

**W**ie kommt es, dass ein Unternehmen, das weltweit Gelatineprodukte verkauft, sich mit einem „kleinen“ Unternehmen aus der Konditoreibranche zusammenschließt und gemeinsame Sache macht? Auf Augenhöhe, und so, dass beide davon profitieren? Gelita in Eberbach und Dekoback in Helmstadt-Bargen ist das gelungen. Zusammen haben die beiden Firmen ein veganes Gelmittel auf den Markt gebracht und damit erfolgreich eine Marktnische belegt. Wie das zustande kam? Möglich wurde das durch food.net:z – das Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V. Ein Netzwerk von kleinen, mittelständischen und großen Unternehmen, die eines gemeinsam haben: Sie sind in der Metropolregion Rhein-Neckar zu Hause und wissen oft gar nicht voneinander.

Das vor zwei Jahren in Heidelberg gegründete Netzwerk hat sich zum Ziel gesetzt, möglichst viele Partner an einen Tisch zu holen, um die Region mit ihren vielen Akteuren aus der Lebensmittelbranche zu stärken und nach außen sichtbar zu machen. Als kompetente Genussregion sozusagen. „Wir sind das erste Netzwerk dieser Art in ganz Baden-Württemberg – und bisher auch das einzige anerkannte Cluster seitens des Wirtschaftsministeriums, das sich mit Food bzw. der Lebensmittelindustrie in all ihren Facetten auseinandersetzt“, stellt Isabel Bergerhausen, die Geschäftsführerin, fest.

**D**ie Kooperation zwischen Gelita und Dekoback zeigt, wie ganz unterschiedliche Partner zu erfolgreichen Geschäftsmodellen kommen. „Wir wussten gar nicht, dass es diese Firma ganz in unserer Nähe gibt“, gesteht Michael Teppner, Marketing- und Kommunikationschef des Gelatine-Herstellers. Die Forscher von Gelita hatten schon ein Gelmittel in Blattform auf Basis von Agar-Agar entwickelt und zur Marktreife gebracht. Bei einem Arbeitstreffen von food.net:z erfuhr Sascha Hohl, Geschäftsführer der Dekoback in Helmstadt-Bargen von dem veganen Gelmittel der „Nachbarn“ und war sofort interessiert. Die Idee kam zur rechten Zeit, die Zahl der Veganer nimmt zu. Heute vermarkten Gelita und Dekoback die Innovation gemeinsam. „Agar-Agar eignet sich ideal für die wachsende Zahl der Konsumenten, die sich vegetarisch oder vegan ernähren möchten, und es hat zudem den Vorteil, dass es bei höheren Temperaturen stabiler ist als klassische Gelatine“, sagt Sascha Hohl.

Zwei weitere Firmen aus der Region stellten ebenfalls bei einem Netzwerktreffen fest, dass sie gemeinsame Sache machen können: Die Sinsheimer Firma Heiss, Spezialist für die Mikronisierung von Rohstoffen, ist seither als Dienstleister für die Vermischung verschiedener Pulver für den Weinheimer Wursthüllenhersteller Naturin Viscofan aktiv.

Für Isabel Bergerhaus ist es „eine große Freude“ zu erleben, wie durch den Austausch der Unternehmen untereinander neue gemeinsame Projekte entstehen und Ideen vorangetrieben werden. Die Geschäftsstelle ist übrigens auch An-



Nachtsch mit Gelatine der Eberbacher Herstellers Gelita. Foto: Gelita

# Eine Zukunftsbranche stellt sich auf

*Die Metropolregion Rhein-Neckar verfügt über sehr viele Unternehmen der Lebensmittelindustrie – Ein Netzwerk soll sie noch stärker machen / Von Gaby Booth*

sprechpartner für Unternehmen, die keine Foodnetz-Mitglieder sind und moderiert Kontakte.

**D**ie eigentliche Geburtsstunde des Netzwerkes liegt im Jahr 2013. Damals trafen sich mehrere Akteure der in der Region beheimateten Lebensmittelbranche mit Wirtschaftsförderern des Rhein-Neckar-Kreises, um Kooperationsmöglichkeiten auszuloten. Ihnen war bewusst, dass die Lebensmittelbranche eine Zukunftsbranche ist und die Metropolregion zahlreiche Player in diesem Bereich vorweisen kann. Manko: Sie wussten (und wissen) nicht voneinander. Am Anfang stand die Vision, die Zusammenarbeit der Unternehmen, egal wie groß, miteinander zu fördern, den Wissenstransfer zwischen Unternehmen, Hochschulen und Verwaltung zu verbes-

sern, aber auch, die Innovationskraft nach außen sichtbar, die Unternehmen aus der Lebensmittelbranche als Arbeitgeber bekannter zu machen. Es folgten eine Reihe von Arbeitstreffen, bis es im März 2018 dann zur Gründung von „food.net:z – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V.“ kam.

