

# Online-Brainstorming für neue Produkte

**Immer mehr Nahrungsmittelfirmen setzen auf Open Innovation: Web Communities kreieren pfiffige Produktideen. Dazu liefert Atizo die Plattform und vermittelt Swiss Food Research wichtige Kontakte.**



Bilder: zrg/Migros/Bell

*Die ersten Geschmackstest für den Beruhigungssnack werden durchgeführt. Die Pouletfleischprodukte von Bell (Bild unten und rechte Seite oben) und der Glückstee von Migros (rechte Seite unten) haben ihren Markteintritt bereits hinter sich. • Les premiers tests d'un snack calmant ont été effectués. Le produit à la viande de volaille de Bell (photo en bas et page de droite en haut) et le thé de la félicité de Migros (page de droite en bas) sont déjà sur le marché.*

**Kathrin Cuomo Sachsse.** «Welches Produkt vermissen Sie auf dem Schweizer Markt und würden Sie gerne kaufen?» Unter dieser Frage startete Swiss Food Research im Winter 2010 das Projekt «Unbekannte Lebensmittelprodukte». Gesucht waren neue, innovative, revolutionäre und marktfähige Ideen. «Statt dazu wie üblich Workshops zu veranstalten, suchten wir nach einer effizienten und effektiven Methode, die uns direkten Zugang zu den Konsumenten verschafft. Dabei stiessen wir auf den spannenden Open-Innovation-Ansatz im Internet und mit Atizo auf den ge-

eigneten Partner», erklärt Hans-Peter Bachmann, Co-Präsident bei Swiss Food Research.

Die Ausbeute über die Onlineaustauschplattform war gross: Vom Speiseeis auf



Fleischbasis über Stangeneier bis hin zu Schweizer Bergsalz – fast 550 Einfälle gingen in zwei Monaten ein. 200 Atizo-Innovatoren brachten dazu ihr Anwender-, Konsumenten- und Spezialwissen ein. Sie lieferten, verfeinerten und tauschten ihre Ideen (zur vorformulierten Aufgabenstellung) im Netz aus, während Swiss Food Research den Prozess moderierte.

Die 20 originellsten Vorschläge hat die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) u.a. auf ihre Sensorik, Wirtschaftlichkeit, Haltbarkeit und auf ihr

Aussehen im Regal getestet. Vier davon wurden als Prototypen umgesetzt und weiterentwickelt.

### Beruhigungssnack vor dem Einschlafen

Der Mitternachtseinschlafsnack von Atizo-Innovator Benedikt Glatzl war einer der vier «Finalisten»: «Gerade als Nachtarbeiter erlebt man immer kleine Hungerattacken, will aber nicht mit schwerem Magen ins Bett gehen. So ein leichter Snack, beispielsweise mit Baldrian versetzt, stillt den Hunger und hilft gleichzeitig beim Einschlafen.» Für den Prototypen wurde die Ursprungsidee leicht abgewandelt: Unter Beigabe von Kirschen, Mandeln und dunkler Schokolade entstand der «Beruhigungssnack». Anhand einer Studie prüfte die ZHAW die Marktakzeptanz. Gesucht ist nun ein geeigneter Umsetzungs- bzw. Vertriebspartner. Zurzeit laufen Verhandlungen mit interessierten Firmen.

«Wir unterstützen Start-ups und KMU in der Lebensmittelbranche dabei, Neuheiten zu kreieren und marktfähig zu machen», so Bachmann. Swiss Food Research hat sich die Förderung von Innovation und Forschung und damit der Wettbewerbskraft kleiner und mittlerer Unternehmen auf die Fahne geschrieben. «Vom Erstellen eines Businessplans über die Finanzierung bis zur Produktion und Vermarktung einer Neuerung braucht es Geduld, Geld und Know-how. Deswegen bleibt es meist bei der Weiterentwicklung eines bestehenden Produkts, was nicht vergleichbar ist mit der Schaffung einer echten Innovation», erklärt er weiter.



