



**VOGELSBERG
ORIGINAL**

NETZWERKTREFFEN VOGELSBERG ORIGINAL

04.07.2023, Lauterbach, 18:30 bis 20.30 h

Fachvortrag zur weiteren Professionalisierung der Marke

AGENDA

Vorstellung

Dachorganisation und Regionalwert-
Netzwerk

Einführung

Krisen und ihre Auswirkungen

Professionalisierungsschritte

Die RegioAppp
Marketing von Produktfamilien von
Marken
Duale System
Zusammenfassende Gedanken



Regionalwert Impuls GmbH
Stefan Gothe, Geschäftsführer

Sebastianstr. 24

53115 Bonn

0228-9212352

info@regionalwert-impuls.de

www.regionalwert-impuls.de

Das Regionalwert-Netzwerk

Regionalwert AGs:

- Freiburg
- Hamburg
- Rheinland
- Berlin-Brandenburg
- Franken
- Niederösterreich-Wien
- Münsterland
- Bodensee-Oberschwaben
- Bremen & Weser-Ems

Initiativen mit Vorvertrag

- Luxemburg
- Mittleres Württemberg
- Mecklenburg-Vorpommern
- Südwestfalen

Interesse:

Thüringen, Ostwestfalen-Lippe (OWL), Hessen, Sachsen und Sachsen-Anhalt



Regionalwert AGs in Zahlen (2023)

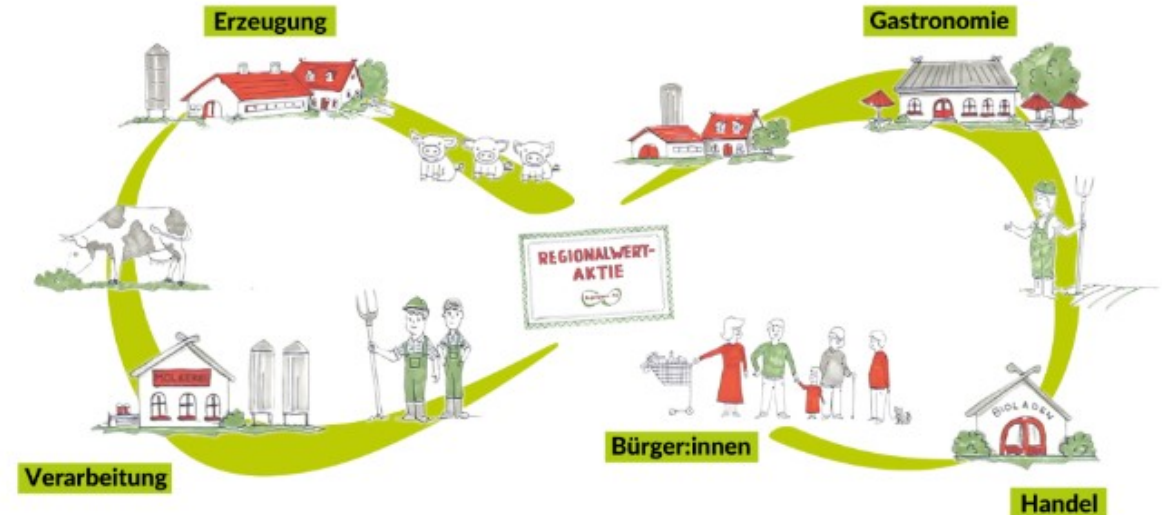
- mehr als 19,5 Mio. Grundkapital
- mehr als 5.500 Aktionärinnen und Aktionäre
- über 230 Partnerbetriebe



Ziele der Regionalwert AGs

Regionalwert AGs

- geben regelmäßig Bürger-Aktien aus.
- investieren das Geld in regionale Betriebe: Landwirtschaft, Verarbeitung, Handel & Gastronomie.
- werden durch die Investitionen Gesellschafter der Betriebe – und die Betriebe zu Partnern.
- ermöglichen Betrieben, die kein Kapital benötigen, als Lizenz-Partner beim Regionalwert-Netzwerk mitzumachen.
- stärken mit Dienstleistungen wie Hofnachfolgeberatung, Vernetzung, Projektekquise die Betriebe.
- schaffen regionale Wertschöpfungsräume.
- machen die nachhaltigen Leistungen der Partnerbetriebe sichtbar.



