



FORUM REGIONALVERMARKTUNG

05. November 2019

Manuela Rehn
grüneköpfe Strategieberatung
rehn@gk-strategie.com

WUNSCH
versus
REALITÄT

73 %

aller Bundesbürger kaufen
am liebsten regionale
Lebensmittel ¹

51 %

sind bereit, mehr Geld
auszugeben, wenn sie wissen,
dass ein Produkt aus ihrer
Region kommt ²

30 %

der Bäcker und Metzger haben in den
letzten 10 Jahren in Deutschland
schließen müssen ³

63 %

Kaufen regionale Lebensmittel am
liebsten im Supermarkt ⁴

1 Ernährungsreport 2017 , 2 GfK 2017,
3 Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) 2018
4 Statista Umfrage 2017

WERTEWANDEL

als Treiber

WERTEWANDEL: Rückzug in den Nahbereich

MEGATRENDS: Globalisierung, Digitalisierung, Individualisierung, Mobilität, Entstrukturierte Tagesabläufe

Rückzug zum Vertrauten

alltägliche Themen

Lust auf Verantwortung

NAHBEREICH



Quelle: Verändert nach Werteindex

MEINE REGION?

Definition

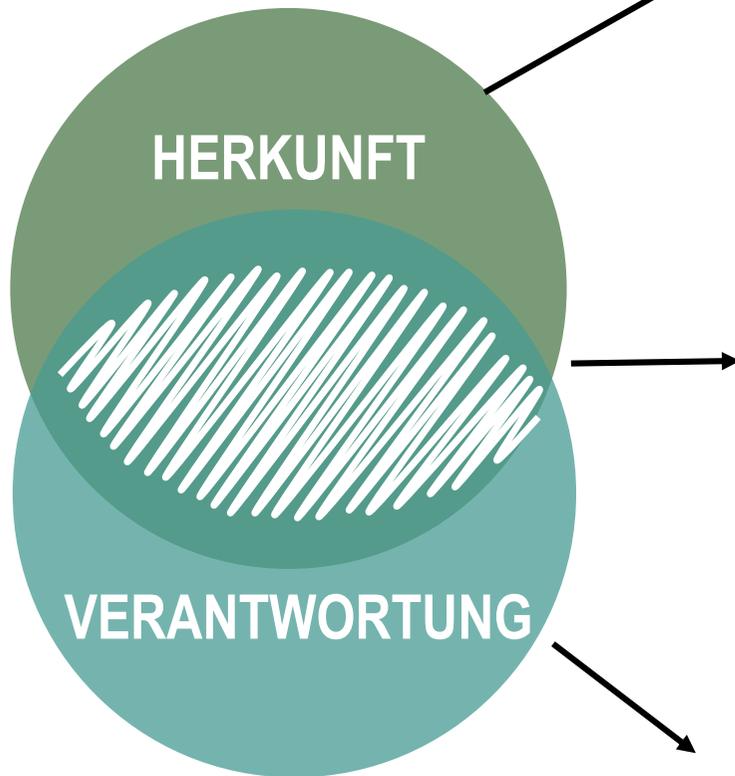


Quelle: „Wie regional is(s)t Sachsen?“, Studie mit sächsischen Verbrauchern, Direktvermarktern, Bauern, AMI/ IMK 2017



Quelle: „Wie regional is(s)t Sachsen?“, Studie mit sächsischen Verbrauchern, Direktvermarktern, Bauern, AMI/ IMK 2017

**Wer nur über die geografische
Herkunft kommuniziert ist im
Preiswettbewerb gefangen
und verschenkt Potentiale. .**



Wissen wo es
herkommt.

Sehnsuchtsraum “Emotionale Nähe”

