

Workshop „Regionalvermarktung“

Auswertung des Fragebogens

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für Ihr Interesse an unserem Workshop zum Thema Vermarktung regionaler Allgäuer Produkte.

Nach unserem Workshop erreichten uns 22 ausgefüllte Fragebögen, dazu 10 mündliche Rückmeldungen, die weiteres Interesse an einer Beteiligung an einzelnen Projekten und Initiativen betonten. Die Bögen haben wir ausgewertet und lassen Ihnen nun die Ergebnisse zukommen. Sie sind eine gute und breite Basis für unsere weitere Arbeit.

Herzlichen Dank für Ihr Engagement.

Mit freundlichen Grüßen

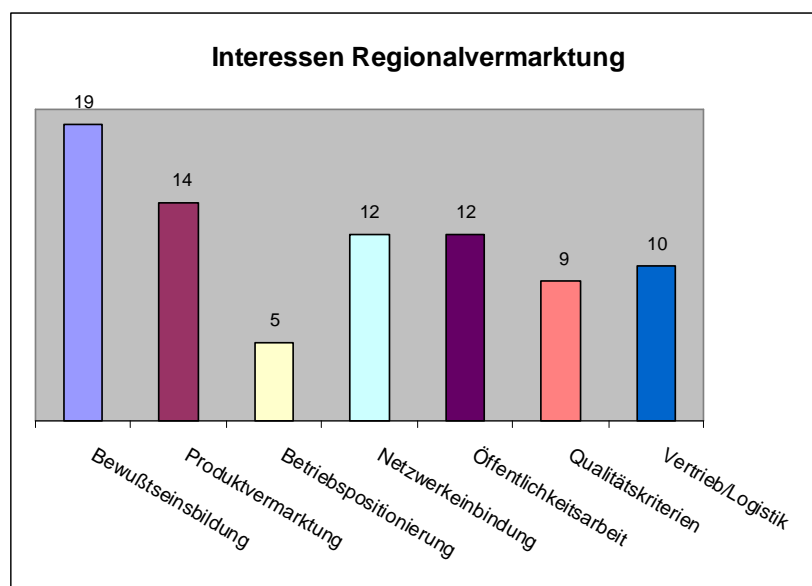
Ihr Arbeitskreis Regionalvermarktung Allgäu

Vermarktung Allgäuer Produkte

Die Auswertung der Antworten im ersten Frageblock gibt ein starkes Interesse der Teilnehmer am Prozess der Bewusstseinsbildung wider (19). 14 von 22 Befragten könnten sich auch vorstellen, sich in künftige Projekte zum selben Thema einzubringen. Eine spezifisch auf regionale Produkte zugeschnittene Öffentlichkeitsarbeit und Synergieeffekte, die sich aus Beteiligungen an regionalen Netzwerken ergeben könnten (beide 12) folgt direkt nach dem Interessensschwerpunkt „Vermarktung bestimmter Produkte“ (14).