Erklärfilm unter
<https://regionalwert-impuls.de/>

Krisen und ihre Auswirkungen



Krisen und ihre Auswirkungen



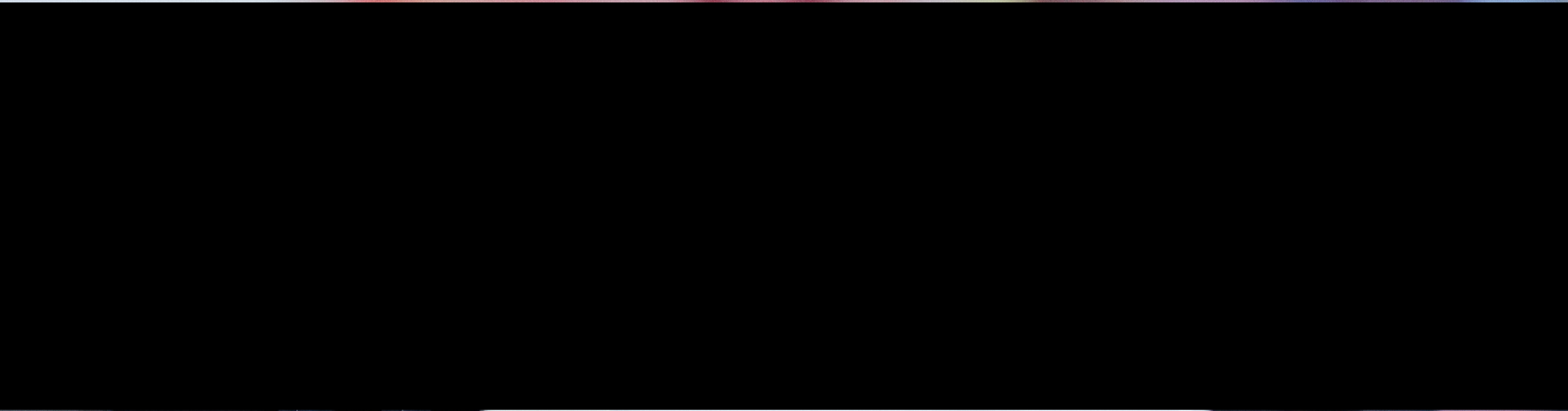
Krisen und ihre Auswirkungen



Krisen und ihre Auswirkungen



Krisen und ihre Auswirkungen



Krisen und ihre Auswirkungen



Krisen und ihre Auswirkungen



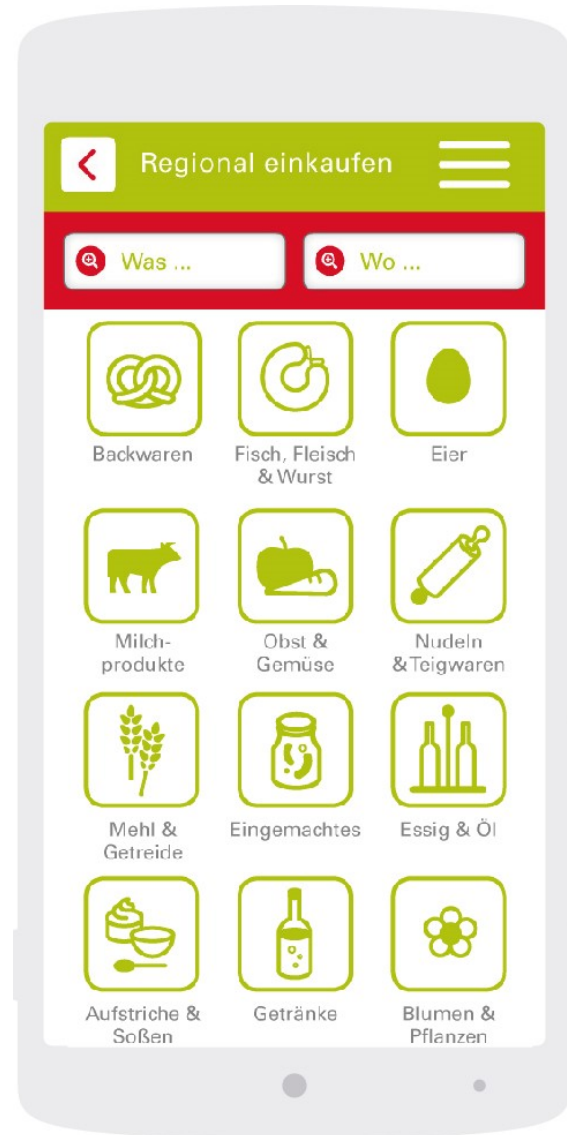
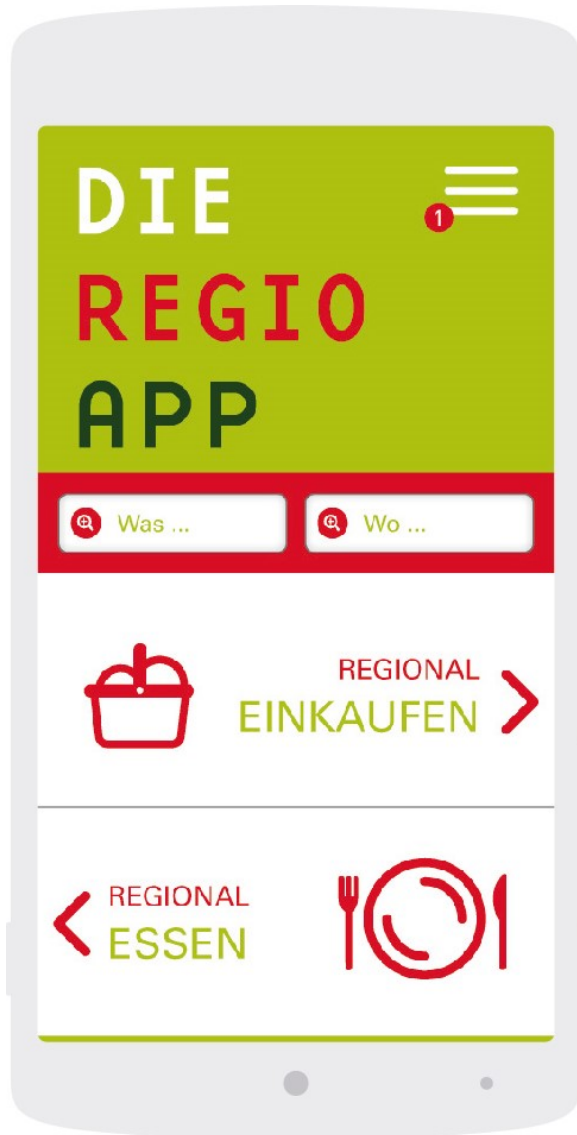
Aktuelle Umsatzdelle bei regionalen (Bio-)Produkten

- Es gab im Winter/Frühjahr eine Verunsicherung der Verbraucher:innen bei der Energieversorgung, daher wurde stärker gespart und v.a. bei Lebensmittel.
- Aufgrund der gestiegenen Inflation hat sich das Kaufverhalten zu günstigeren Produkten verschoben, Geld wurde gespart. Es gibt einen Trend zum Kauf von günstigeren (Bio-)Produkten, v.a. zu den (Bio-)Handelsmarken der Discounter.
- Verbraucher:innen sind weniger bereit, für Qualitätsprodukte, regionale Produkte und Bioprodukte mehr zu bezahlen.
- Nachholbedarf beim Urlaub nach der Corona-Pandemie, es wird mehr Geld für Urlaube statt für gute Lebensmittel ausgegeben.