Der Trend zu Bio und Regional Einkauf auf dem nahegelegenen Hofladen, auf dem samstäglichen Wochenmarkt im Stadtteil, der ungebremste Trend zu Bioprodukten – die Konsumenten sind umweltbewusster geworden und wollen regionalen Produkten den Vorzug geben. Food.net:z spürte schon vor einigen Jahren den Puls der Zeit und verfolgte das Ziel, die Lebensmittelbranche zu stärken. Die Region, deren Wirtschaft in erster Linie mit den großen Unternehmen wie BASF, SAP, Roche oder John

Deere assoziiert wird, hat noch weitaus mehr Qualitäten, sagten sich die Initiatoren und setzten auf die nahrhafte Branche.

**D**ie Bündelung der Kräfte dient allen Mitgliedern, die sich dem food.net:z anschließen, damit Synergien besser genutzt werden können, die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt wird, die Unternehmen für Auszubildende und Fachkräfte attraktiver werden. Gezielte Weiterbildungsmaßnahmen stehen daher ganz oben auf der Agenda. In den regelmäßigen Arbeitstreffen und Fachgruppen wird sich ausgetauscht. „Die kleinen Unternehmen profitieren von den Großen ebenso wie umgekehrt“ betont Michael Teppner die Bedeutung des Austausches. „Gelita ist zwar ein globales Unternehmen, aber was vor unserer

## HINTERGRUND

■ **Was ist food.net:z?** Es ist das erste Netzwerk dieser Art in ganz Baden-Württemberg. Mitglieder sind international agierende Großunternehmen ebenso wie kleine und mittlere Firmen oder Start-ups. Erzeuger, weiterverarbeitende Betriebe, Groß- und Einzelhandelsunternehmen, Zulieferer, Logistikunternehmen, Dienstleister sowie Akteure aus der Wissenschaft.

■ **Was ist das Ziel?** Das Lebensmittelnetzwerk will Unternehmen und Institutionen aus allen Bereichen der Lebensmittelwirtschaft miteinander vernetzen und stärken. Es geht darum, Knowhow auszutauschen, die Kommunikation zu verbessern, die Unternehmen für Fachkräfte und Auszubildende attraktiv zu machen. Es geht aber auch darum, das Image der Metropolregion als Genussregion zu schärfen.

■ **Wie kam es zur Vereinsgründung?** Sie fand am 14. März 2018 in Heidelberg statt – mit damals elf Unternehmen. Mittlerweile sind es 23 Mitgliedsunternehmen. Dazu gehören zum Beispiel das Familienunternehmen Schädel in Wiesloch, Gelita in Eberbach, Capri Sun in Eppelheim, KSB in Frankenthal, Apfel-Schneider in Edingen Neckarhausen, Trokost in Sandhausen, Naturin/ Visscofan in Weinheim, Gelinova aus Neidenstein oder ADM Wild aus Eppelheim. Alle Mitglieder unter Foodnetz.de

■ **Was macht der Verein?** Die Mitgliedsunternehmen tauschen sich fachlich und vertrauensvoll auf operativer Ebene aus. Aktuell gibt es drei Fachgruppen zu den Themen Qualitätsmanagement, Nachhaltigkeit und Digitale Kommunikation. Außerdem werden Fachseminare angeboten, momentan als Online-Seminare. Beispielsweise zum Thema Lebensmittelsicherheit.

Haustüre passiert, interessiert uns auch“, so der Kommunikationschef von Gelita. Durch unternehmensübergreifende Projekte könne zudem das Potenzial für Innovationen besser ausgeschöpft werden, sind die Netzwerker überzeugt. Und in Zeiten sich schnell wandelnder Märkte sei ein Austausch mit wissenschaftlichen Einrichtungen besonders wichtig.

Dass das nicht alles nur graue Theorie ist, zeigt sich auch gerade in der Corona-Zeit. Da beschäftigt sich das Netzwerk mit solchen Fragen: Wie neue Betriebsabläufe und Lieferketten umorganisieren? Wie die (digitale) Krisenkommunikation mit Kunden und Mitarbeitern gestalten? Welche staatliche oder auch regionale Unterstützung gibt es? So hilft man sich in Videokonferenzen oder beim digitalen Feierabendbier.

**F**ood.net:z vermittelt in diesen Wochen gezielt Informationen, teilt Wissen und Kontakte, leistet konkrete und pragmatische Hilfestellung. Dabei profitiert das Lebensmittelnetzwerk von der engen Zusammenarbeit mit der regionalen Wirtschaftsförderung, die von Anfang an mit dabei waren.