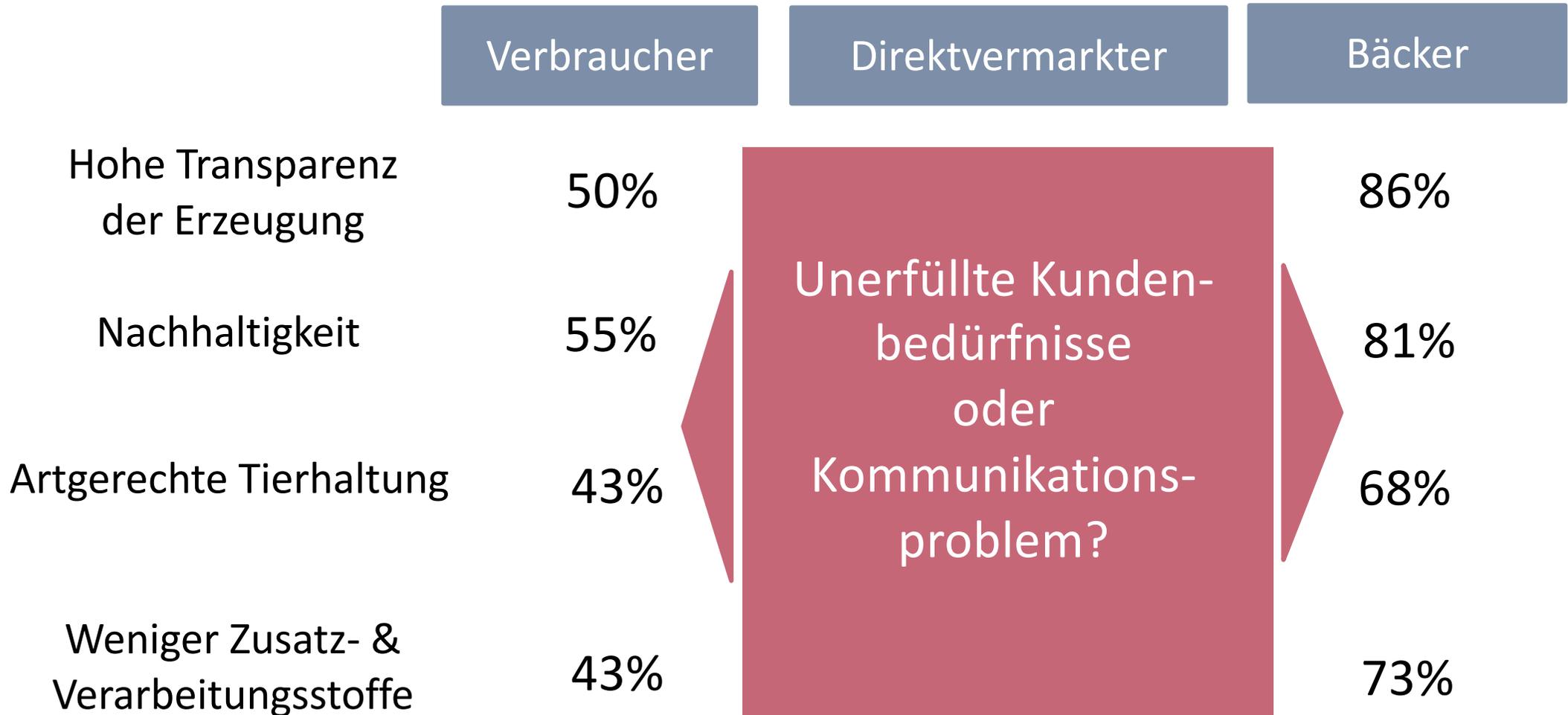
Wunsch das es
„gut“ ist.

„Inwieweit treffen aus Ihrer Sicht folgende Aspekte auf regionale Lebensmittel zu?“

	Verbraucher	Direktvermarkter	Bäcker
Hohe Transparenz der Erzeugung	50%	78%	86%
Nachhaltigkeit	55%	73%	81%
Artgerechte Tierhaltung	43%	63%	68%
Weniger Zusatz- & Verarbeitungstoffe	43%	55%	73%

Quelle: „Wie regional is(s)t Sachsen?“, Studie mit sächsischen Verbrauchern, Direktvermarktern, Bauern, AMI/ IMK 2018

