



food.net:z

LEBENSMITTELNETZWERK RHEIN-NECKAR E.V.

Information about the cluster

Final Conference Project S3 Cluster, 21.10.2021, online.

Aim of food.net:z is to network, support and strengthen companies and institutions from all sectors of the food industry across the Metropolitan Region Rhine-Neckar.

What is food.net:z

The **association** of food.net:z was **founded in 2018** in Heidelberg as a regional platform (cluster).

The current members of the association include **all sizes of companies** in the value chain of food industry. These are manufacturing SMEs, corporations, suppliers, service providers and start-ups.

Universities are planned to be members as well. Some cooperation are already running.

What is food.net:z

food.net:z supports the partners in **cooperating** closely, **exchanging knowledge** and **initiating projects**.

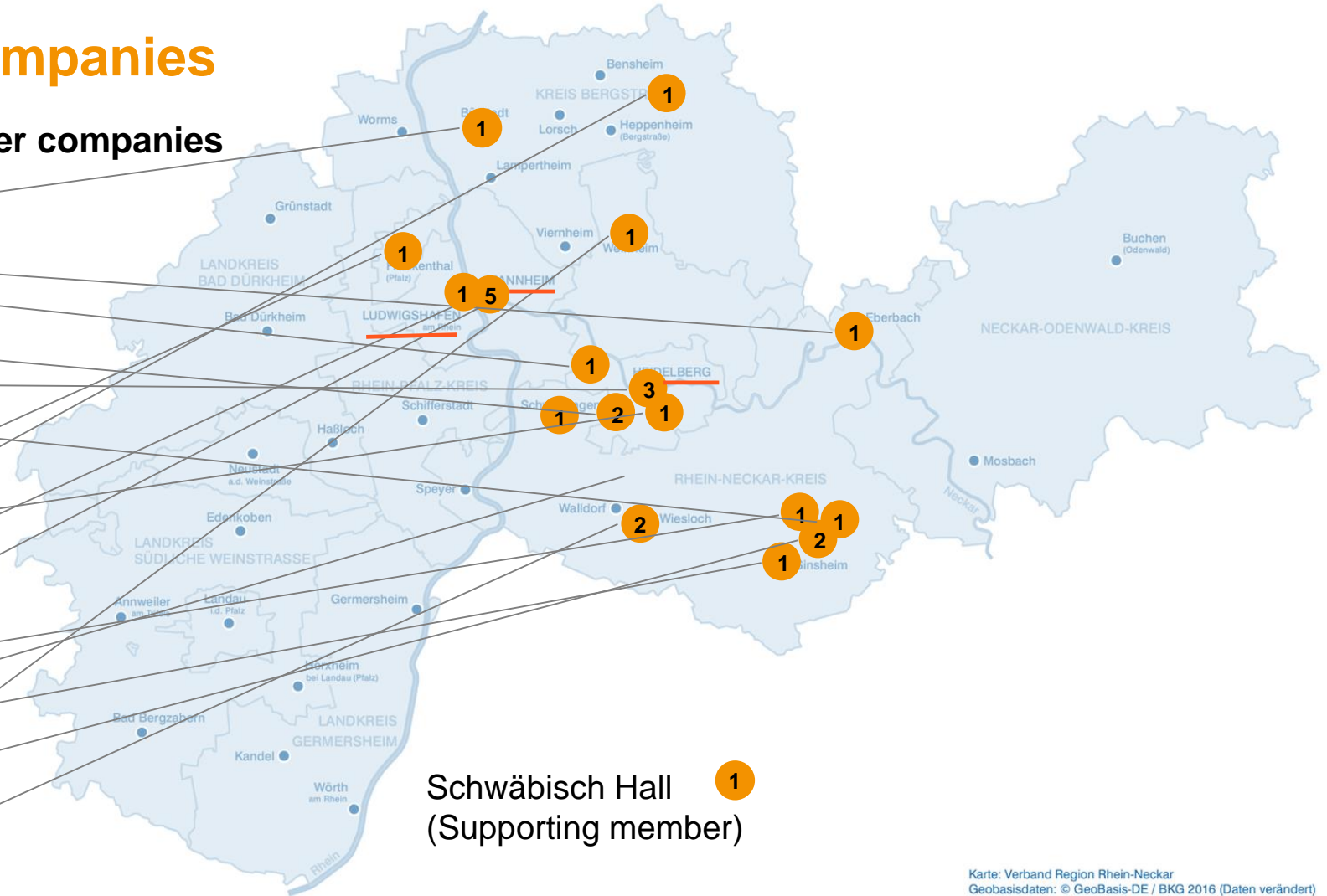
The activities of the cluster increases the **innovative strength** and the **competitiveness** of the member companies.

