zwischen Geldgebenden und Geldsuchenden vermittelt (analog Crowdinvesting). Es bietet sich hier Raum für zahlreiche neue Modelle.

Im Themenfeld Wachstum wurden als Probleme Platzmangel und Raumknappheit, hohe Anforderungen an Standards und Hygiene, Zielkonflikte zwischen Firmenansiedlung und Wohnraum, die Beherrschung der Personalsuche, hohe Rekrutierungskosten und der grosse Aufwand bei Internationalisierung genannt.

Als Chancen und Möglichkeiten wurden diskutiert:

- Wie lässt sich, im Wissen, dass Gelder und Knowhow zur Verfügung stehen, die Versorgungssicherheit anhand von Ressourcen-Clustering mit neuen Werten verstärken?
- Wie lassen sich wettbewerbsfähige Bedingungen schaffen?
- Wie können wir im urbanen Raum, Platz für Produktion, Gewerbe, Kleinproduktion zur Verfügung stellen?
- Wie findet und hält man das richtige Personal?

Lösungen hierzu können sein: die Bewertung der externen Werte, um für Vergleichbarkeit zu sorgen, die Bereitstellung von Austauschplattformen oder Börsen, um Akteure zu verbinden, einen Platz zum «Starten» schaffen getragen von Banken, Kanton usw., eine revidierte Stadtentwicklung und Arealentwicklung – Politische Initiative für Richt- und Nutzungsplanung, Schaffung einer neuen Lebensmittelproduktions- und -entwicklungszone mit gemeinschaftlicher Nutzung von Dienstleistungen, z. B. Logistik. Attraktive Standortbedingungen für die Beschäftigten und der Zuzug neuer Beschäftigter sind zentral, wenn es um das Wachstum geht. Bei der Gewinnung von Arbeitskräften spielen vielfältige Themen eine wesentliche Rolle. Dabei gibt es Überlappungen zum Themenfeld Wirtschaftsraum Zürich.



4. Wirtschaftsraum Zürich effizient nutzen und gestalten – Regionen und Zentrum zum Vorteil nutzen

In diesem Themenfeld wurden vielzählige Hürden benannt. Beispielfhaft zu nennen sind: Wertvorstellungen unterschiedlich zwischen Stadt und Land – verhindert übergreifende Zusammenarbeit, Entfremdung zwischen Konsum und Produktion, Verständigung zwischen Lebenswelten findet nicht statt, politische Interessenvertretungen polarisieren stark, keine gemeinsame Nutzung von Produktionsmitteln wegen Allergenen und Risikostoffen sowie verschiedene Technologien, Lieferketten sind global statt regional.

Als Chancen und Möglichkeiten wurden diskutiert:

- Wie können Stadt und Land besser zusammenarbeiten, durch Symbiose, Nutzung der Diversität, Schaffung technischer Infrastruktur und rechtlicher Rahmenbedingungen?
- Wie können wir die Attraktivität für die Ansiedlung von Arbeitskräften, Fachkräften, Unternehmen steigern?
- Wie können Brücken des gegenseitigen Verständnisses Stadt – Land gebaut werden?
- Wie können regionale Lieferketten aufgebaut und gestärkt werden, sodass eine effiziente Interaktion zwischen den Stakeholdern stattfindet?

Lösungen hierzu können sein: Stadt und Kanton zusammenbringen, um Rahmenbedingungen abzustimmen, die mehr Diversität und Symbiose zwischen Stadt und Land schaffen. Stadt-Land-Patengemeinden im Kanton, Zusammenarbeits- und Austauschprogramme interkantonal zwischen Unternehmen und Ausbildungsinstitutionen, Erarbeitung von Konzepten für lokale Wertschöpfungsgemeinschaften, Food Zürich – wieso nur in der Stadt und nicht kantonal?

Das Thema hat sich als sehr vielfältig in Problemen und Lösungen erwiesen und bietet grosses Potenzial für die Erarbeitung von Lösungen, die durch den Kanton gestützt oder realisiert werden könnten.

Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Basierend auf den Ergebnissen soll ein Ausblick gegeben werden, an welchen Themen in den nächsten Jahren gearbeitet wird. Als Grundlage dienen die fünf Elemente der Innovationsförderung:



Innovationsräume

Die Datenanalyse zeigt, dass sich über die Wertschöpfungskette und für verschiedene Wertschöpfungsketten (wie z. B. Getreide oder Milch) unterschiedliche geografische Zentren im Kanton Zürich etabliert haben. Durch die starke Zunahme in den Bereichen Detailhandel und Gastronomie in der Stadt Zürich werden die Warenströme aus dem Umland in die Stadt beeinflusst. Zudem verstärkt sich der Stadt-Land-Graben, und das Raumangebot in der Stadt verknappt sich. Die Mehrheit der befragten Unternehmen gab in der Umfrage an, Schwierigkeiten bei der Suche von geeigneten Produktionsräumen zu haben, zudem gestaltet sich der Zugang zu Markt und Distribution schwierig.

