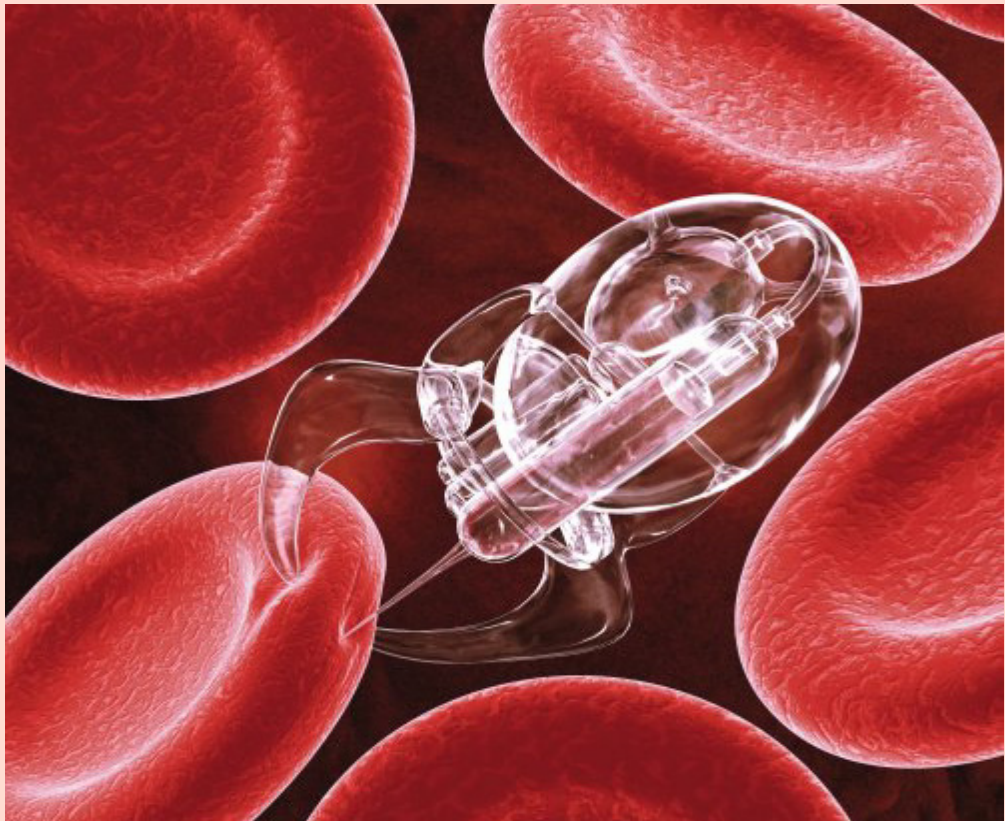


Excellence in Food

Nano-Food

Science-Fiction oder Business Opportunity?

Autoren: Thomas Bratschi, Lars Feldmann, Christian Häfliger, Christoph Meili



Inhalt

Einleitung	3
1. Nanotechnologie: Status Assessment	6
2. Strategic Thoughts: Nano als Business Opportunity	14
3. Zukunftsbild: Der Last-Minute-Discounter	25

Inhalt

Einleitung	3
------------	---

1. Nanotechnologie: Status Assessment	6
1.1 Natürliche und künstliche Stoffe	7
1.2 Nanotechnologie in der Food-Branche	7
1.3 Nanotech-Anwendungsbereiche in der Food-Branche	8
1.3.1 Landwirtschaft	
1.3.2 Nano-Pflanzen / Food-Sourcing	
1.3.3 Food-Safety	
1.4 Unklares Chancen- und Risikoprofil der Nanotechnologie	11
1.5 Deklarations- und Regulationslücken bei der Nanotechnologie	12
1.6 Nano-Food: Neue Märkte, Nutzen & Anwendungen	13

2. Strategic Thoughts: Nano als Business Opportunity	14
2.1 „Nano-Inside“ - Die „Blackbox Kunde“	
2.1.1 Risikowahrnehmung bei neuen Technologien	
2.2 „Nano Outside“ - Erfolg mit der Nano-Formel	17
2.2.1 Haltbarkeit verlängern - Frische demonstrieren	
2.2.2 Qualität kommunizieren - Verderblichkeit anzeigen	