In addition, the association pursues the goal of **positioning the food industry in the region as an attractive employer** and improving the appreciation of food.

28 member companies

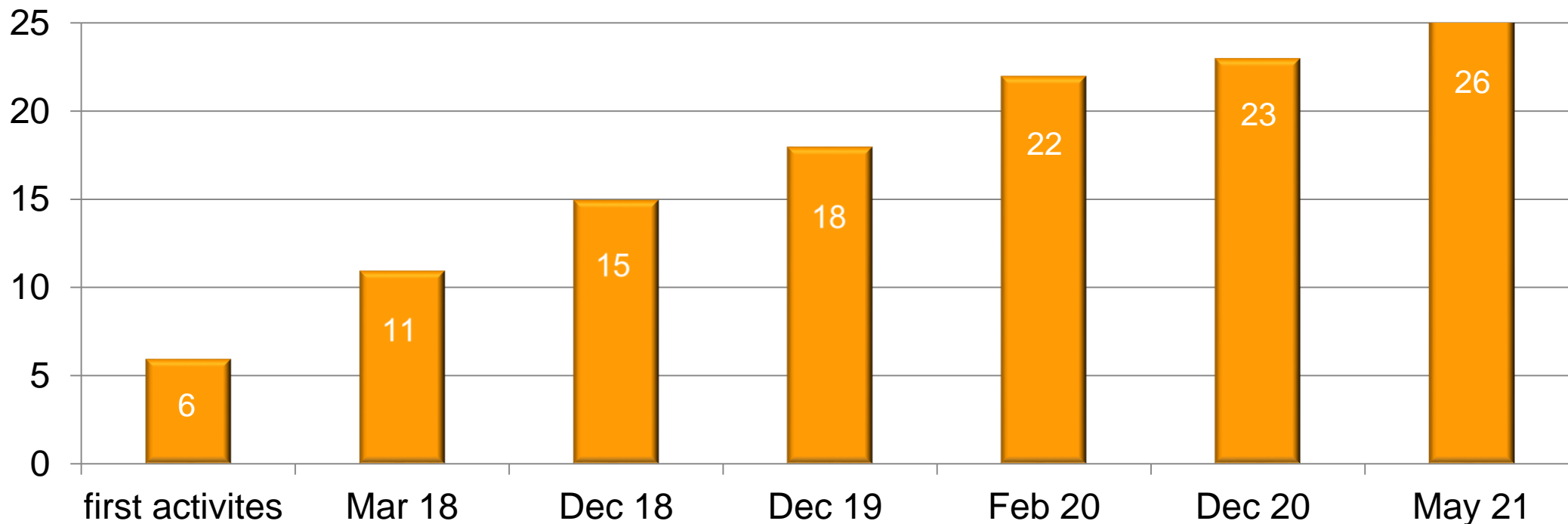
Location of the member companies

- Bürstadt
- Eberbach
- Edingen-Neckarhausen
- Eppelheim (2x)
- Heidelberg (3x)
- Helmstadt-Bargen
- Frankenthal (Pfalz)
- Fürth (Odenwald)
- Leimen
- Ludwigshafen
- Mannheim (6x)
- Neidenstein
- Sandhausen
- Sinsheim
- Waibstadt (2x)
- Weinheim
- Wiesloch (2x)



Karte: Verband Region Rhein-Neckar
 Geobasisdaten: © GeoBasis-DE / BKG 2016 (Daten verändert)

Member development – today: 28



What we offer...



