



# Geschäftsmodellentwicklung für eine Gemüserei

Eignet sich eine Gemüserei, um Konsumentinnen und  
Konsumenten zu mehr Gemüsekonsum zu verhelfen?

**Bachelor Thesis Fiona Boss**

**Vorgelegt bei Patrick Bürgisser und Stefan Bürki**

**Ins, 7. August 2020**

**Berner Fachhochschule**

Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften

Lebensmittelwissenschaften – Food Business

# Abstract

BOSS, Fiona. Geschäftsmodellentwicklung für eine Gemüserie. Eignet sich eine Gemüserie, um Konsumentinnen und Konsumenten zu mehr Gemüsekonsum zu verhelfen?

Diese Bachelor Thesis befasst sich mit der Entwicklung eines Geschäftsmodells für eine Gemüserie in der Stadt Bern. Eine Gemüserie wäre ein Geschäft, welches ausschliesslich regionales, saisonales und frisches Gemüse und (Take-away-) Gemüseprodukte anbieten würde, inklusive Beratung zum Gemüse und Informationen zur Herkunft des Gemüses. Das Ziel der Arbeit ist es abzuklären, ob ein solches Geschäft den schweizer Konsumentinnen und Konsumenten zu mehr Gemüsekonsum verhelfen kann. Dazu wurde zuerst die theoretische Grundlage der Arbeit erstellt und danach eine Marktanalyse nach Kühn durchgeführt, welche den definierten Gemüsemarkt der Region Bern analysiert. Um die Meinung zur Gemüserie sowie das Kauf- und Konsumverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten abzufragen, wurde eine Onlineumfrage durchgeführt. Die Einschätzungen und Meinungen zu diesem Geschäftsmodell von drei Hofladenbesitzerinnen und -besitzer sowie von drei Ernährungsexpertinnen und -experten wurden mittels sechs telefonischer Experteninterviews abgefragt.

Die Literaturrecherche für die Grundlage der Arbeit hat ergeben, dass die schweizer Bevölkerung zu wenig Obst und Gemüse isst. Als Hindernisse für eine ausgewogene Ernährung werden verschiedene Faktoren genannt wie beispielsweise, dass gesundes Essen nicht schmeckt oder dass der Aufwand für die Zubereitung zu gross ist.

Anschliessend wurde eine Marktanalyse nach Kühn vom definierten Markt durchgeführt. Diese Analyse hat gezeigt, dass es auf dem Markt bereits sehr viele Anbieter von Gemüse gibt, dass der Konkurrenzkampf dadurch gross ist sowie auch der Preisdruck. Die dominierenden Akteure sind die Detailhändler inklusive Discounter. Die grössten Chancen für die Gemüserie sind die Entwicklungen der Gesundheitstrends in der Bevölkerung und die steigende Nachfrage nach regionalen Produkten. Gefahren für die Gemüserie bestehen durch den Klimawandel, welcher das Wachstum des Gemüses negativ beeinflussen kann und dass das Geschäft aufgrund der tiefen Margen auf Gemüse nicht rentabel sein könnte.

Anhand der Marktanalyse, der Ergebnisse der Onlineumfrage sowie den Expertenmeinungen wurde das Geschäftsmodell für die Gemüserie erstellt. Anschliessend wurde die Gemüserie mit ihrem Sortiment, den Dienstleistungen sowie dem Marketing und einer Visualisierung beschrieben.

Eine reine Gemüserie wäre nicht rentabel und von den Experten auch nicht empfohlen. Ein Geschäft, welches frisches, regionales Gemüse sowie Obst und weitere regionale Produkte verkauft wäre geeigneter und rentabler. Ausserdem sollten die Take-away-Gerichte ausgewogen sein. Das bedeutet, dass es nebst dem Gemüse zusätzlich Protein- und Kohlehydratquellen braucht. Eine reine Gemüserie ist demnach ungeeignet. Durch die Verminderung der Zugangsbarrieren, wie zum Beispiel die aufwändige Zubereitung von Gemüse, kann der Bevölkerung jedoch zu mehr Gemüsekonsum verholfen werden.

**Schlagwörter:** Vegetable, Consumption, Barriers, Switzerland