



Slow Food®

Slow Food liegt im Trend

Neuer Regionalismus
Downshifting Authentic Goods
Market of the Real Slow Life
Slow Trend Lessness zurück zur Natur
Slow Tech Retro Konsum
Entschleunigung Kult-Kennerschaft
Ueber-Premium

Slow Food®

Was ist Slow Food?

- eine internationale oeko-gastronomische, Mitglieder getragene Non-Profit Organisation
- eine Bewegung, die 1989 gegründet wurde, um Fast Food und Fast Life entgegen zu wirken
- ein weltweites **Netzwerk**, dass die heutige Art der Lebensmittelproduktion und des Lebensmittelkonsums verändern will.





Das **Slow Food** Netzwerk:



Mehr als 100'000 Mitglieder in 129 Ländern in über 850 Sektionen (Convivia) organisiert; vereinigt mit Vertretern von Universitäten, Schulen, Behörden und **1'600 Food Communities**, 5'000 artisanalen Lebensmittelproduzenten, 1'000 Köchen und 400 Akademikern aus 150 Ländern, die gemeinsam im **Netzwerk Terra Madre** organisiert sind.



Was macht Slow Food ?

Slow Food verteidigt das Recht auf Genuss
Fördert gut, sauber & fair produzierte Lebensmittel
Unterstützt die lokale Lebensmittelproduktion

Um diese Ziele zu erreichen:

- schult Slow Food Kinder und Erwachsene
- verteidigt Slow Food die Biodiversität mit den Projekten Arche des Geschmacks und den Slow Food Presidi
- vereinigt Slow Food Produzenten und Ko-Produzenten im Projekt Terra Madre und fördert den kulturellen Austausch und den Netzwerk-Aufbau



 Slow Food*

Das Recht **auf Genuss**

Alle Menschen haben das fundamentale Recht auf Genuss und das Recht auf Souveränität bei der Wahl ihrer Lebensmittel. Als Konsequenz daraus erwächst die Verantwortung das kulturelle Erbe der Lebensmittel zu erhalten, die Genuss überhaupt erst ermöglichen



 Slow Food*

Was für **Lebensmittel** sind **slow**?

gut
+ sauber
+ fair

= nachhaltige Qualitäts-Lebensmittel

Slow Food®

es schmeckt
gut

und es macht uns
Freude,
zu essen



Slow Food®

sauber die Produktion respektiert die Umwelt, das Wohl der Tiere und unsere Gesundheit



Slow Food®

Die Produzenten sollen
faire
Löhne und Anerkennung
für ihre Arbeit erhalten



Slow Food®

Vermittlung des langsamen Weges

... ein Weg der ermöglicht, dass Kinder und Erwachsene
Lebensmittel verstehen und deren Produktion
und Herkunft kennen → Kennerschaft und Könnerschaft.

- Geschmackserziehung, Geschmacks-Workshops ("Laboratori del Gusto")
- Essbare Schulgärten ("Edible School Gardens")
- Exkursionen zu Produzenten
- Nationale und internationale Messen und Konferenzen



 Slow Food®

Die **Universität** der **Gastronomischen Wissenschaften**

- Erste akademische Institution, die dem Studium der gastronomischen Wissenschaften gewidmet ist
- Multidisziplinäres Programm
- Ausgedehnte Exkursionen

→ www.unisg.it



 Slow Food®

Biodiversitäts-Projekte



Slow Food®

Ko-Produzent?

"Eating is an agricultural act."
Wendell Berry (1989)

"A co-producer is a consumer who knows and understands problems of food production: quality, economics and processing requirements, the culinary aspect. It's not just someone who consumes. It's that they want to know."

Carlo Petrini



Slow Food®

Kurze Produktions- und Distributionswege

Alternative Distributions-Systeme reduzieren die Distanz zwischen Feld und Tisch und bringen die Produzenten näher zu den Ko-Produzenten

- Bauernmärkte
- Lokale Messen und Veranstaltungen
- Einkaufsgruppen
- Direktvermarktung



 **Wieso Lokal ?**

- Frischer Geschmack: saisonale Produkte aus lokalen Sorten und Rassen produziert, bei perfekter Reife geerntet, schmecken immer besser als auf lange Haltbarkeit und Transportwege getrimmte Industrieprodukte
- Weniger Food-Meilen: weniger Transport und Verpackung heisst weniger Verschmutzung
- Vertieftes Wissen und Kontrolle über unser Essen und über dessen Produktion
- Sicherstellung des Überlebens von traditionellen, nachhaltigen Produktionsmethoden, indigenen Sorten und Rassen sowie der Lebensmittel-Diversität.
- Schutz und Erhalt von regionalen Landschaftstypen



 **Arche des Geschmacks**

- gegründet 1996
- katalogisiert vom Aussterben bedrohte Lebensmittel, Sorten und Rassen



Presidio Slow Food

- gegründet 2000
- kleine Projekte, die Produzenten direkt bei der Produktion und der Vermarktung unterstützen



 Slow Food®

Welche Ziele will Slow Food mit den Presidi-Projekten erreichen?

- Erhalt von akut oder potential bedrohten Sorten, Rassen, Lebensmittel und Kulturlandschaften sowie Erhalt der jeweiligen Produktionstechniken
- Wissenstransfer auf neue, in der Regel jüngere Produzenten
- Existenzsicherung des Produzenten durch das Öffnen neuer Absatz- und Distributionskanäle
- Storytelling über Produkte und Produzenten ("the story behind") → Inwertsetzung von Produkt und Produzent

→ Denn: nur oekonomisch erfolgreiche Produzenten haben ein langfristiges Interesse am Erhalt von alten Sorten, Rassen, Lebensmittel oder Kulturlandschaften!

