

COLLOQUE SUR LES PRODUITS RÉGIONAUX

Marketing régional dans les Parcs naturels limitrophes



Franz Handler

Geschäftsführer Verband der Naturparke Österreichs

Luxemburg, 22. Juni 2017



Inhalt

Marketing durch Naturpark-Qualitätsprogramme in ausgewählten Ländern

- Zielsetzungen
- Kriterien
- Marktumfeld
- Leistungen des Naturparks
- Hauptnutzen für den Naturpark
- Erfolgsfaktoren
- Beispiele aus Deutschland, Frankreich, Schweiz und Österreich

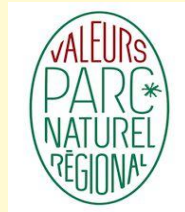


Auswahl von Qualitätsprogrammen in angrenzenden Naturparken

- Deutschland:



- Frankreich:



- Österreich:



- Schweiz:



Zielsetzungen der Qualitätsprogramme

Unterschiedliche Schwerpunktsetzungen

- Unterstützung von Landschafts- und Naturschutzaspekten: z.B. Bsp. Naturparkspezialitäten in Österreich (Erhaltung der charakteristischen Kulturlandschaft), Schwarzwald (warum der Schwarzwald nicht schwärzer werden darf – Thematik der Offenhaltung)



- Förderung von Nachhaltigkeit an sich: Bsp. Schweiz, Frankreich



Weitere Zielsetzungen:

- Botschafter des Naturparks
- Dialog mit der Parkträgerschaft



Kriterien der Programme

Mit unterschiedlicher Gewichtung sind folgende vier Kriterien bei allen Qualitätsprogrammen ausschlaggebend:

- Herkunft
 - Qualität
 - Naturschutz- und Nachhaltigkeitskriterien
 - Kooperation mit dem Park
- die festgelegten Zielsetzungen beeinflussen die Kriterien



Herkunft/Regionalität

- Unterschiedlich genau definiert: Naturparkfläche, Gebiet der Naturparkgemeinden, Naturparkregion
- die Waren/Dienstleistungen werden im Wesentlichen innerhalb des Parkgebietes hergestellt oder erbracht. Die wichtigsten, wertgebenden Rohstoffe stammen grundsätzlich aus der Region
- Unterschiedliche Regelungen für Bestandteile, die nicht aus der Region kommen: Fair Trade, Produkte aus anderen Naturparkregionen, Nachhaltigkeitskriterien



Qualität



- Zumeist aufbauend auf bestehenden Qualitätsprogrammen/Regionalmarken /Qualitätssiegeln des Landes d.h. zertifizierte Produkte/Betriebe
- Kontrolle über die bestehenden Einrichtungen
- Die geschmackliche Qualität wird selten überprüft: teilweise Verkostungen, Teilnahme an Prämierungen

Naturschutz- und Nachhaltigkeitskriterien

- Produkte, die Nachhaltigkeitskriterien entsprechen, wobei alle 3 Dimensionen der Nachhaltigkeit angesprochen werden können Bsp. Schweiz, Frankreich
- Produkte, die dem Natur- und Landschaftsschutz dienen Bsp. Österreich, Schwarzwald
- Zusatzkontrolle durch Park oder externe Firmen



Marktumfeld

Folgende Punkte sind stark vom Marktumfeld (Marktpotenzial - Mengen, Konkurrenz, Vermarktungswege) abhängig:

- Organisationsgrad: Naturparke als Träger bis eigene GmbHs, die sich professionell um die Vermarktung kümmern
- Detaillierungsgrad der Kriterien und damit auch Zertifizierung und Kontrolle
- Rolle des Naturparks bei der Vermarktung



Leistungen des Naturparks für die Produzenten

- Zurverfügungstellung des Labels
- Hilfestellung bei der Markterschließung
- Zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten: Regale, Shops
- Vernetzung von Betrieben
- Weiterbildungs- und Schulungsangebote
- Exkursionen
- Spezielle Beratungen
- Besondere Förderung von mit dem Label ausgezeichneten Waren durch Hervorhebung in den Werbemitteln und Werbeaktivitäten des Parks
- Unterstützung auf der überregionalen Vermarktungsebene (Kontakte zu Handelsketten)
- Produktentwicklung/ Innovationen Bsp. Naturpark-Geschenks-Pakete



Hauptnutzen für den Naturpark

- Erreichung seiner konzeptionell definierten Zielsetzungen
- Bewusstseinsbildung
- Möglichkeit Kontakt zur wichtigen Zielgruppe der Landnutzer im Naturpark
- Schaffung einer Wertschöpfungsmöglichkeit für die Produzenten
- Image



Erfolgsfaktoren

- Klare Philosophie, Abgrenzung zu anderen Labels
- Beachtung des Marktumfeldes
- Nutzung vorhandener Strukturen/Regionalmarken/Qualitätsprogramme (v.a. bei Zertifizierung und Kontrolle)
- Nicht zu kompliziert