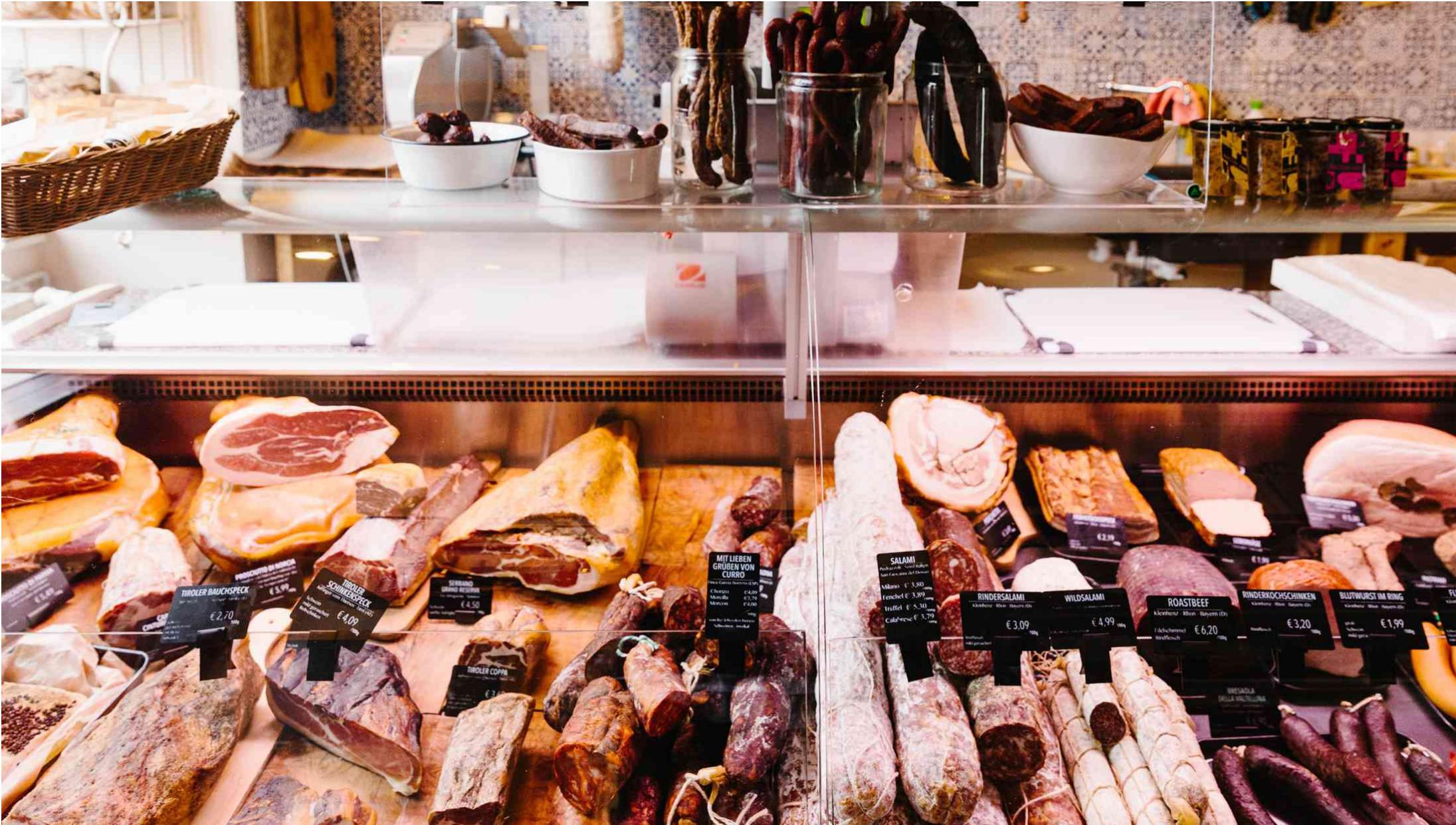
„Inwieweit treffen aus Ihrer Sicht folgende Aspekte auf regionale Lebensmittel zu?“



Quelle: AMI/ IMK 2018

Storyqualität
als wichtiger Teil der
Produktqualität.





TIROLER BAUCHSPECK
Kaltfleisch
€ 2,70 / 100g

TIROLER SCHWENKESPECK
Kaltfleisch
€ 4,09 / 100g

TERRANO GARNO RESERVA
Kaltfleisch
€ 4,50 / 100g

TIROLER COPPA
Kaltfleisch
€ 3,10 / 100g

MIT LIEBEN GRÜBEN VON CURRO
Kaltfleisch
€ 4,09 / 100g
Mildfleisch € 3,79 / 100g
Mildfleisch € 3,79 / 100g
Mildfleisch € 3,79 / 100g

SALAMI
Kaltfleisch
Mildfleisch € 3,89 / 100g
Trocken € 3,89 / 100g
Caltfleisch € 3,79 / 100g

