

Trotz Krise: food.net:z wächst weiter

Autor: Sabine Metzger

28 **Das Lebensmittelnetzwerk aus der Metropolregion Rhein-Neckar hatte zunächst mit der Corona-Krise zu kämpfen – und ist letztendlich daran gewachsen.**

Vom Start-up bis zum multinationalen Großunternehmen: Bei seiner Gründung 2018 hatte sich das Lebensmittelnetzwerk food.net:z vorgenommen, Anlaufstelle für Unternehmen jeder Größe aus allen Bereichen der Lebensmittelwirtschaft zu werden. Inzwischen bildet der Verein die gesamte Wertschöpfungskette ab: vom Feld bis in den Supermarkt. Erzeuger, Weiterverarbeiter und Produzenten, Zulieferer, Dienstleister sowie Spezialanbieter: Sie alle haben ihren Platz in diesem Netzwerk – dem einzigen vom Wirtschaftsministerium anerkannten Food-Cluster in Baden-Württemberg.

Dass es tatsächlich so kommen würde, war zu Beginn noch nicht klar – denn die Corona-Krise brach über das Netzwerk herein, bevor es sich fest etablieren konnte. „Vielleicht war das sogar unser Vorteil“, sagt

Geschäftsführerin Isabel Bergerhausen nun rückblickend: „Gerade weil wir noch so ein junges Netzwerk sind, herrschen hier viel Flexibilität, Neugier und einfach Lust darauf, mal etwas Neues auszuprobieren.“ So wurde etwa die Ende 2020 gerade erst geplante Fachseminarreihe dann eben zu einer Serie von Online-Veranstaltungen – mit großem Erfolg: 2021 haben sich in vier teils mehrtägigen food.net:z-Fachseminaren insgesamt 94 Teilnehmende zu Themen wie Lebensmittelsicherheit, Schädlingsmanagement oder Lebensmittelsicherheitskultur fortgebildet und ein Zertifikat erhalten.

Weitere regelmäßige Formate wurden während der Krise weiterentwickelt oder sogar neu aufgesetzt:

- **Fokusgruppen:** „Unsere Fokusgruppen sind echter Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer auf operativer Ebene“, erklärt die stellvertretende Geschäftsführerin Julia Sliwinski. In den Treffen arbeiten Unternehmensvertreter*innen aller Ebenen proaktiv mit, netzwerken und tauschen offen und vertrauensvoll Erfahrungen und praktische Tipps aus. „Die Fokusgruppen sind sozusagen unsere kleinen Think Tanks“, sagt Sliwinski. Aktive Fokusgruppen im Jahr 2021 befassten sich mit den Themen Digitale Kommunikation, Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement; ganz neu eingerichtet wurde eine Gruppe zum Thema Kooperationen mit Start-ups.

Abbildung 1: Unternehmensbesuche wie hier bei Capri-Sun im März 2022 erlauben spannende Einblicke hinter die Kulissen der Mitglieder.
Bild: food.net:z



■ **Foren:** In den food.net:z-Foren treffen Expert*innen aus den Mitgliedsunternehmen und Externe zusammen – im Heidelberger Tankturm oder, je nach Corona-Vorgaben, auch digital. Hier wird jeweils ein Thema durch Key Speaker und Praxisbeispiele aus dem Netzwerk beleuchtet und anschließend mit dem Publikum diskutiert. „Bei der Auswahl unserer Themen sind uns eine große Bandbreite und eine hohe Aktualität wichtig“, sagt Sliwinski. Im letzten Jahr befassten sich die Foren unter anderem mit Qualitätssicherung durch Digitalisierung, dem Nutri-Score in Theorie und Praxis oder der innovativen Verwertung von Reststoffen in der Lebensmittelbranche. Das Jahr 2022 startete mit dem Forum „Nachhaltige und intelligente Verpackungslösungen für die Lebensmittelindustrie“.

■ **Unternehmensbesuche:** Die food.net:z-Unternehmensbesuche sind exklusiv für Mitglieder. Teilnehmer*innen bekommen hier Einblicke in andere Mitgliedsunternehmen, deren Strukturen und Produktion. Neben einer Unternehmensvorstellung gibt es Führungen über das Werksgelände, exklusive Einblicke in die Produktion und Gelegenheit zum Austausch bei einem abschließenden Imbiss.

■ **Food.Focus.Future:** Mit der Food.Focus.Future veranstaltet food.net:z einmal jährlich ein Großevent zu Zukunftsthemen der Food-Branche. Das Programm bietet Key Speaker, interaktive Workshops und innovative Praxisbeispiele. Hier kommen food.net:z-Mitglieder mit Expert*innen der gesamten Branche ins Gespräch. Kooperationspartner im Jahr 2021 war das Technologie- und Gründerzentrum innoWerft zum Thema „Digitalisierung konkret“. Am 12. Mai dieses Jahres trug die Veranstaltung in Kooperation mit der Metropol-



region Rhein-Neckar GmbH den Titel „Food.Focus.Future meets Bioökonomie Rhein-Neckar“.

Abbildung 2: Alexander Stupp (Welovefresh GmbH) und Daniel Schädel (Schädel's Beilagen GmbH) bei den Dreharbeiten zum „Clip of the Region“. Bild: food.net:z

Die vielseitigen Aktivitäten sind nur einige der Faktoren, die das Netzwerk attraktiv machen – auch im zweiten Krisenjahr: food.net:z hat 2021 nicht nur kein Mitglied verloren, sondern sogar noch sechs neue gewonnen. Zu Beginn des Jahres 2022 kamen mit der carbonauten GmbH und CU Mehrwegsystem noch zwei weitere dazu, sodass das Netzwerk mittlerweile stolze 30 Mitglieder zählt.

„Gerade in der Krise hat sich für viele gezeigt, wie wichtig ein starkes regionales Netzwerk sein kann“, sagt Isabel Bergerhausen. „Das zeigt sich auch in den zahlreichen Kooperationen, die in dieser Zeit zwischen unseren Mitgliedern entstanden sind – seien es gemeinsame Produktentwicklungen, neue Lieferbeziehungen oder gemeinsame Marketing-Aktionen.“

food.net:z hat das Jahr 2021 außerdem genutzt, um sich selbst besser zu vernetzen: Unter anderem durch eine Kreuzmitgliedschaft mit Packaging Valley e.V., einem Cluster der Verpackungsindustrie. Auch die Beziehung zur ClusterAgentur Baden-Württemberg wurde gestärkt: Sie unterstützte beim neuen

Image-Film „Clip of the Region“. Nicht zuletzt wurde food.net:z auch in das Bioökonomieportal des Landes Baden-Württemberg aufgenommen. „Wir sind insgesamt noch einmal viel sichtbarer geworden für die Branche“, sagt Bergerhausen zufrieden.

Mehr über die Arbeit von food.net:z, seine Mitglieder und ihre Kooperationen erfahren Interessierte auf der frisch renovierten Webseite www.foodnetz.de. Hier sind auch der Veranstaltungskalender und der Jahresbericht 2021 einsehbar. Den monatlichen Newsletter abonniert man unter foodnetz.de/newsletter-anmelden.



Kontakt:

food.net:z – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V.
Isabel Bergerhausen
Tel.: 06221 522-2510
info@foodnetz.com
www.foodnetz.de