3. Zukunftsbild	25
3.1 Der „Last-Minute-Discounter“ 2015	25

Anhang	29
--------	----

Verfasser	31
-----------	----

Einleitung - Excellence in Food



Kürzlich hat Kellogg`s auf der Rückseite einer deutschsprachigen Toppas-Packung die Vorzüge der Nanotechnologie (NT) beschrieben. Anstelle von mehr oder weniger interessanter Werbung, Wettbewerbsfragen oder Produktinformationen, fanden sich da plötzlich Neuigkeiten aus Wissenschaft und Technik. Was war geschehen? NT wird seit Jahren in den Medien als „cutting-edge“-Technologie bezeichnet. Wissenschaftler, Investoren und Industriefirmen interessieren sich seit längerem für neuartige Anwendungen. Und jetzt sollten offenbar Müesli-Konsumenten beim Frühstück über die Möglichkeiten der Technologie aufgeklärt werden. Denn ohne Zweifel: Es handelt sich bei der NT nicht um irgendeine Technologie.

Sie gilt gemeinhin als eine der "Mega-Technologien" dieses Jahrhunderts und es scheint, als ob sie in den nächsten Jahren auch die Food-Branche auf den Kopf stellen könnte.

Weshalb eine Ausgabe „Excellence in Food“ zum Thema Nanotechnologie?

Als wir uns dem Thema Nanotechnologie & Food angenommen haben, sahen wir schnell, dass dieses Thema bisher noch von niemandem aus einer Marketingperspektive angegangen wurde. Nach ersten Gesprächen mit unserem Nano-Fachpartner Christoph Meili war jedoch klar, dass NT in vielen Bereichen des Foodbusiness bereits zur Realität geworden ist. Natürlich ist aber auch noch vieles im Zusammenhang mit NT reine Science Fiction. Gerade jedoch die unerschöpflichen Möglichkeiten, die für künftige Nano-Applikationen denkbar sind, machen das Thema für einen Nano-EIF spannend. Der Anspruch von EIF ist es, sich Gedanken über strategische Weichenstellungen für zukünftiges Wachstum zu machen. Und das gelingt nur, wenn auch derzeit Undenkbares gedacht wird.

Wir beschäftigen uns bereits heute mit NT, weil wir wissen, dass neben den realen Implikationen dieser Technologie auch die Auseinandersetzung mit hypothetischen Möglichkeiten und Marktchancen durch NT ein wichtiges Element im Strategiefindungsprozess einer Food-Company ist.

Denn das Nachdenken über eine neue Technologie erfordert:

- dass man Klarheit über bestehende Markt-Mechanismen gewinnt und gleichzeitig deren Wert einschätzt indem man Möglichkeiten und Grenzen erkennt
- dass man die Entwicklung innovativer Produkt- und Angebotsformen nicht nur vor dem Hintergrund des heute Machbaren sieht.
- dass man zukünftige Kunden- und Konsumentenwünsche aus einer Vogelperspektive betrachtet und nicht aus der Optik des Daily Business.

Wir haben die Probe auf's Exempel gemacht und Ihnen wiederum im letzten Teil von Excellence in Food einen **Business-Case in Form eines Zukunftsbildes** entwickelt, der unsere strategischen Überlegungen zum Thema Nano fassbar macht.

Im ersten Teil von Excellence in Food beleuchten wir den Stand der Technologie: Was ist NT, woran wird geforscht, was ist bereits Realität und wie ist die Foodbranche von NT betroffen? Wir werfen einen Blick auf mögliche Risiken und streifen die Blackbox der heute nicht existierenden Deklaration von nanoskaligen Stoffen in Produkten.