RINDERSALAMI
Kaltfleisch
€ 3,09 / 100g

WILDSALAMI
Kaltfleisch
€ 4,99 / 100g

ROASTBEEF
Kaltfleisch
€ 6,20 / 100g

RINDERKOCCHSCHINKEN
Kaltfleisch
€ 3,20 / 100g

BLUTWURST IM RING
Kaltfleisch
€ 1,99 / 100g













- NR. 181**
ZIEGENFRISCHKÄS
 MIT KORINTHEN UND SCHWARZEM PFEFFER

ÖSTERREICH / WIENERBAUFRISCHKÄSE

Dieser Käse stammt aus dem Tal von Hehen Henke im Wiehald. Für seinen Ziegenkäse der einen frischen-käseartigen Geschmack und eine zähe, Konsistenz aufweist, verwendet 188 % Neureich seiner zum Ziegen, Korinthen und schwarz Pfeffer auf der Rinde sorgen für eine Balance zwischen Süße und Schärfe.

R MEIEREI IM STADTPARK
- NR. 212**
POULIG ST. PIEI

FRANKREICH / FRISCHKÄSE

Der auch als „Pyramide“ gewandene Käse der 22 Gemeinden stammt ist dies das kleinste A4 Frankreichs. Bei dem festsigen Ziegenkäse dielegen der Milch die Säurebakterien, nur eine Menge Lab ist erlaubt, dauert bis zu 5 Wochen in Kellerräumen. Um Reifung umso intensiver die Schimmelbildung.

R MEIEREI IM STADTPARK
- NR. 285**
PARDOUX CHE FEUILLE

FRANKREICH / PERDIGONFRISCHKÄSE

Dieser Frischkäse wird während Reifung mit Asche bestreut. Durch das Einpacken in ein Ahornblatt Ende des Reifeprozesses entwickelt sich die fein aromatischen Noten, zunehmender Reife wird er cremiger und das Ziegenaroma ausgeprägter.

R MEIEREI IM STADTPARK
- NR. 317**
IL CAVALLO NERO

ITALIEN / TOSKANA WEICHKÄSE MIT ASCH

Dieser Käse wird in der Kaserola „De“ Magli in der Toskana hergestellt. Der cremige-weiße Teig, der im Geruch an inschies Oberts Butter und Gras erinnert, hat eine cremige bis halbflüssige Konsistenz. Die Rinde des Il Cavallo Nero wird mit Pflanzenasche verfeinert. Der Name „Das schwarze Pferd“ soll an ein galoppierendes Pferd erinnern, da auch der Käse „davon rennt“ wenn er am Punkt gereift ist.

R MEIEREI IM STADTPARK
- NR. 21**
LANGI

FRANKREICH / C WEICHKÄSE MIT

Dieser Käse aus dem Plateau in der Chart während der ca. 5-v Reife mit einer Lake Annatto gewaschen. Durch das nur zweimal des Käsealtes wand durch den Bruch, wo Mitte senkt. Diese Ver man „fontaine“, in davor dem Genuss. Ma Champagne gegossen wird.

R MEIEREI IM STADTPARK
- NR. 248**
CAMEMBERT DE NORMANDIE

FRANKREICH / NORMANDIE WEICHKÄSE MIT WEISSCHIMMEL

Camembert de Normandie gibt es seit Ende des 18. Jh. und er macht mittlerweile 28% der Käseproduktion Frankreichs aus. Ein Priester, der während der Revolution in der Normandie Unterschlupf fand, übermittelte als Dank das „Geheimnis der Brie Herstellung“. Die Rinde wird mit verdünnter Kultur „Penicillium candidum“ besprüht, nach 5 Tagen mit trockenem Salz eingegeben und erneut besprüht. Durch diese Weise entwickelt sich nach ca. 7 Wochen ein weißer, dichter Schimmel.

R MEIEREI IM STADTPARK
- NR. 283**
ROCHE BARON

FRANKREICH / AUVERGNE BLAUSCHIMMELKÄSE

Dieser Käse, auch „Montferrat“ genannt, zählt zur Gattung Brie Käse. Die Kultur „Penicillium roqueforti“ wird bereits im Reifezeitpunkt geimpft. Somit breitet sich Blauschimmel später gleichmäßig im Teig aus. Anschließend Asche veredelt, entwickelt eine pilzartige Aromatik.