...Networking

- food.net:z provides a sustainable network for the food industry in the Rhine-Neckar metropolitan region - and beyond. New projects and partnerships are initiated.
- food.net:z creates synergy effects between the various actors - and real added value for the members, the network partners and the region.
- food.net:z - Companies share knowledge and costs.

Food.net:z Services



...Internal and external Events

- E.g. open for non-members
 - 4 Seminars on current food topics each year (different topics: certification in quality management, food safety,..)
 - food.net:z Forum (4 regional events each year - current topics of the food industry)
 - Food.Focus.Future (One big event each year)

Food.net:z Services – members only

- Company visits twice each year



Food.net:z Services – members only



Focus group „sustainability “



Focus group „Quality Management“



Focus group „digital communication “



Focus group „cooperation with start-ups“

- Involvement of the operational level of member companies. Regular meetings all 6-8 weeks. Often external speakers, active knowledge transfer between the member companies, agenda is shaped by participants, topics closely related to the needs of the companies

Newsletter

<https://foodnetz.de/newsletter/>

Liebe Leserin, lieber Leser,

unser Infoletter kommt ab jetzt per Newsletter in Ihr Postfach! Wir hoffen, dass Ihnen das neue Format gefällt. Kritik und Anregungen können Sie jederzeit gerne an kontakt@foodnetz.de senden. Falls Sie den Newsletter nicht mehr erhalten möchten, finden Sie den Abmeldelink am Ende dieser E-Mail.

Kaum ein Wirtschaftszweig ist so eng und so direkt mit der Umwelt verknüpft wie die Food-Branche. Das Thema Nachhaltigkeit zieht sich deshalb in dieser Woche auch durch unseren Newsletter: von der Frage, welche Verpackung die nachhaltigste ist, über Umwelt- und Gesundheitskosten von Lebensmitteln bis hin zum Vortrag "Es gibt keinen Abfall" in den Veranstaltungstipps. Aber auch ansonsten haben wir spannende Themen versammelt - lesen Sie am besten selbst!

Aktuelles



Press Rhein-Neckar-Zeitung (Dez 2020)

©Rhein-Neckar Zeitung | Heidelberger Nachrichten | WIRTSCHAFTS-MAGAZIN | 23 | Dienstag, 22. Dezember 2020

Große und kleine Netzwerker

Unternehmen aus der Region erklären, warum sie bei food.netz mitmachen / Von Gaby Booth

■ **Arona, Waldbreit:** Wir als kleines Unternehmen profitieren enorm von der Mitarbeit. In kleiner Runde kann man sich einiges bei „den Großen“ abschauen und bekommt viel Input, wie man bestimmte Themen im eigenen Unternehmen umsetzen kann. Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit, über food.netz an Schulungen zu diversen Themen teilzunehmen.

■ **Heiss MSP GmbH, Sinheim:** Für uns konkret ist der Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen und Unternehmen wichtig. Vor allem beim Qualitätsmanagement, damit wir wissen, was aktuell ist und wie andere Unternehmen diese Themen angehen.

■ **Gellita, Eberbach:** Foodnetz ist ein interessantes Netzwerk von Unternehmen in der Region, in dem sich Hersteller von Le-



Essbare Löffel produziert das Heidelberger Startup Spontanlab. Foto: Spontanlab

bensmitteln und angrenzende Branchen austauschen und voneinander lernen können. Hier können Synergien, z.B. bei der Ausbildung, bei Absatzkanälen entstehen oder sogar gemeinsame Entwicklung und Vermarktung von Produkten realisiert werden. Dabei lernen nicht nur die „Kleinen“ von den „Großen“. Oft können auch gerade die etablierten, internationalen Unternehmen von jungen Startups lernen, um dadurch vielleicht etwas agiler zu werden.

■ **Spontanlab, Heidelberg:** Durch food.netz findet auch mit Nichtmitgliedern ein intensiver Austausch zu aktuellen Projekten statt. Durch die Zusammenarbeit von Partnern aus verschiedenen Branchen werden Synergien geschaffen und neue Potentiale genutzt.