Teil zwei widmet sich den potenziellen Chancen, die sich durch NT im Bereich Food auftun. Wir konzentrieren uns dabei auf Angebotsbereiche mit einer direkten Schnittstelle zum Endverbraucher. Aus dessen Sicht machen wir auch folgende strategische Überlegung: Für die Akzeptanz von NT im Foodbereich ist es ein fundamentaler Unterschied, ob NT resp. nanoskalige Stoffe im Produkt selbst drin sind („Nano Inside“) oder ob NT genutzt wird, um das Produkt mit einer auf NT basierten Verpackung länger haltbar, schöner oder geschmacksechter zu machen („Nano Outside“). Für den Anwendungsbereich „Nano Outside“ skizzieren wir eine **„Nano-Formel“**, die den Einsatz von NT in direkten Zusammenhang mit der Produktqualität und dem Produktwert bringt und die es erlaubt, einige auf den ersten Blick gewagte Überlegungen über neuartige Wertschöpfungsabläufe anzustellen. Diese Gedanken haben wir in Form des Zukunftsbildes „Last-Minute-Discounter“ festgehalten.

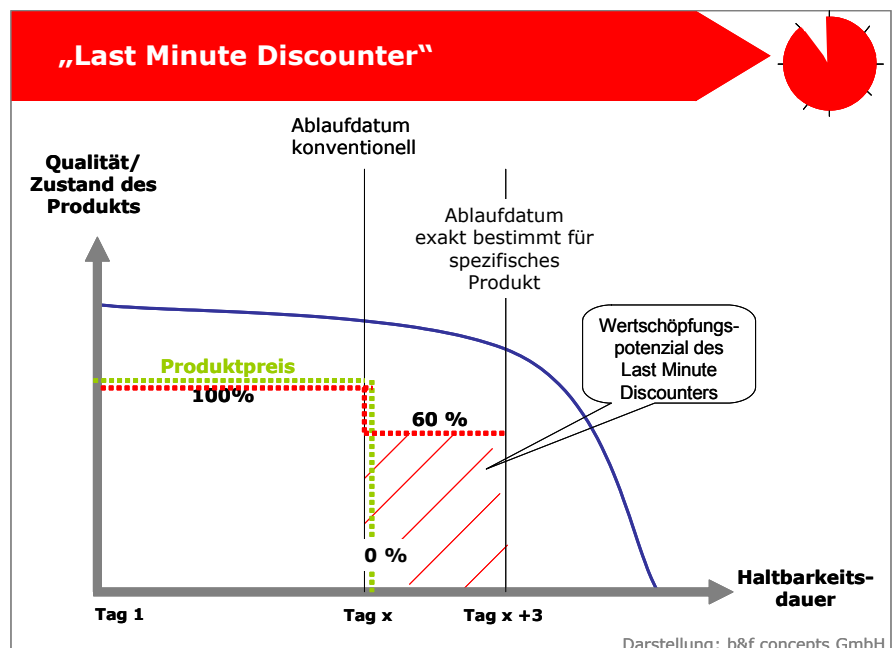
- - -

3.1 Der „Last-Minute-Discounter“ 2015

Welche Überlegungen hinter der Idee des „Last-Minute-Discounters“ stehen, lesen Sie in dieser Nummer von Excellence in Food.

4

Abb.: Schematische Darstellung des Wertschöpfungsbereichs des Last Minute Discounters



Excellence in Food - Bestellformular

FAX Formular an ++41 (0)1 451 66 97

POST Formular an **b&f concepts GmbH**
Weinbergstrasse 47, CH-8802 Kilchberg

Internet www.stomachcompetence.ch/eif

Fragen? ++41 (0)44 451 66 72

- Ich bestelle die dritte Nummer Excellence in Food „**Nano-Food. Science-Fiction oder Business Opportunity?**“ zum Preis von CHF 240 (für übriges Europa Euro 155). 31 Seiten, Ringbindung.

Lieferadresse

Firma _____
Titel / Funktion _____
Abteilung _____
Vorname * _____
Nachname * _____
Strasse / Postfach * _____
Postleitzahl / Stadt * _____
Land * _____
Telefon _____
E-mail _____

5

Herausgeber



Content-Partner



Rechnungsanschrift

Firma _____
Abteilung _____
Vorname _____
Nachname _____
Postleitzahl / Stadt _____
Land _____

*=notwendige Angaben