

# PROJEKT BESCHREIBUNG



## TRADITION ME(A)TS INNOVATION

weitere Informationen unter [www.agrolabel.de](http://www.agrolabel.de)

### AUSGANGSSITUATION

Für die rund 90% der mittelständischen Unternehmen der deutschen Ernährungswirtschaft wird es aufgrund von Übersättigung, Überangebot und Konsolidierung immer schwieriger, sich erfolgreich am Markt zu behaupten. Zumal es in den meist familiär strukturierten Unternehmen an professionellen Marketingstrukturen sowie an personellen Ressourcen fehlt (HOFMEIER, M. 2015 II, S.1). Daher wird es für diese Unternehmen immer wichtiger, sich zu professionalisieren und ihr Profil zu schärfen. Hier bieten qualifizierte Herkunftsangaben sehr gute Chancen für KMU (SPILLER, A., VOSS, J. & DEIMEL, M. 2007, S. 202). Unter dem Motto „Regionalität braucht Regeln“ stellen qualifizierte Herkunftsangaben eine wichtige Basis dar, um

Authentizität und Glaubwürdigkeit beim Verbraucher zu stärken, Mehrwerte in diesem Trendsegment zu platzieren und somit einhergehende Kaufanreize auszulösen (PROFETA, A. 2005). Des Weiteren ergeben sich durch die Nutzung von Qualitätszeichen insbesondere für kleinere Unternehmen häufig neue Chancen und Absatzkanäle, wie z. B. Listungen im Lebensmitteleinzelhandel, woraus wiederum Wertschöpfungspartnerschaften mit der nachgelagerten Stufe resultieren. Aber auch Kooperationen mit der Primärerzeugung sind Nebenaspkte des Projektes, welche sich durch Zertifizierungsprozesse bzw. durch Teilnahme an Schutzgemeinschaften bei geografischen Herkunftsangaben als Synergieeffekte ergeben können.



## Tradition me(a)ts Innovation

handwerkliche Geschmacksvielfalt zertifizieren und multiplizieren

### PROJEKTZIELE

Ziel des Projektes ist die Konzeption und Entwicklung eines Informationssystems für das deutsche Ernährungshandwerk, mit dem handwerklich produzierende KMU unter Zuhilfenahme von qualifizierten Herkunftsangaben bestehende Absatzmärkte ausbauen sowie neue erschließen können.

- Aufbau eines Branchennetzwerks im Ernährungshandwerk
- Konzeption und Aufbau eines Internetportals inkl. Herkunftstool
- Entwicklung von Marketing- und Schulungsmaterialien

mehr Infos auf [www.agrolabel.de](http://www.agrolabel.de)