Für ihre Kunden übernimmt Swiss Food Research im Innovationsprozess jeweils die Formulierung der Frage, moderiert, strukturiert und bewertet die eingehenden Ideen und trifft schliesslich die Vorauswahl. Auch bei der Realisierung arbeitet das F&E-Konsortium eng mit den Innovatoren zusammen und stellt aus seinem breiten Netzwerk die richtigen Verbindungen zur Wissenschaft (wie z.B. den Hochschulen) und zur Wirt-

schaft her. «Die Zeit, alles selbst in die Hand zu nehmen, haben heute viele Unternehmen gar nicht mehr, arbeiten zunehmend mit externen Partnern zusammen», sagt Hans-Peter Bachmann.

### Über 10 000 Innovatoren

Einer dieser Partner ist Atizo. 2007 lancierte ihr Geschäftsführer Christian Hirsig die neue Webplattform zusammen mit zwei Mit-



gründern. Unterdessen zählt das Berner Unternehmen zehn Mitarbeiter und unterhält Web Communities mit über 10 000 Innovatoren. Darunter befinden sich auch Lebensmittelexperten aus Technologie, Marketing und Beratung. «Diese Branche ist mit ihren kurzen Umsetzungszyklen geradezu für Open Innovation prädestiniert», erklärt Hirsig. Entsprechend gross ist das Interesse – auch bei etablierten Firmen. So erhielt hier Emmi jede Menge Input für ihre neue Dessertgeneration, ebenso liess sich Cailler für die nächste Schokoladenkreation inspirieren. Oft werden die prämierten Ideen auch umgesetzt. So sind die neuen Pouletfleischprodukte von Bell und der «Gute-Laune-Tee» sowie der «Glückstee» von Bischofzell seit letztem Jahr auf dem Markt.

### Kunden suchen Produkt aus

Auch Migros ist ein wichtiger Kunde von Atizo. Diesen Frühling musste eine neue, frische Konfitürensorte her. Insgesamt gingen mehr als 1100 Ideen über die Innovationsplattform ein. Die 20 besten Rezepte wurden gekocht und zusammen mit Vertretern der Migros-Community degustiert. Ein Drittel der 4300 teilnehmenden Kunden und Kundinnen stimmte im Web für «Erdbeermund», gefolgt von «Herbstsünde». Beides soll ab September in den Regalen des Detaillisten stehen.

redaktion@alimentaonline.ch

### Open Innovation

## Des innovations cueillies sur la toile

En hiver 2010, Swiss Food Research (SFR) a lancé le projet «denrées alimentaires inconnues» afin de découvrir quels produits les consommateurs souhaiteraient trouver sur le marché suisse. Le but était de faire germer des idées nouvelles, innovantes et révolutionnaires. SFR a donc recherché un accès direct aux consommateurs. Il l'a trouvé avec l'approche d'Open Innovation, qui fait appel aux communautés d'internautes pour créer des idées de produits innovantes. L'alimentaire, avec ses cycles de mise en œuvre courts, y est prédestiné. Le partenaire Atizo – qui compte aujourd'hui 10 collaborateurs et est en contact avec quelque 10 000 innovateurs – offre une plate-forme correspondante depuis 2007.

Les résultats n'ont pas déçu: près de 550 idées en deux mois et 200 innovateurs Atizo apportant leurs connaissances d'utilisateurs, de consommateurs ou de spécialistes, fournissant, affinant et échangeant leurs idées en ligne. Les propositions les plus originales ont été testées par la Haute école des sciences appliquées ZHAW au plan de la sensorique, de la rentabilité, de la conservation et de la présentation. Quatre d'entre elles ont été testées et développées comme prototypes.

Swiss Food Research soutient les start-up et les PME dans la filière alimentaire au niveau de la création et de la commercialisation de nouveautés. La création d'un businessplan, le financement, la production et la commercialisation de nouveautés nécessitent en effet de la patience, de l'argent et du savoir, ce qui est plus aisé pour un produit déjà existant que pour une véritable innovation.

Un grand nombre d'entreprises affichent un réel intérêt à l'Open Innovation, comme Emmi et Cailler. Ou encore Migros, qui a récemment fait appel aux innovateurs du web pour trouver de nouvelles recettes de confiture, les cuisiner et les déguster. Les produits finalement sélectionnés arriveront dès septembre sur les étagères.

Kathrin Cuomo Sachsse