Beispiel Deutschland

„Echt Schwarzwald Brunch“ auf dem Bauernhof

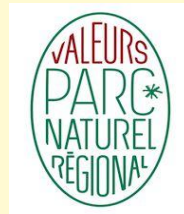
- 30 Betriebe beteiligt
- Selbstgemachte Produkte zum Frühstück
- Einmal jährlich in der ersten Augustwoche



Beispiel Frankreich



Vermarktungshilfestellung durch Internetplattform mit über
2000 Betrieben



Beispiel Schweiz

Kooperation mit coop

- Listung der Produkte unter dem Park-Label



- Erfolg im Weinbereich



Beispiel Schweiz

Jährlicher Nationaler Markt der Parke auf dem Bundesplatz in Bern



Beispiel Österreich

Naturparkläden und -regale





Landschaften
voller
Gaumenfreuden



Beispiel Österreich

Vogelbeere aus dem Almenland

- Lange Tradition
„Vogelbeerbrand“
- Naturschutzprojekt
„Naturpark verwurzeln“ wird
um kommerziellen Aspekt
erweitert: bäuerliche
Betriebe pflanzen
Vogelbeeren, Schlehen etc.
am Waldrand und in Hecken
zur Nutzung als Edelbrand,
Fruchtaufstrich, etc.



Infoblatt für die Speisekarte



Die Vogelbeere - Eberesche - *Sorbus aucuparia* und ihr Beitrag zur Biodiversität

Als Pionierbaumart besiedelt die Vogelbeere, auch Eberesche genannt, gerne Kahlschläge und Lichtungen in Wäldern der Bergstufe. Oft findet man sie auch an Waldrändern und in Hecken, wo sie zumeist sogar ganz bewusst angepflanzt wurde. Durch das sehr gute Stockausschlagvermögen sind Vogelbeeren auch optimale Bäume für Hecken, die regelmäßig auf Stock gesetzt werden. Sie wächst als Strauch oder mittelgroßer Baum, oft mit mehreren Stämmen und wird 10 bis 15 Meter hoch und bis zu 100 Jahre alt. Als mittelgroßer Baum überragen Ebereschen oft als sogenannte einzelne Überstände den Rest der heckenbildenden Arten und erfüllen auch damit eine wichtige Funktion im Ökosystem z.B. als Ansitzwarten für Greifvögel.

Ihre Beeren wurden schon seit jeher in vielfältiger Weise genutzt. Früher wurden sie häufig getrocknet und dienten als Tierfutter und Nahrung im Winter. Sie haben einen hohen Gehalt an Vitamin C. und werden erst nach Frosteinwirkung mürbe und schmecken dann herb bis süßlich, je nachdem ob es sich um die Wildform mit großen Mengen an Gerbstoffen oder Kulturformen handelt.

Die Eberesche ist eine wichtige Futterpflanze für eine enorme Vielfalt an Tieren. Nachgewiesener Weise ernähren sich 31 Säugetier- und 72 Insektenarten, von den Blüten, Blättern und Früchten der Vogelbeere. Auch die Raupen des wunderschönen, vom Aussterben bedrohten Baumweißlings, nutzen das Laub der Vogelbeere als Nahrung.

Der Name Vogelbeere ist kein Zufall. Insgesamt wurden etwa 63 Vogel- aber auch 20 Säugetierarten als Nutzer der Früchte festgestellt. Insbesondere Singdrossel, Misteldrossel, Rotkehlchen, Mönchsgrasmücke, Kleiber und Gimpel schätzen die Früchte der Eberesche und nutzen den Baum, ebenso wie der Grünspecht als Nistgehölz. Aber auch Rotfuchs und Dachs verschmähen die Früchte nicht. Da die Samen unverdaut wieder ausgeschieden werden, wird auf diesem Weg, die Ausbreitung der Eberesche sichergestellt.



Rezeptkarten

- Rezeptkarten stellen Zusammenhang von Lebensräumen und Gaumenfreuden dar
- Beschreibung wichtiger Landschaftsräume
 - Hecken, Seen, Streuobstwiesen, Laubmischwälder etc.
- Rezept-Tipps



Naturpark-Spezialitäten aus dem Karwendel

- „Zapfenstreich“ – Latschenlikör
 - Erste Naturpark-Spezialität aus dem Naturpark Karwendel
 - Zapfen werden in vom Naturpark vorgegebenen Gebieten gesammelt
 - 1 € pro verkaufter Flasche geht an den Naturpark





z o t t e r

Hirschbirn
Schoko

Österreichische Naturpark
Spezialitäten

europa's
DAILY
DRINKING
PARKS

BEAN-TO-BAR



handgeschöpft

Pöllauer
**Hirschbirnen
Brand**

Familie Pörtl
Schömau 45
A-8225 Pöllau
Telefon: 03335/2045
alc 40,1 % vol.
L.H.B. 1212
hirscherlicher Abfindungsbrand
Österreichisches Erzeugnis

0,20 l

Österreichische Naturpark
Spezialität

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Franz Handler

Geschäftsführer Verband der Naturparke
Österreichs

Tel.: 0043/ 316 / 31 88 48-99

Mobil: 0043/ 676 / 63 84 116

E-Mail: handler@naturparke.at

Homepage: www.naturparke.at