R MEIEREI IM STADTPARK
- NR. 506**
STILTON

ENGLAND / DERBYSHIRE BLAUSCHIMMELKÄSE

Benannt nach dem „Stilton Inn“, einer Kutschstation zwischen London und Schottland, in der der Wirt seinen Gästen einst hausgemachten Blauschimmel vorsetzte. Der Laib wird in zylindrischen Formen 5–6 Tage lang lagig gewendet. Anschließend nimmt man den Käse aus der Form, glättet ihn von Hand und lässt ihn 9–15 Wochen reifen. Nach etwa 6 Wochen wird der Käse pikiert, damit die Luft des Kellers und der steinernen Mauern im Teig zirkulieren kann.

R MEIEREI IM STADTPARK



STORY =

Herzblut

Haltung

Werte

= IDENTITÄT

Aufgabe: Wer Nähe vermarkten will, muss Nähe zulassen und herstellen.



„Der Instagram Account ist
die neue Business Card!“

„Hofhuhn Blog“
Ingmar Jaschok Landwirt und Blogger
100-Hektar-Demeterbetrieb mit Milchkühen und
Hofkäserei (Rheinland Pfalz)

„Wir müssen reden – Koch und
Gärtner arbeiten Hand in Hand“

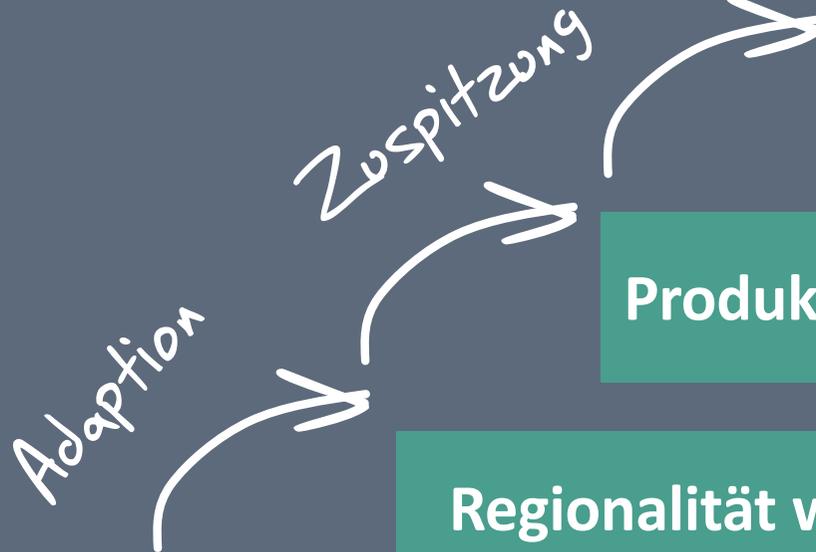


Olaf Schnelle
Inhaber der Gärtnerei "Schnelles Grünzeug"
Gründer der Essbare Landschaften GmbH
Blog, Instagram, Facebook

**Was kommt nach
Regionalität?**

MEGATRENDS

Reaktion



Eigene regionale Identität
(Saison, Heimische Rassen/Sorten, Reduktion, Partizipation)

Produkt-Produzenten-Stories (Emotionale Nähe)

Regionalität wird Mainstream (geografische Nähe)

Regionale Küche & Herkunft

2010

2015

2020



Micha Schäfer



Fabio Haebel



Ricky Saward



Christoph Hauser



Tony Hohlfeld



Lisa Angermann



Valentin Rottner



Jochim Busch



UNSER KULINARISCHES ERBE

Lieblingsrezepte der Generation unserer Großeltern

Jörg Reuter, Manuela Rehn Fotografie: Caro Hoene, Joerg Lehmann

Unsere Route der fast vergessenen Rezepte



IMPRESSUM

Die Nutzungsrechte an allen im Rahmen der Präsentation vorgelegten Ideen, Vorschlägen, Materialien oder sonstigen Leistungen – auch und gerade an solchen, die nicht Gegenstand besonderer Rechte, insbesondere des Urheberrechts, sind – verbleiben bei grüneköpfe Strategieberatung.

Eine Bearbeitung, Veränderung, Vervielfältigung oder anderweitige Verwertung ist nur mit Zustimmung von grüneköpfe zulässig und ist gesondert abzugelten.

grüneköpfe Strategieberatung Invalidenstrasse 158, 10115 Berlin www.gk-strategie.com

Manuela Rehn

+49 152 34221334

rehn@gk-strategie.com