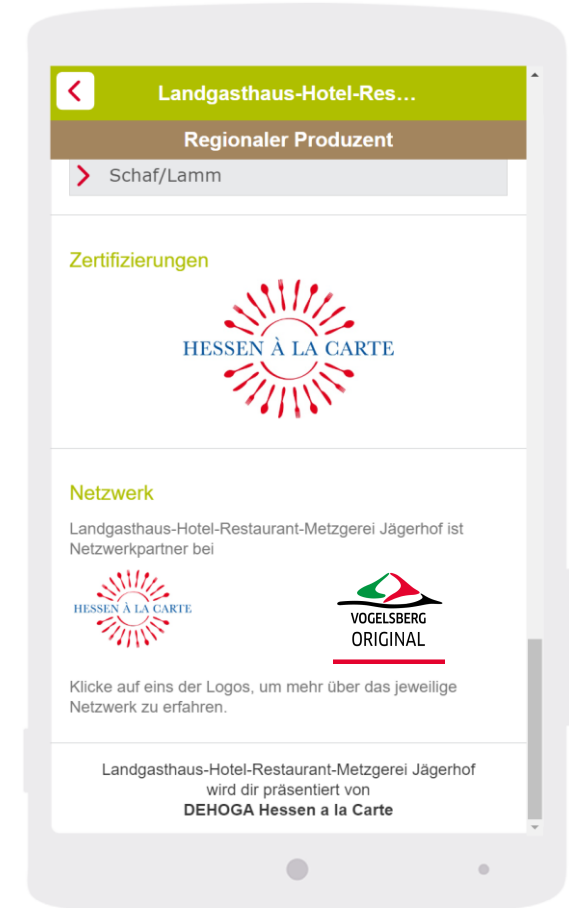
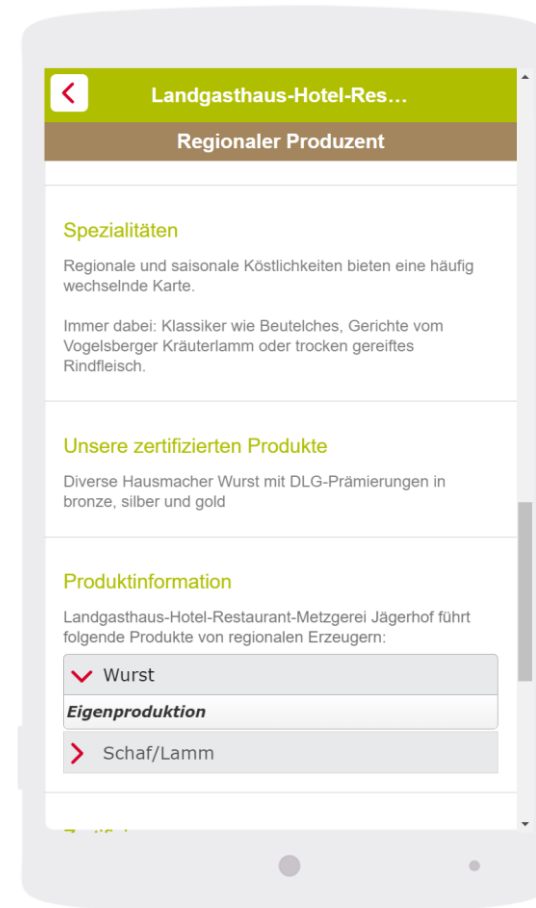
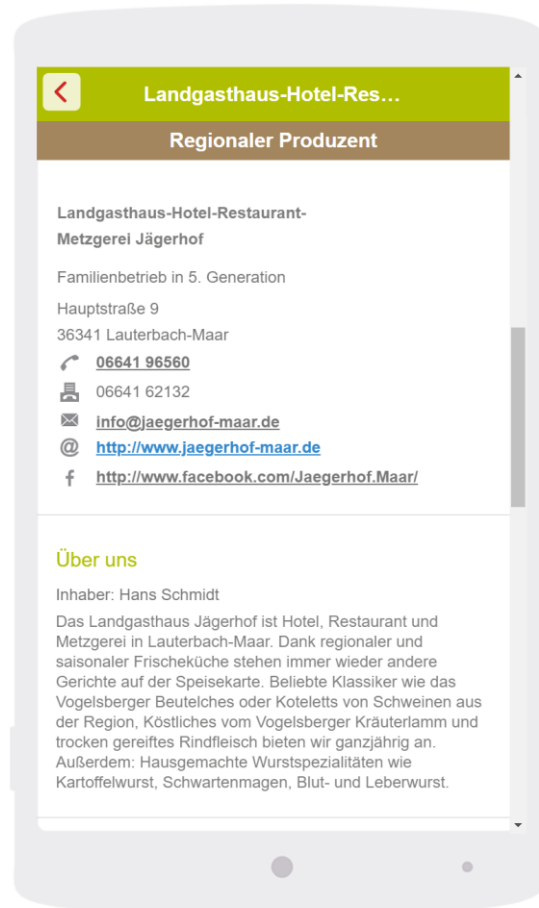
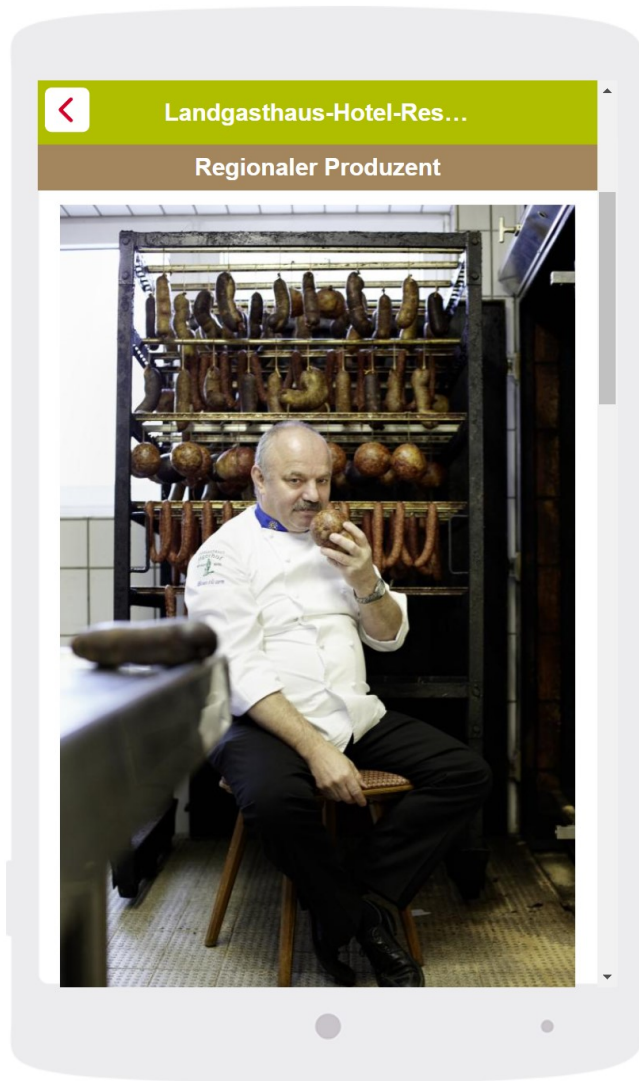


