


Multi-Akteur Workshop - WP3



WP3 Ziele – Soziale Innovation




Entwicklung einer Definition von sozialer Innovation (SI) in KLK



Identifizierung Schlüsselfaktoren und Best Practices von SI in KLK

Validierung der Definition, Schlüsselfaktoren und Best Practices SI in KLK



Entwicklung eines Selbsteinschätzungs-Tools zur Ermittlung der Auswirkungen von SI in KLK

WP3 Methodologie

Systematische Literaturrecherche zur Entwicklung einer Definition von sozialer Innovation in KLK



Systematische Literaturrecherche zur Identifizierung von Schlüsselfaktoren und bewährten Praktiken von SI in KLK



CoP-Veranstaltungen zur Validierung der Definition, der wichtigsten Triebkräfte und Best Practices von SI in KLK



Kurzer Literaturüberblick zur Entwicklung eines Bewertungsinstruments für die Auswirkungen von SI in KLK



Ist soziale Innovation ein Schlagwort? Was steckt dahinter?

Allgemeines Verständnis
Eine Definition

Recherche von 5000 Dokumenten &
Überprüfung von 272 Definitionen

Eine maßgeschneiderte
Definition für KLK
(anstatt einer allgemeinen)



Soziale Innovationen sind Prozesse, die KLK-Systeme verändern, indem sie die Beziehungen, Perspektiven und Denk- und Handlungsweisen der Beteiligten verändern und zur Erreichung vor allem sozialer Ziele führen, die allen (der KLK-Akteure) zugute kommen.

Ist SI wichtig für KLK? Was treibt sie an?

Ein Prozess durch den sich Menschen, Gemeinschaften und Gesellschaften verändern

Warum für KLK?
Um soziale Wirkung zu erzielen und die **Handlungsfähigkeit** für gesellschaftliche Veränderungsprozesse zu stärken

EBOS - Triebkräfte

- **E**ntwickle und implementiere Lösung eigenständig
- **B**inde möglichst viele Akteure mit ein. Sei offen.
- **O**rganisiere Trainings zur Kommunikation und Zusammenarbeit. Bitte Experten um Hilfe.
- **S**uche starke Führungspersönlichkeiten (Initiatoren) für die Anfangsphase



Wie sieht es mit erfolgreichen Best Practices aus?

Verkürzung der physischen und sozialen Distanz!

Räume und Ressourcen teilen
(auch mit der erweiterten
Gemeinschaft)
- physisch & sozial -

Kette offen und direkt verkaufen (z.B.
mit einem fahrenden
Lebensmittelgeschäft)
- physisch & sozial

Mit KLK-Mitgliedern in persönlicheren
Kontakt kommen (z.B. unterhaltsame
Aktivitäten organisieren)
- sozial -

Verwendung formeller
Vereinbarungen, aber auch
informelle Regeln (z.B. Vertrauen)
- sozial -

Gibt es noch weitere Erkenntnisse?

Gestalte deine eigene Zukunft
zusammen mit anderen und
kommuniziere dies

Kollektive Führung macht den
Unterschied

Vertrauen führt zu mehr
Vertrauen

Identifiziere ein gemeinsames
Ziel, eine gemeinsame Vision und
gemeinsame Prinzipien



Warum sollten KLK ihre sozialen Auswirkungen messen?

Bessere Positionierung auf dem Markt

Besseres Verständnis durch die Verbraucher

Bessere Kommunikation der eigenen Werte

SIAT (Beurteilungsvorlage zur sozialen Innovation)

- **Besseres Verständnis** der lokalen Landschaft
- **Verbindung** qualitativer Merkmale und sozialer Wertsteigerung mit wirtschaftlichen Werten
- **Entdeckung des eigenen Potenzial für SI**



Ergebnisse T3.4 and T3.5

Beurteilungsvorlage zur sozialen Innovation

SIAT Struktur

1. Profil
2. Priorisierung
3. 5 Dimensionen



Angewendet auf 16 Case Studies (von 18)