 Presidi Slow Food®

 Slow Food®

Was ist der Nutzen für die Produzenten?

- Promotion der Produkte durch Slow Food
- Technische & betriebswirtschaftliche Unterstützung
- Investitionen in Infrastruktur, Marketing, Produkte Design und Kommunikation
- Zusammenschluss der Produzenten in Food Communities entlang der Wertschöpfungskette
- Vertretung der Produzenten-Interessen durch Slow Food gegenüber Dritten
- Sicherstellung der Produktequalität
- Erhöhung des Produktionsvolumens und der erzielten Preise



 Slow Food®

 Presidi Slow Food®

Zwetschgenlandschaften aus dem Tafeljura

Produktionsgebiet
Tafeljura, Baselland

Produzenten
15 Bauernbetriebe
1 gewerbliche Bäckerei
1 Wohn- & Werkheim

Sponsoringpartner
Coop, Kuoni, Stiftung Slow Food Schweiz

Technischer Partner
Verein Hochstamm Suisse







 Slow Food®

 Presidi Slow Food®

Schweizer Dörrbohnen

Produktionsgebiet
Mittelland / D-CH

Produzenten
12 Bauernbetriebe
2 Verarbeitungsbetriebe
1 Behindertenheim

Sponsoringpartner
Coop, Stiftung Slow Food Schweiz

Technischer Partner
Pro Specie Rara







Slow Food®

Presidi Slow Food®

Kaffee aus Huehuetenango

Produktionsgebiet
Guatemala, San Pedro Necta,
Hochland von Huehuetenango)

Produzenten
170 Mam-Familien, organisiert in
drei Kooperativen (Asodesi,
Esquipulas, Adienil)

Sponsoringpartner
Fondazione per la Biodiversità
Ministerio degli Affari Esteri d'Italia

Technischer Partner
Pausa Caffè







Was ist der Nutzen für die Produzenten?

Tab. 1: Durchschnittlicher **Produktions- und Wertzuwachs** von 54 Slow Food Presidi in den Jahren 2007 bis 2009 (Aus: *The Slow Food Presidia: from a cultural project to entrepreneurship*, Università Bocconi, Milano, 2010)

Warengruppe	Verkaufte Menge	Preis pro Einheit
Fisch	11.0 %	39.3 %
Fleischprodukte	53.0 %	20.0 %
Backwaren	36.0 %	21.5 %
Käse	46.0 %	28.0 %
Fleisch	161.0 %	19.0 %
Früchte, Gemüse	74.0 %	68.0 %
Ø – Zuwachs	63.5 %	32.6 %

Slow Food*

Was ist der Nutzen für die Produzenten?

Tab. 2: Durchschnittlicher Zuwachs an **Produktionsbetrieben und Arbeitsplätzen** von 54 Slow Food Presidi in den Jahren 2007 bis 2009 (Aus: *The Slow Food Presidia: from a cultural project to entrepreneurship, Università Bocconi, Milano, 2010*)

Warengruppe	Betriebe	Arbeitsplätze
Fisch	11.7 %	16.2 %
Fleischprodukte	43.5 %	11.6 %
Backwaren	8.0 %	9.9 %
Käse	17.9 %	5.1 %
Fleisch	109.9 %	147.3 %
Früchte, Gemüse	28.5 %	23.5 %
Ø – Zuwachs	36.4 %	35.6 %

Slow Food*

Zusammenfassung der Studie

- Die Slow Food Presidi stellen ein wertvolles und effizientes ökonomisches Model dar:
 - Steigerung der Produktion
 - Steigerung des erzielten Preises
 - Steigerung der Produktequalität
 - Schaffung von neuen Arbeitsplätzen
- Durch die Slow Food Presidi konnte oftmals der regionale Tourismus gefördert werden.
- Durch die Slow Food Presidi konnte auch die regionale Gastronomie gefördert werden.
- Das Netzwerk von Slow Food ermöglichte die Vermarktung von nachhaltig produzierten Lebensmittel durch die Öffnung neuer Märkte.



Slow Food®

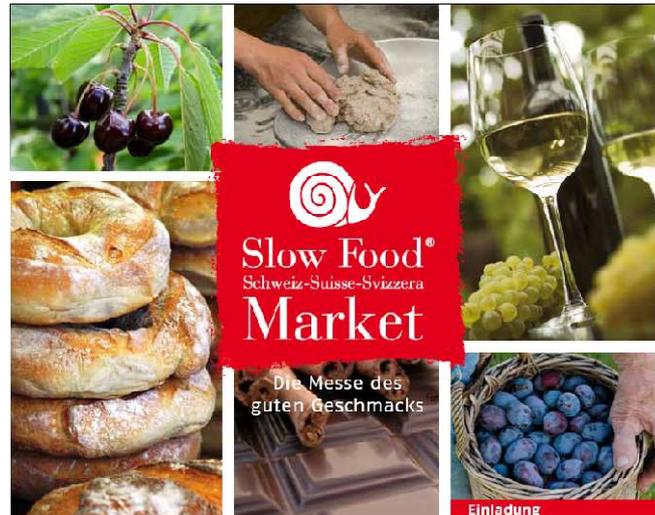
Weitere Informationen

und lokale Slow Food
Veranstaltungen **in Ihrer Nähe**



www.slowfood.ch

Slow Food®



Slow Food®
Schweiz-Suisse-Svizzera
Market

Die Messe des
guten Geschmacks

Einladung

vom 11. bis 13. November 2011
Messe Zürich