GEDANKEN ZUR
PROFESSIONALISIERUNG
DER MARKE

Die RegioApp



Die RegioApp



Die RegioApp – Marketingbaukasten zum download

Für Ihre Social Media Kanäle



Für Ihre Printmedien



Für Ihre Website



QR-Code



für Android



für iOS



www.regioapp.org

Marketing – Produktfamilie – Marke Kaiserlich Genießen



Marketing – Produktfamilie – Marke Kaiserlich Genießen



Marketing – Produktfamilie – Marke Heimat nichts schmeckt näher





Handbuch zur Regionalvermarktung

Praxisleitfaden für Regionalinitiativen:
Strategien und Konzepte zur
Vermarktung regionaler Lebensmittel

Schematische Darstellung des Dualen Modells





Handbuch zur Regionalvermarktung

Praxisleitfaden für Regionalinitiativen:
Strategien und Konzepte zur
Vermarktung regionaler Lebensmittel



Duale System der Regionalvermarktung

Dachmarke Rhön – Nutzung der Marke auf Produkten



Die beiden Qualitätssiegel der Dachmarke Rhön stehen für die besondere Qualität und Herkunft von Produkten und Dienstleistungen des Biosphärenreservates Rhön. Die Vergabe ist an branchenspezifische Qualitätskriterien und ab 2010 außerdem an die Mitgliedschaft im Verein Dachmarke Rhön e.V. gebunden. Die Markennutzungsgebühr richtet sich nach der Zahl der Beschäftigten im Betrieb:

Zahl der Beschäftigten ²	Nutzungsgebühr pro Jahr ³	Nutzungsgebühr pro Monat	Nutzungsgebühr zzgl. 19 % MwSt.
0-2	90,- €	7,50 €	107,10 €
3-9	180,- €	15,00 €	214,20 €
10-19	270,- €	22,50 €	321,30 €
20-29	540,- €	45,00 €	642,60 €
30-39	1.080,- €	90,00 €	1.285,20 €
ab 40	2.160,- €	180,00 €	2.570,40 €

1. Mitgliedsbeiträge für den Verein Dachmarke Rhön e.V.

Für die Finanzierung der unmittelbar zur Verwaltung des Vereins erforderlichen Maßnahmen werden von den Mitgliedern Jahresbeiträge in folgender Höhe erhoben:

Privatpersonen	15,- € / Jahr
Unternehmen und juristische Personen ¹	30,- € / Jahr

Daneben ist eine Fördermitgliedschaft mit individueller Beitragshöhe ab 30,- € / Jahr möglich.

Sichtbarkeit der Marke (social media) – Regionalmarke Eifel



SCHON
GEWUSST, DASS...?

...Betriebe erst mit dem farbigen EIFEL Logo werben dürfen, wenn festgelegte Kriterien erfüllt sind und diese von neutralen Prüforganisationen regelmäßig kontrolliert werden.



SCHON
GEWUSST, DASS...?

...wir uns als Markenmanagement um das Marketing, das Netzwerken und die Weiterentwicklung der Qualitätsmanagementprozesse kümmern.



SCHON
GEWUSST, DASS...?

...sich das Gebiet der Regionalmarke EIFEL über drei Kreise in Nordrhein-Westfalen, sieben Landkreise in Rheinland-Pfalz sowie die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens erstreckt.



SCHON
GEWUSST, DASS...?

...wir unsere Pressearbeit auf der Regionalmarke EIFEL-Website dokumentieren. So wurde die Qualitätsmarke im Jahr 2022 in über 250 Artikeln in diversen Printmedien und Onlinemagazinen thematisiert.