### VERANTWORTLICHKEITEN

UMSETZUNG UND PRAXISTRANSFER 

#### Netzwerkaufbau

Konzeption und Aufbau des **Internetportals**

inkl. **Herkunftstool**

Entwicklung der **Marketing-** und **Schulungsmaterialien**

### DER PROJEKTPARTNER:



WISSENSCHAFTLICHE BEARBEITUNG

**Literaturrecherche** - Analyse der Qualitäts- und Herkunftszeichen, Bewertungsmethoden, Nutzungshäufigkeiten

Durchführung der **empirischen Untersuchung**

**Empfehlungen** zum Praxistransfer

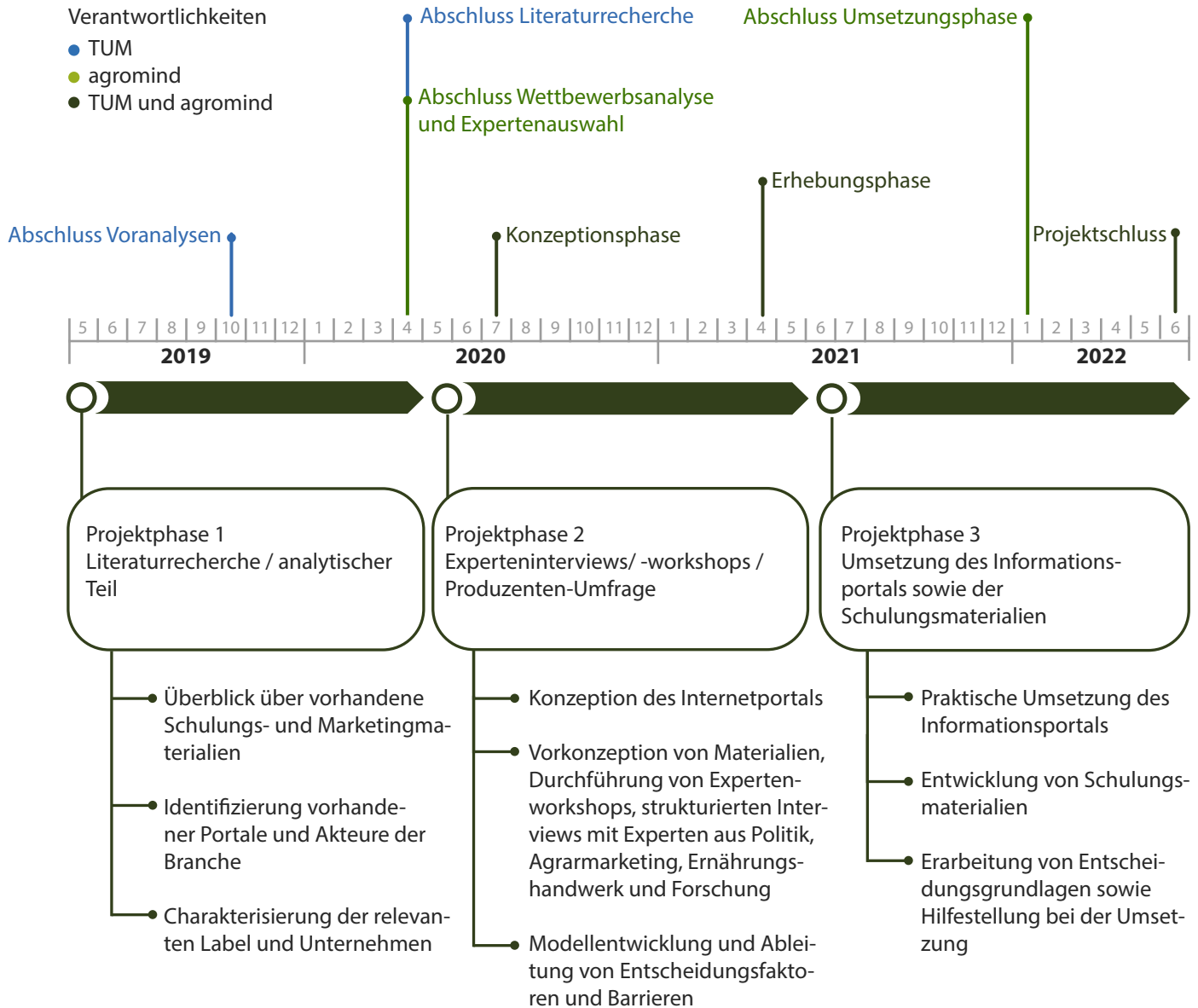
### Quellennachweis:

**Hofmeier, M.** (2015 II): Entwicklung eines handlungsorientierten Leitfadens zur strategischen Marketingplanung mit Herkunftsaspekt für KMU der Deutschen Ernährungswirtschaft, Wismar: Hochschule Wismar.

**Profeta, A.** (2005): Der Einfluss geschützter Herkunftsangaben auf das Konsumentenverhalten bei Lebensmitteln. Dissertation, Weihenstephan: Technische Universität.

**Spiller, Prof. Dr. A., Voss, J. & Deimel, M.** (2007): Das EU-System zum Schutz geografischer Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen: Eine vergleichende Studie zur Effektivität des Instruments zur Förderung des ländlichen Raums und Implikationen für die deutsche Agrarförderung. In: Schriftenreihe der Landwirtschaftlichen Rentenbank, Band 22. Frankfurt: Landwirtschaftliche Rentenbank

## MEILENSTEINE DES GESAMTPROJEKTS



### WEITERE INFORMATIONEN:

Neben einer fundierten und wissenschaftlich belegten Gesamtübersicht der verschiedenen Möglichkeiten und deren ökonomischen und marktorientierten Nutzungseffekten soll eine Toolbox entwickelt werden. Diese soll es den Ernährungshandwerkern erlauben, eine strategische Marktausrichtung mit Herkunftsaspekt zu planen und steuern. Weiterhin beinhaltet die Toolbox Informationen rund um qualifizierte Herkunftsangaben (Zeichen der EU – wie g.g.A., g.U, Zeichen des Bundes – wie z.B. Regionalfenster, Zeichen der Bundesländer – z.B. GQB, Gutes

aus Hessen) und sonstige Labels, Entscheidungshilfen, Checklisten sowie Kalkulationsvorlagen. Als Beispiele seien hier zu nennen: Vorlagen zur Kennzeichnung am POS, Vorlagen für Info- und Marketingmaterialien, etc. Des Weiteren werden für die Anwendung bzw. Umsetzung Schulungsmodule und Seminarveranstaltungen für Unternehmer und Mitarbeiter entwickelt, die in Kooperation mit Handwerksverbänden und sonstigen Informationsquellen den nötigen Wissenstransfer in die Praxis generieren.

Verbundprojekt im Rahmen des Programmes zur Innovationsförderung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.



Kontakt: Marion Hofmeier

agromind · Agentur für ganzheitliches Agrarmarketing · Dorfanger 32 · 86450 Bayershofen  
Tel. +49 (0)8295 – 66 93 77 0 · info@agromind.de