■ **ApfelSchneider, Efilgen-Neckarhausen:** An food.netz schätzen wir, dass hier ver-



Knödel gehören zu den Waren, die Unternehmen in der Region herstellen. Foto: dpa

kommen und man sich untereinander austauschen und Kontakte knüpfen kann. Hier passt das Stichwort Heimvorteil sehr gut.

■ **Trost, Sandhausen:** Der vertrauliche Austausch mit anderen Akteuren der Lebensmittelproduktion ist uns wichtig. Die Herstellung unserer getrockneten Gemüse- und Kräuter ist sehr energieaufwendig. Daher waren die Energiechecks sehr hilfreich.

■ **Schädel-Beilagen, Wiesloch:** Eine gute regionale Vernetzung hilft, unsere Interessen nach außen besser zu vertreten. Durch Synergien und einen verbesserten Informationsaustausch können die hohen Anforderungen der zunehmenden Markt Komplexität besser beherrscht werden.

©Rhein-Neckar Zeitung | Heidelberger Nachrichten | WIRTSCHAFTS-MAGAZIN | 23 | Dienstag, 22. Dezember 2020

Wie kommt es, dass ein Unternehmen, das weltweit Geleatineprodukte verkauft, sich mit einem „Kleinen“ Unternehmen aus der Konditoreibranche zusammenschließt und gemeinsame Sache macht? Auf: wagenhaben und so, dass beide davon profitieren? Gellita in Eberbach und Dekoback in Heilmstadt-Bargen ist das gelungen. Zusammen haben die beiden Firmen ein veganes Geliermittel auf den Markt gebracht und damit erfolgreich eine Marktlücke belegt. Wie das zustande kam? Möglich wurde dies durch food.netz – 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 anzusagen. „Wir sind das erste Netzwerk dieser Art in ganz Baden-Württemberg – und bisher auch das einzige unterkante Charter seitens des Wirtschaftsministeriums, das sich mit Food bzw. der Lebensmittelindustrie in all ihren Facetten auseinandersetzt“, stellt Isabel Bergerhausen, die Geschäftsführerin, fest.

Die Kooperation zwischen Gellita und Dekoback zeigt, wie ganz unterschiedliche Partner zu erfolgreichen Geschäftsideen kommen. „Wir wussten gar nicht, dass es diese Firma ganz in unserer Nähe gibt“, gesteht Michael Tepper, Marketing- und Kommunikationschef der Geleatine-Hersteller. Die Forscher von Gellita hatten schon ein Geliermittel in Blattform auf Basis von Agar-Agar entwickelt und zur Marktreife gebracht. Bei einem Arbeitstreffen von food.netz erfuhr Sascha Hohl, Geschäftsführer der Dekoback in Heilmstadt-Bargen von dem veganen Geliermittel der „Nachbarn“ und war sofort interessiert. Die Idee kam zur rechten Zeit, die Zahl der Veganer nimmt zu. Heute vermarkten Gellita 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 Geleatine“, sagt Sascha Hohl.

Zwei weitere Firmen aus der Region stellen ebenfalls bei einem Netzwerktreffen fest, dass die gemeinsame Sache machen können: Die Sinheimer Firma Helms, Spezialist für die Mikrozerstörung von Lebensmitteln, ist seitler als Dienstleister für die Vermischung verschiedener Pulver für den Weinheimer Würstchenhersteller Naturin Viscolan aktiv.

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



Nachschick mit Geleatine der Eberbacher Hersteller Gellita. Foto: Gellita

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.

Die in eigenliche Geburtsstunde des Netzwerkes liegt im Jahr 2013. Damals trafen sich mehrere Akteure der in der Region beheimateten Lebensmittelbranche mit Wirtschaftsexperten der Rhein-Neckar-Kreis, 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 Visto, 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 2019 dann zur Gründung von „food.netz – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V.“ kam.

Der Trend zu Bio und Regional einkauf auf dem nahegelegenen Hofladen, auf dem samstäglichen Wochenmarkt im Stadtteil, der ungetriebene Trend zu Bioprodukten – die Konsumenten sind umweltbewusster geworden und wollen regionalen Produktion den Vorzug geben. Food.netz agierte 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, Hoesch oder John

Deere assoziiert wird, hat noch weitaus mehr Qualitäten, sagt sich die Initiatorin und setzt sie auf die nahehafte Branche.