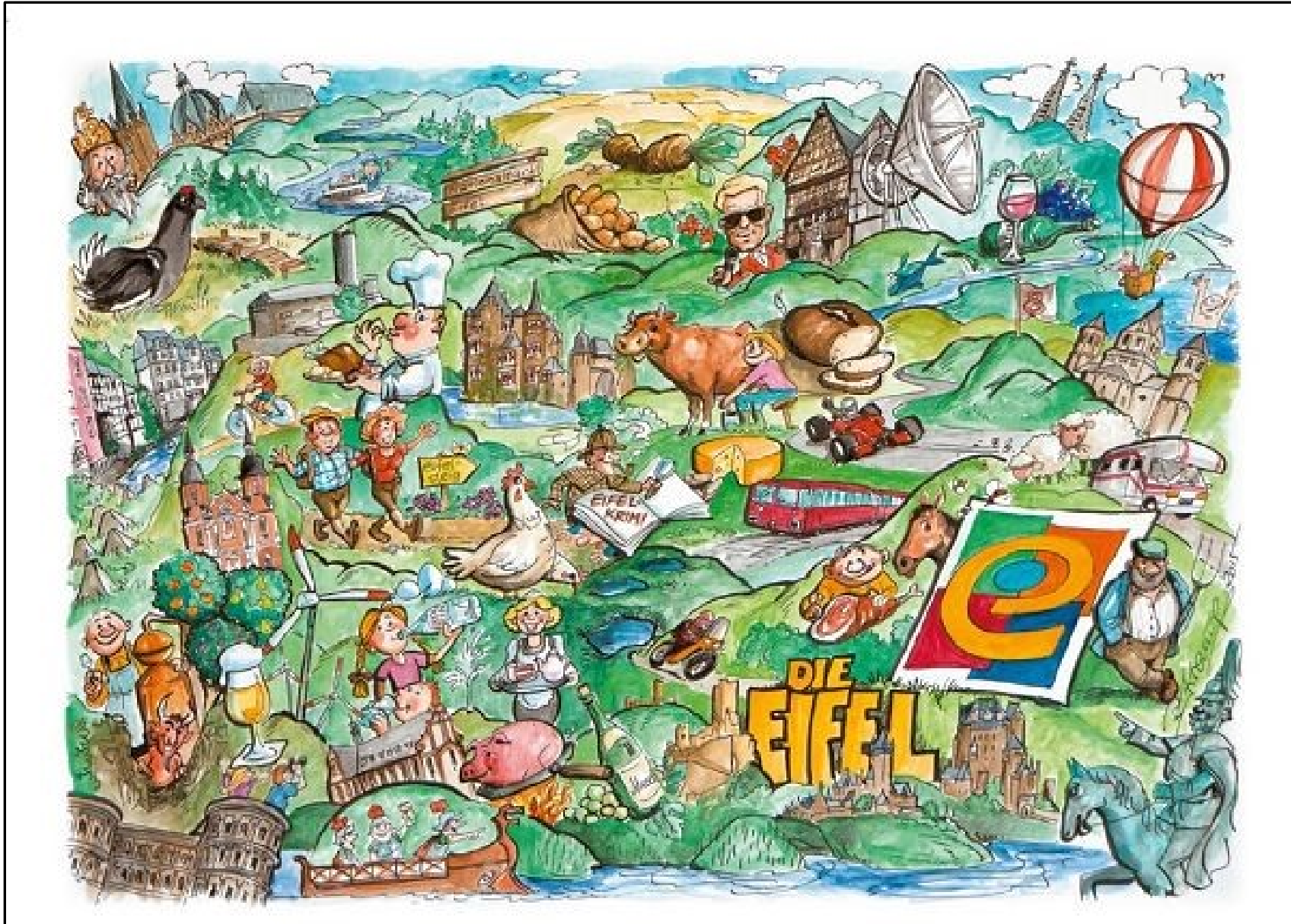
IM
INTERVIEW
MIT DER....