Es müssen Orte geschaffen werden, wo gemeinsam an innovativen Produkten und Prozessen gearbeitet werden kann, ebenso eine bessere Verfügbarkeit von Produktionsflächen. Zudem soll die Bildung von lokalen Wertschöpfungsketten durch eine bessere Vernetzung im Ökosystem gestärkt werden.

Wissens- und Technologietransfer sowie Entrepreneurship (WTT)

Die Mehrheit der befragten Unternehmen wünscht sich eine unabhängige und beratende Unterstützung im Innovationsbereich. Zudem hat die Mehrheit in der Umfrage angegeben, für Entwicklungsprojekte noch nie öffentliche Fördermittel benutzt zu haben, und nur ein Viertel hat bereits mit der Forschung zusammengearbeitet. Dies, obwohl ETH, Universität Zürich, ZHAW und ZHdK direkt vor der Tür sind. 80% der befragten Unternehmen können keine oder nur ein bis zwei öffentliche Fördermittel benennen.

Ein erfolgreicher Wissenstransfer, insbesondere zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, ist eine zentrale Voraussetzung für Innovation. Dieser kann über verschiedene Wege erfolgen, ein starkes Netzwerk vorausgesetzt. Hier wirkt das Netzwerk Food Kanton Zürich unterstützend.

Mit dem Angebot «KMU und Innovation» der Standortförderung des Kantons Zürich können Unternehmen zudem ihre Innovationsmöglichkeiten und -ideen begleitet von Expertinnen und Experten direkt ausloten und umsetzen. Das Angebot gibt den teilnehmenden Unternehmen Orientierungshilfe in der Frühphase von Innovationsvorhaben sowie Unterstützung bei der Beantragung von nationalen Fördermitteln. Darüber hinaus erhalten die KMU den Zugang zu einem breiten Partnernetzwerk und zu Informations- und Vernetzungsveranstaltungen.

Vernetzung und Zusammenarbeit im Ökosystem

Das Netzwerk Food Kanton Zürich hat zum Ziel, die Vernetzung zwischen den verschiedenen Akteuren weiter zu stärken. Ausserdem sind die regulatorischen Anforderungen für viele der befragten Unternehmen eine Hürde. Deswegen besteht auch Handlungsbedarf auf dieser Ebene. Eine einfachere Zulassung zur Erprobung und Einführung der im Foodtech-Ökosystem entwickelten Lösungen ist wünschenswert.

Branchenübergreifendes Lernen

Gegenseitige Inspiration und Befruchtung aus anderen Branchen geben oftmals den entscheidenden Anstoss für neue Ideen und daraus resultierende Innovationen. Gezielte Inputs aus anderen Branchen sollen darum Bestandteil des Netzwerkes Food Kanton Zürich sein. Zudem soll die von der Standortförderung, der Greater Zurich Area und dem Innovationspark Zürich ins Leben gerufene Plattform Innovation Zurich die branchenübergreifende Vernetzung stärken und Orientierung schaffen. Dies indem Unternehmen und Organisationen sichtbar gemacht werden, die Akteure im Bereich Innovation sind oder innovative Unternehmen auf ihrem Weg unterstützen.

Innovationsstandort vermarkten

Die Innovationsplattform Innovation Zurich bietet weiter die Möglichkeit, das Innovationsökosystem der Agro-Food-Branche abzubilden, und ist somit eine gute Basis, um der Agro-Foodtech-Branche im Kanton Zürich auch national und international mehr Sichtbarkeit zu geben.



Impressum

Herausgeberin

Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Zürich
Amt für Wirtschaft und Arbeit
Standortförderung

Projektkonzeption und -koordination

Anne Schmidt
Standortförderung Kanton Zürich
8090 Zürich
+41 43 259 26 13
anne.schmidt@vd.zh.ch

Konzeption in Zusammenarbeit mit:
Dr. Bettina Brinkmann, Food Visionaries
www.foodvisionaries.org
Swiss Food Research

Projektbearbeitung

Swiss Food Research
8092 Zürich
www.swissfoodresearch.ch

Autoren

Dr. Lucas Grob
Dr. Peter Braun
Fabian Bättig

Gestaltung und Druck

kdmz

Copyright

Alle Inhalte dieser Publikation, insbesondere Texte und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt bei der Standortförderung Kanton Zürich. Die Publikation darf weder teilweise noch vollständig kopiert oder in anderer Form reproduziert werden, um so Dritten kostenlos oder gegen Vergütung weiterzugeben. Die Publikation darf mit Quellenangabe zitiert werden («Quelle: Standortförderung Kanton Zürich»).

© 2023 | AWA, Zürich