Die Bündelung der Kräfte dient allen Mitgliedern, die sich dem food.netz 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 Thepner die Bedeutung des Austausches. „Gellita ist zwar ein globales Unternehmen, aber was vor unserer

HINTERGRUND

■ **Was ist food.netz?** 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, weltverarbeitende 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, Know-how 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 stärken.

■ **Wie kam es zur Vereinsgründung?** Sie fand am 14. März 2019 in Heidelberg statt – mit damals elf Unternehmen. Mitwirkende sind es 23 Mitgliedsunternehmen. Dazu gehören zum Beispiel das Familienunternehmen Schödel in Wiesloch, Gellita in Eberbach, Copli Sun in Eppelheim, KSB in Frauensthal, Apfel-Schneider in Edingen-Neckarhausen, Trok in Sandhausen, Naturin Viscolan in Weinheim, Salomon aus Neustein oder ACM 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 Fachsymposien angeboten, momentan als Online-Symposien. Beispielsweise zum Thema Lebensmittel sicherheit.

Haareite passiert. Interessant uns auch“, so der Kommunikationschef von Gellita. Durch Unternehmensübergänge 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.

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

Food.netz 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 Wirtschaftsfordeung, die von Anfang an mit dabei waren.

Press Zukunftsmotor (Dez 2020)

BADEN-WÜRTTEMBERG

food.net:z Lebensmittelnetzwerk

Autoren: Isabel Bergerhausen / Patrick Schütz

2 food.net:z – auch in der Krise zeigt sich die Stärke des Lebensmittelnetzwerks Rhein-Neckar

Abbildung 1: Unternehmensbesuch beim Mitgliedsunternehmen „Naturella Getränke GmbH & Co. KG“ in Waiblingen im Jahr 2019, Copyright: food.net:z – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V.



ZUKUNFTSMOTOR

Ein starkes Netzwerk und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit – wie wertvoll das ist, zeigt sich gerade auch in Krisenzeiten. Die Mitglieder des Lebensmittelnetzwerks food.net:z erleben das aktuell in der Corona-Pandemie: Wie die neuen Betriebsabläufe und Lieferketten in einer Branche umorganisieren, die als systemrelevant gilt? Wie die (digitale) Krisenkommunikation mit Kunden und Mitarbeitern gestalten? Welche

staatliche oder auch regionale Unterstützung gibt es? food.net:z vermittelt Kontakte, leistet konkrete und pragmatische Hilfestellung – ob in der ad-hoc-Videokonferenz, im bilateralen Austausch oder bei den regelmäßigen digitalen Netzwerkkoren.

Dabei profitiert das Lebensmittelnetzwerk von der engen Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung

BADEN-WÜRTTEMBERG



Abbildung 2: Unternehmensbesuch im September 2020 beim Mitgliedsunternehmen 'Möwa Landwirtschaft' in Edingen-Neckarhausen mit Corona-bedingt wenigen Teilnehmern im Freien, Copyright: food.net:z – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V.

3

und am Puls der Zeit. Frische und kurzweilige Netzwerk- und Veranstaltungsformate wie das Branchentreffen Food.Focus.Future oder die food.net:z-Foren bringen jährlich einige Hundert Akteure zusammen. Branchenthemen werden mit Expertenwissen gespickt und so gezielt Informations- und Wissenstransfer vorangetrieben. Fachseminare tragen bereits jetzt schon dazu bei, food.net:z-Mitgliedsunternehmen regelmäßig mit aktuellen und relevanten Brancheninformationen – wenn möglich kostenfrei – zu versorgen. Die enge Vernetzung der Teilnehmer, die meist aus der operativen Ebene sind, trägt dazu bei das Food-Cluster weiter wachsen zu lassen und das Netzwerk insgesamt noch enger zu stricken.

