

“FeedFinder Non GMO“

Status und Zukunft: eine kurze Standortbestimmung



1. Sinn und Zweck des Onlineportals “FeedFinder Non GMO



FeedFinder

1.1 Markttransparenz

- **Ausgangssituation:** Seit vielen Jahren ist in Bezug auf die **Unsicherheit** bei der **NON GMO Futtermittelproduktion** noch kein nachhaltiger Durchbruch gelungen.
- Das **Beschaffungsproblem** von NON GMO Futtermitteln ist **nicht gelöst**, ein akuter Informationsbedarf besteht nach wie vor, ist eher noch gewachsen.
- Der **FeedFinder NON GMO** hat das **Potential**, hierzu **einen wichtigen, positiven Beitrag** zu leisten – durch **Steigerung der Markttransparenz**, durch die Onlinepräsenz von Futtermittelanbietern.



1. Sinn und Zweck des Onlineportals “FeedFinder Non GMO“



FeedFinder

1.1 Markttransparenz

- Markttransparenz Voraussetzung für:
 - Funktionsfähigkeit von Märkten
 - **Wettbewerb**
- Markttransparenz schafft **Vertrauen** bei den Marktakteuren:
 - Anbieter und Nachfrager von NON GMO Futtermitteln,
 - mediale Öffentlichkeit wie z. B. Presse und Verbände
- Positive Auswirkungen:
 - Objektivierbarkeit
 - Überprüfbarkeit
 - Leichtere Zugänglichkeit
- Beschaffungssicherheit forciert bedarfsgerechte Beschaffungsentscheidungen



Senkung des Beschaffungsaufwands in zeitlicher und finanzieller Hinsicht

1. Sinn und Zweck des Onlineportals “FeedFinder Non GMO“



1.2 Verlässlichkeit

- Die konstatierte **Erhöhung** der **Markttransparenz** basiert auf einem hohen Grad an **Verlässlichkeit** auf Beschaffungsseite – initiiert durch den FeedFinder Non GMO
- Die Verlässlichkeit zeigt sich für den landwirtschaftlichen Erzeuger konkret in der Tatsache, dass er in seiner Alltagspraxis einen
 - **sicheren,**
 - **verbindlichen,**
 - **gewährleisteten****Zugriff** auf die in Frage kommenden Anbieter mit Non GMO Futtermitteln hat
- Grund für die Verlässlichkeit: liegt u. a. an einer stringenten **Koordination** durch
 - „geordnete“ Informationsströme (hervorgerufen durch Aufbau und Optimierung von Informationsstrukturen **mittels eines zentralen Datenbankzugangs** für Non GMO Futtermittel) und
 - Vernetzung der Vermarktungsstufen

A screenshot of the FeedFinder Non GMO search interface. It features a green "NON GMO" logo at the top left. Below it, the text "FeedFinder" is displayed. To the right, there are two tabs: "Suche" (highlighted in green) and "Informationen". The search form includes several dropdown menus: "Bundesland" (set to "Niedersachsen"), "Tiergruppe" (set to "Geflügel"), "Produktionsart" (with options "- Einzelfutter" and "- Mischfutterherstellung"), and "Ergebnisse zeigen" (with an "Ok" button). A green box at the bottom left of the interface contains the text "Entwurf: Webdesign".

2. Realisierung Basisversion (Startphase)

1. Beziehungsfelder Online Portal FeedFinder Non GMO



2. Realisierung Basisversion (Startphase)



FeedFinder

2. Kick-Off-Veranstaltung Markteinführung

- Offizielle Auftaktveranstaltung in einer zünftigen **Landgaststätte** in Bayern, geplant für das 1. Quartal 2013
- Erster größerer Auftritt in der **Öffentlichkeit**
- **Zielgruppe:** Futtermittel-Hersteller, Futtermittel-Händler, Molkereien...
- **Einladung** vorab per E-Mail (Kernthema: Sinn und Zweck des Portals)
- **Startschuss** mit einer Online-Präsentation des Portals



3. Plausibilitätsüberlegungen zum Mehrwert

Mehrwert-Optionen

- + Mehr Geschäftskontakte: höhere Präsenz für Anbieter
- + Mehr Reputation: Plattform mit hoher Seriosität
- + Mehr Vertriebs-Dynamik: ein zusätzlicher Vertriebskanal, der weitere Marktpotentiale erschließt
- + Mehr Koordination durch „geordnete“ Informationsströme
- + Mehr Durchschlagskraft: es wird „ein größeres Rad gedreht“
- + Mehr Transparenz: ein höherer Grad an Nachvollziehbarkeit