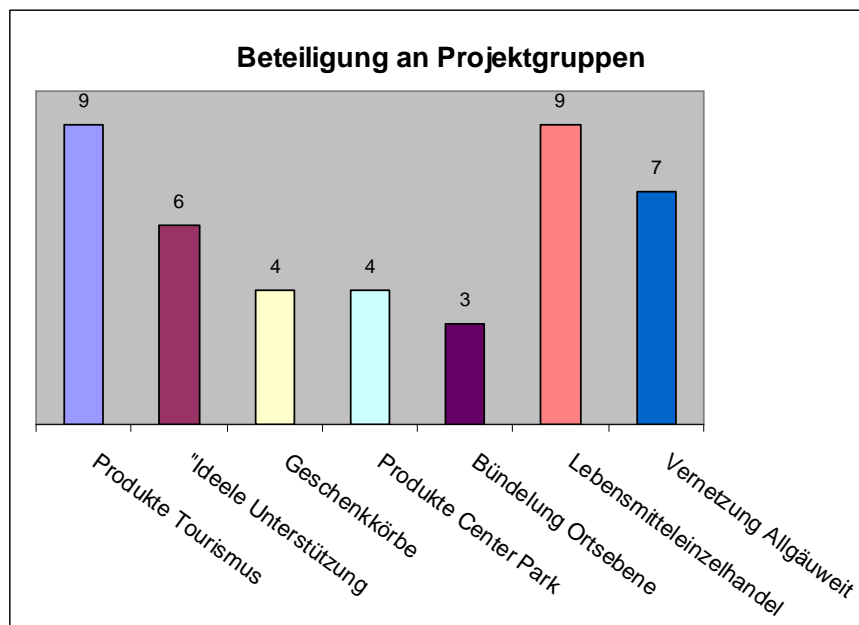
Acht Nennungen bilden einen deutlichen Schwerpunkt bei den Milchprodukten. Mit jeweils fünf Nennungen belegt die Vermarktung von Kräutern und Fleischprodukten Platz zwei. Fisch und Gemüse mit jeweils vier Nennungen liefern einen 4. und 5. Schwerpunkt. Produkte mit zwei Nennung aus den Bereichen Handwerk und Wellness, setzen sich damit nur schwach ab von Holz, Flüssigseife, Naturkosmetik, natürliche Arzneimittel oder dem Aufwuchs von Naturschutzflächen.

Vertriebswege und Logistik (10) und die Aufstellung und der Umgang mit Qualitätskriterien wird von neun Teilnehmern besonders wichtig eingeschätzt. Für lediglich fünf Befragte steht die Positionierung des eigenen Betriebs im Vordergrund.



Projektbeteiligungen

Besonders erfreulich ist die erklärte Bereitschaft der Befragten sich an der Umsetzung möglicher Projektideen zu beteiligen. Spitzenreiter wären hier Projekte im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels und der Vermarktung von Produkten in einem touristischen Umfeld. Im Mittelfeld spielt eine Allgäuweite Vernetzung für potentielle Akteure eine große Rolle. Sechs Teilnehmer möchten sich in einem Projekt zur ideellen Unterstützung regionaler Wertschöpfungsketten engagieren. Zu den Projektideen Geschenkkörbe, dem Verkauf regionaler Produkte im künftigen Center Park, jeweils vier Nennungen, und der Bündelung von Direktvermarktungsinitiativen auf Ortsebene, drei Nennungen, wäre Bereitschaft zu aktiver Mitarbeit oder auch der Übernahme einer Projektleitung vorhanden.



Probleme/Risiken/Vorschläge

Die Befragung der Workshopteilnehmer zu Problemlagen im Kontext Regionalvermarktung liefert ein differenziertes Bild. Besonderer Wert wird darauf gelegt, vorhandene Strukturen und Marken in eine mögliche gemeinsame Dachmarke/Vermarktung zu integrieren, bereits aktive Akteure mit einzubeziehen (5x). Die Einführung verbindlicher Standards und Qualitätskriterien gilt vier Teilnehmern als notwendig - jedoch nicht unproblematisch. Ebenfalls wird mehrfach auf die Unübersichtlichkeit des Marktes, der Vielzahl an Initiativen und Logos hingewiesen (3x). Eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit zu Aufklärung und Bewusstseinsbildung (3x), zur Notwendigkeit einer zentralen Koordinierungsstelle oder eines direkten Ansprechpartners (2x) sind offenbar wichtige Schritte.

Singulär, aber nicht zu vernachlässigen, sind die Einwände zur Schwierigkeit, klare und eindeutige Gebietsgrenzen festzulegen, der Identifikation einer Zielgruppe und einer vertretbaren Preisgestaltung. Weiter dürften Produzenten keine übermäßigen Mehrkosten entstehen, Gewinne sollten direkt an Erzeuger zurückfließen.