Dass food.net:z Lust auf Kooperation und Austausch macht und was die food.net:z-Unternehmen in der Rhein-Neckar-Region Tolles bewegen, zeigt ein Videoclip über das sympathische Netzwerk. Hören und sehen Sie selbst, was Mitgliedsunternehmen über food.net:z sagen! food.net:z verschafft seinen Mitgliedern einen Vorsprung – gerade, aber nicht nur in der Krise.



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

ZUKUNFTSMOTOR

des Rhein-Neckar-Kreises sowie von der großen Vielfalt seiner Mitgliedsunternehmen. Vom internationalen Großunternehmen über das klassische KMU bis hin zum innovativen Start-up, vom Obstbauern über die lebensmittelverarbeitende Industrie bis hin zur Entsorgung von Speseisern. Eine beeindruckende Bandbreite an Kompetenzen und die Bereitschaft wertvolles Know-how zu teilen machen food.net:z aus. Ein wertvolles Cluster für wertvolle Unternehmen.

Etwas mehr als zwei Jahre nach Gründung des Vereins hat sich die Anzahl der Mitglieder im einzigen vom Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg anerkannten Food-Cluster mit nun insgesamt 23 Unternehmen mehr als verdoppelt. Der Mitgliederzuwachs kommt nicht von ungefähr: Besonders stolz sind wir auf die zahlreichen Kooperationsprojekte unserer Mitglieder, die durch die Plattform food.net:z entstanden sind“, so Dr. Helmut Gerlach, Vorstandsvorsitzender von food.net:z und Leiter des Qualitätsmanagements bei Naturin Viscofan.

So haben sich beispielsweise mit Gelita und Dekoback zwei food.net:z-Unternehmen zusammenschlossen und vermarkten nun mit einem Geliermittel in Blattform auf Basis von Agar-

Agar gemeinsam und weltweit diese Produktinnovation. Andere arbeiten innerhalb des Netzwerks an der kollaborativen Aufarbeitung von Rohstoffen sowie „Clean Label“-Farbstoffen oder unterstützen sich gegenseitig bei „Food Fraud“-Schwachstellen-Analysen. Die Entwicklung von Verpackungsalternativen, der Austausch zu Zertifizierungsmöglichkeiten, Audits und neuer Qualitätsstandards oder die Aufstellung einer Ökobilanz für Getränkepackungen sind weitere Beispiele für kooperatives Arbeiten in food.net:z. Projekte entstehen häufig in den Fokusgruppen. Hier tauscht sich die operative Ebene der Mitgliedsunternehmen regelmäßig zu konkreten Fragestellungen aus. Schnittstellen ergeben sich vor allem in den Themenfeldern „Qualitätsmanagement“, „Digitale Kommunikation“ und „Nachhaltigkeit“. Für Anfang Dezember 2020 sind – um nur ein konkretes Beispiel zu nennen – bereits 36 Personen für das ganzjährige food.net:z-Fachseminar IFS6 / IFS7 angemeldet, das von einem langjährigen Experten der DGG durchgeführt wird – und für Mitgliedsunternehmen kostenfrei ist.

Food.net:z setzt auf Regionalität und schafft Transparenz zwischen den Food-Playern der Region Rhein-Neckar. Immer ehrlich, auf Augenhöhe

We offer...



...Visibility and image

- food.net:z makes food companies and other relevant actors visible and involves them in the further development of the cluster.
- food.net:z regularly publishes press releases in regional magazines and in various newsletters.

Contact us



Isabel Bergerhausen

Telefon: +49 6221 522-2510

Mobil: 0152 22540774

E-Mail: i.bergerhausen@rhein-neckar-kreis.de

Julia Sliwinski

Telefon: +49 6221 522-2167

Mobil: 0152 2540770

E-Mail: j.sliwinski@rhein-neckar-kreis.de



Iris Lehbauer

E-Mail: kontakt@foodnetz.de

Mobil: 0177 3465398



Sarah Reisinger

E-Mail: info@foodnetz.com

Mobil: 0177 3474786

**food.net:z –
Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V.**
c/o Landratsamt Rhein-Neckar-Kreis,
Stabsstelle Wirtschaftsförderung
Kurfürsten-Anlage 38-40
69115 Heidelberg

