

Mission Model Canvas

Project title:

Swiss Protein Tempeh

Created by:

Nina Schaller

Date:

29.06.2026

Partners & Support 🤝

Which persons and organizations can support your project and act as intermediaries?

Schweizer Landwirtschaft (Lupinen-, Kichererbsen- und Ackerbohnen Produzenten) als Rohstofflieferanten; ZHAW (im Aufbau) als wissenschaftlicher Partner für Nährwertanalysen; Coop und Migros als Retail-Vertriebspartner; Pistor als Foodservice-Distributor.

Activities 🔄

What are the three main activities needed to create/realize your project?

1. Auswahl & Test geeigneter Schweizer Rohstoffe (Lupinen, Kichererbsen -> passen sich an zukünftiges Klima in der CH an), evtl. Ackerbohnen; 2. Fermentationsreihen mit unserer patentierten SSF-Technologie inkl. Nährwertanalysen (Proteinbioverfügbarkeit, Verdaulichkeit, Aminosäureprofil) und Sensoriktests; 3. Marktvalidierung und Vorbereitung von Retail-/Foodservice-Listungen bei bestehenden Partnern.

Ressources 🏠

Which three skills and resources are central to the implementation of your idea?

Patentierte SSF-Fermentationstechnologie (EP3923741A1); bestehende Fermentationsinfrastruktur in Bern-Bümpliz; eingespieltes Team (CEO, CTO, R&D-Team, Produktentwicklung) sowie ein etabliertes Retail- und Foodservice-Netzwerk (Coop, Migros, Pistor).

Project 📦

How do you explain your project to a stranger in 1 minute?

Wir verwandeln einheimische Hülsenfrüchte wie Lupinen, Kichererbsen und Ackerbohnen mittels schonender Feststofffermentation (SSF) in ein proteinreiches, geschmackvolles Schweizer Tempeh. So stärken wir den Schweizer Ackerbau, reduzieren die Importabhängigkeit bei Pflanzenproteinen (heute 96 % Import) und bringen ein Clean-Label-Produkt auf den Markt, das ernährungsphysiologisch mit tierischem Protein konkurrieren kann.

Relationship, Community ❤️

How do you actively involve your community in your project (beyond just looking/listening)?

Wir testen Rezeptideen und Sensorik direkt mit Konsument:innen in Degustationen und Befragungen, holen Feedback von Landwirt:innen zur Rohstoffwahl ein und binden unsere Retail-/Foodservice-Partner (Coop, Migros, Pistor) frühzeitig in die Produktentwicklung ein.

Channels 📺

What channels will you use to reach your community? How will the target group find out about your project?

Bestehende Listungen bei Coop, Migros und über Pistor (Foodservice); eigene Social-Media- und PR-Kanäle (LinkedIn, Medienarbeit); Fachmessen und Verbände (z. B. Verein Schweizer Hülsenfrüchte); direkte Zusammenarbeit mit Schweizer Landwirtschaftsverbänden.

Target Groups 👥

Who do you want to address with your idea or project? Who will jump at it? Name your main target groups.

Schweizer Konsument:innen, die Wert auf lokale, pflanzliche Clean-Label-Proteinquellen legen; Detailhandel (Coop, Migros) und Gastronomie/Foodservice (über Pistor); Schweizer Landwirtschaft, die von einer neuen Wertschöpfungsstufe für Hülsenfrüchte profitiert.

Budget 💰

Impact 🌱

What costs do you expect to incur to realize your idea?

What are the costs?

Sourcing, R&D-Ressourcen, Skalierung: ~CHF 40'000; Rohstoffe & Nährwertanalysen: ~CHF 15'000; Verbrauchertests & Marktvalidierung: ~CHF 13'000.

Total: CHF 68'000

1. **Impact:** What does your idea do for the climate? How do you measure/verify the impact?

Hülsenfrüchte fixieren Stickstoff (~30 kg N/ha Vorfruchtwert) und benötigen kaum Dünger, verbessern Bodengesundheit und Fruchtfolge und reduzieren die CH-Importabhängigkeit bei pflanzlichem Protein (heute 96 % Import). Wir messen den Erfolg an: mind. 2 Schweizer Rohstoffe fermentiert & nährwerttechnisch validiert; positive Sensorik in Verbrauchertests; mind. 1 Retail- oder Foodservice-Listung im Verlauf 2027/28.

2. **Scaling/Expansion/Unfolding:** How to increase the impact of your project?

Mit erfolgreicher Validierung skalieren wir über unser bestehendes Retail- und Foodservice-Netzwerk (Coop, Migros, Pistor) sowie über unsere patentierte SSF-Plattform, die grundsätzlich weitere Schweizer Rohstoffe und Nebenprodukte verarbeiten kann – und schaffen so eine dauerhafte neue Wertschöpfungsstufe zwischen Schweizer Acker und Ladenregal. Wir wollen von der Nische in die Masse.