SIAT MAP



- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. Couleurs Paysannes | 9. DOO Polo |
| 2. Zala Termál-völgye Egyesület | 10. Association of companies for fruit and vegetable processing |
| 3. Biofruits | 11. Latengul Batuak, NAA |
| 4. Chèvrement bon | 12. Gaia producers-consumers' co-operative |
| 5. Foodhub.hu Nonprofit Ltd. | 13. Allotropen - SYNPE |
| 6. Natuurlijk Vleespakket BV | 14. Arvaia, Società Cooperativa Agricola |
| 7. Bauer Banse Hofmolkerei | 15. La Trufa de alvsa |
| 8. Local2Local | 16. Biotop Oberland - SoLaWi |

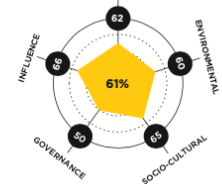
1. COULEURS PAYSANNES

Mailing address	Les Quatre Chemins, D4, 04210 Valensole, France
Year of creation	2012
Area of operations	Regional
Legal form	Cooperative
N° of workers	14
Workers that are members	0%
N° of members	52
Agrifood sector	Fruit & Vegetables - Meat - Fish - Dairy products - Cereals - Bakery products
Economics (last year)	Revenues: 4.300.000 € Costs: 3.010.000 €
Type of production	

PRIORITIZE

- Economic 100
- Environmental 75
- Socio-cultural 75
- Governance 75
- Influence 50

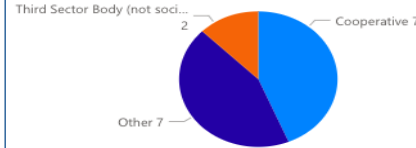
SIAT



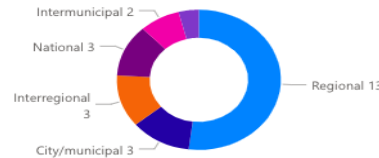
Vergleichsanalyse

Organization Name
ALLOTROPON - SYNPE
ARVAIA, SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA
ASSOCIATION OF COMPANIES FOR FRUIT AND VEGETABLE PROCESSING
Chamber of Agriculture Lower-Saxony
BIOFRUITS
SoLaWi
CHÈVREMENT BON
COULEURS PAYSANNES
DOO POLO
FOODHUB.HU NONPROFIT LTD.
GAIA PRODUCERS-CONSUMERS' CO-OPERATIVE
LA TRUFA DE ALAVA
LATENGUI BATUAK, NAIA
LOCAL2LOCAL
NATUURLIJK VLEESPAKKET BV
ZALA TERMÁLVÖLGYE EGYESÜLET

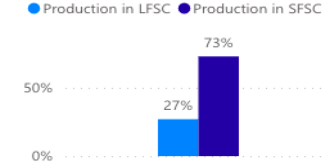
Legal form



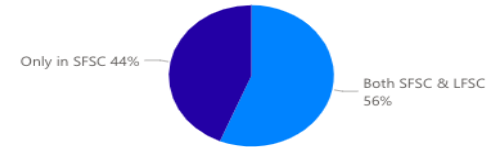
Operation Areas



Type of production (Avg)



Operating Supply Chain



Workers		
48%	52%	8
% of worker female (Avg)	% of worker male (Avg)	Total workers (Avg)
Members		
40%	60%	79
% of member female (Avg)	% of member male (Avg)	Total members (Avg)
51% % of working members (Avg)		
Economic data - Last Year		
€ 1,51Mln	€ 1,44Mln	120%
Total Revenues (Avg)	Total Cost (Avg)	Cost/revenues (Avg)

Countries



Operating Sectors



Highlights der wichtigsten Ergebnisse!

- Der generierte Wert (entlang der LK) ist fair verteilt und wird transparent kommuniziert
- Kunden spielen wichtige Rolle (in den Dimensionen Wirtschaft, Soziokultur und Leitung) - **hohes Kundenvertrauen**
- **Umweltfreundliche Verpackungen** haben hohen Stellenwert (bei Analyse der Umweltaspekte)
- 80% **Bio-Produkte**(Mittelwert)
- 75 % **lokale/traditionelle Produkte** (Mittelwert)
- **Sehr wenige** spezifische Angaben zum Gehaltsniveau (aber 94% Geschlechterparität)
- **Geringes Maß an kollektiven Investitionen** und **Anfrage nach Krediten**
- **Sehr aktive Rolle in den Gemeinden**