Eifel Mosel Zeitung

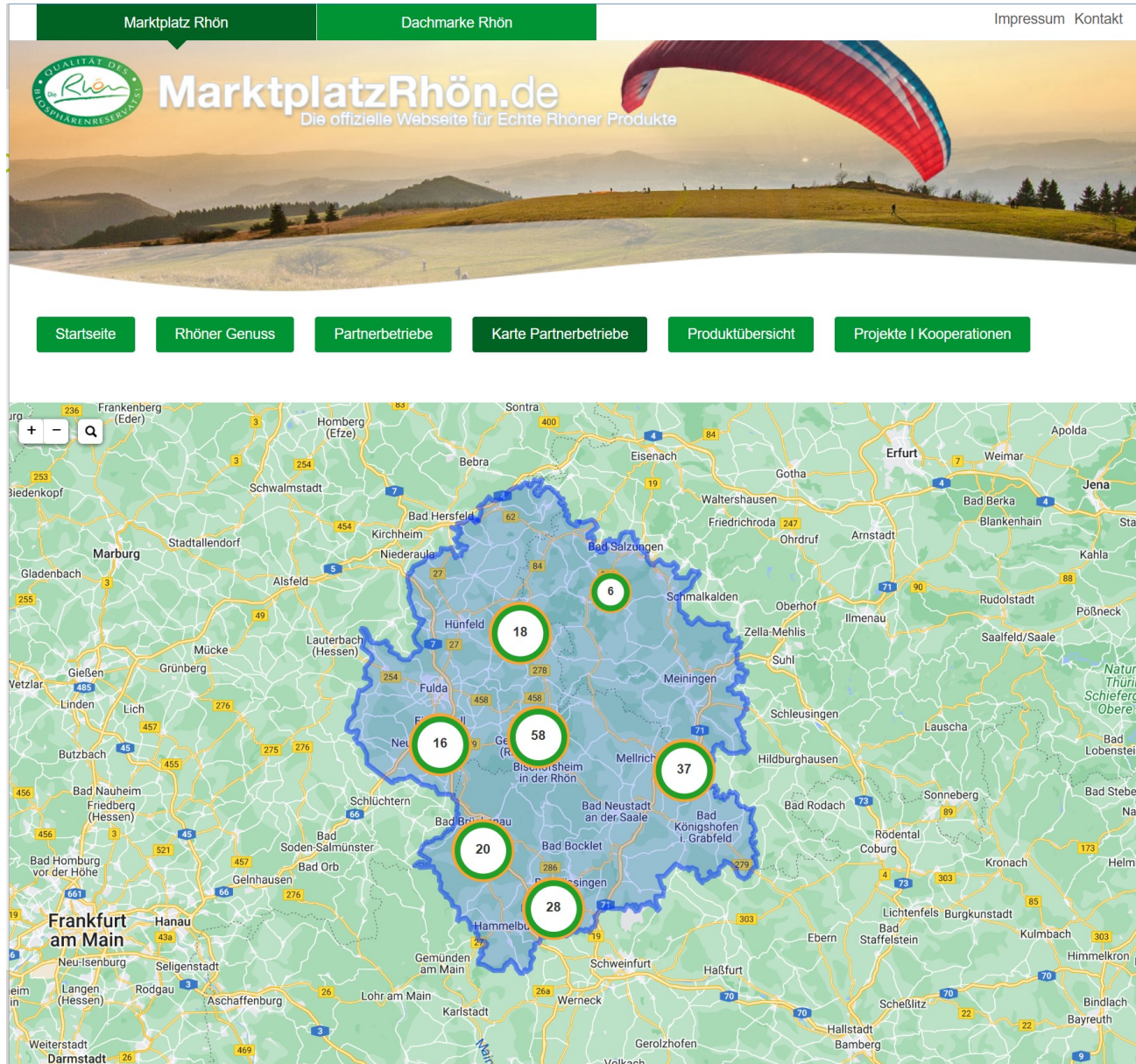
TEIL 5:
EIFEL PRODUZENT



Sichtbarkeit der Marke (Postkarte und Plakat) – Regionalmarke Eifel



Sichtbarkeit der Partner und Verkaufsstellen – Dachmarke Rhön



Marktplatz Rhön Dachmarke Rhön Impressum Kontakt

QUALITÄT DES RHOEN-GEBIETES
RHOEN
MARKTPLATZRHÖN.de
Die offizielle Webseite für Echte Rhöner Produkte

Startseite Rhöner Genuss Partnerbetriebe Karte Partnerbetriebe Produktübersicht Projekte | Kooperationen

Map showing the Rhön region with numbered markers (6, 16, 18, 20, 28, 37, 58) indicating partner locations.



Landhotel "Zum Baier" Weilar

Fleischerei Wenzel

Handgemachte Salami mit Edelschimmelreifung und luftgetrocknete Schinken aus eigener Fertigung sind seine Passion

Weitere Informationen

Dermbach LINDGSCHOF

Partnertreffen – Austausch zu Themen & soziales Miteinander



Partnertreffen der Regionalwert AG Hamburg

PROFESSIONALISIERUNG der MARKE

ein paar zusammenfassende Gedanken

Gedanken

- Co-Branding als Einstieg, um die Produkte als Markenfamilie sichtbarer zu machen
- Produkt-Etiketten mit Logo der Marke (Produktfamilie), Anwendung nach 3 Jahren, wie bei der Anwendung des anerkannten Kontrollsystems
- Regelmäßiges gemeinsames Marketing
- Karte der Verkaufsstellen zur Bewerbung (Plakat und Postkarte)
- Nutzung der RegioApp für die Verkaufsstellen und Betriebe
- Regelmäßige Partnertreffen (Präsenz und Online) z.B. zu gemeinsamen Themen wie Logistik, Marketing, Social Media etc.
- Aufbau eines Dualen Systems, dazu sind finanzielle Ressourcen nötig über Förderungen und Mitgliedsbeiträge





DANKE FÜR DIE
AUFMERKSAMKEIT



Regionalwert Impuls GmbH
Stefan Gothe, Geschäftsführer
Sebastianstr. 24
53115 Bonn
0228-9212352
info@regionalwert-impuls.de
www.regionalwert-impuls.de