



REGAL-Zwischenbilanz zur GENUSS REGION ÖSTERREICH Breite Aufmerksamkeit für Lebensmittel-Informationskampagne

Auf acht Seiten Text und Bild präsentiert REGAL, die führende Fachzeitschrift für die Lebensmittelwirtschaft, in der Dezembernummer die Informationskampagne „GENUSS REGION ÖSTERREICH“. Initiatoren und Träger der Kampagne zeigen sich darin rundum zufrieden mit dem Erreichten. Die Offensive hat österreichweit große Aufmerksamkeit erregt.

Die Kampagne wird vom Lebensmittelministerium, der Agrarmarkt Austria (AMA) und den Bundesländern unterstützt. Seit April 2005 sind 25 Genussregionen mit insgesamt 28 Produkten ausgezeichnet worden. Die enge Verknüpfung von Region und Produkt trägt dabei zu Identitätsstärkung, Wiedererkennbarkeit und Wertschöpfung bei.

<http://www.genuss-region.at/>

Einen zusätzlichen Leverage-Effekt erfährt die mit breitem öffentlichen Interesse verfolgte Kampagne durch die Allianz „Starke Marken – starke Regionen“. Wichtige Player aus der Lebensmittelwertschöpfungskette heben in dieser strategischen Allianz gemeinsam – und über Unternehmens- und Marken-Grenzen hinweg - ihren Beitrag zum reichhaltigen Angebot an Erzeugnissen und Vermarktungswegen für den Feinkostladen Österreich hervor. Unter anderem geben sie ein von allen Partnern getragenes Qualitätsversprechen ab. Für die Zeitschrift REGAL von besonderem Interesse ist die Beteiligung großer Lebensmittelketten an dieser Allianz. <http://www.starke-marken.at>

Folglich hat REGAL Landwirtschaftsminister Josef Pröll und die Spitzen der in der Allianz versammelten Lebensmittelketten zum Gedankenaustausch eingeladen. Die Chefs von Billa, Hofer, Spar und Zielpunkt umreißen darin die herausgehobene Bedeutung von Regionalität und Qualität in ihrem Angebot. Ausgehend vom Verbraucherwunsch nach diesen Merkmalen wird anhand ausgewählter Fallbeispiele das Zusammenspiel in der Lebensmittelwertschöpfungskette zum Nutzen der Region(en) dargestellt. Die Beispiele unterstreichen zugleich die wichtige Rolle des Landwirts als regionaler Erzeuger. Deutlich wird auch, dass die besondere Sorgfalt in der Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung zu einer besonderen Werthaltigkeit dieser Lebensmittel führt, die mit Dumpingpreis-Strategien nicht zusammen passt.

Einig sind sich laut REGAL alle Beteiligten darin, dass – bei durchaus unterschiedlicher strategischer Grundausrichtung und individuellem Profil – der Handel auch in Zukunft als Nahversorger die gänzlich unverzichtbare Funktion wahrnimmt, regionale Qualitätsprodukte überregional verfügbar zu machen.

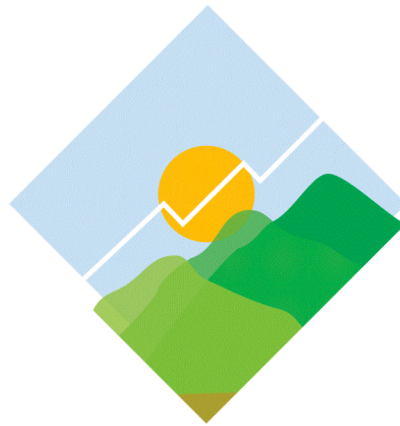
Prädikat: Lesenswert!

Die Allianz für starke Regionen

In der „Allianz für starke Regionen“ engagieren sich neben den Handelskonzernen Billa, Spar, Hofer und Zielpunkt die Fleischwarenspezialisten und Lebensmittelverarbeiter Radatz, Aibler, Berger und Schirnhofner, die Brau Union Österreich AG, die Landmaschinenhersteller CNH Steyr und Pöttinger sowie die Industriegruppe Pflanzenschutz (fciö).

Weitere Informationen:

Temmel, Seywald & Partner
Mag. Eveline Fitzinger
Josefstädter Straße 44, A-1080 Wien
E-Mail: fitzinger@tsp.at
Tel. 01/4024851-172



Starke Marken Starke Regionen

und ihre Partner

