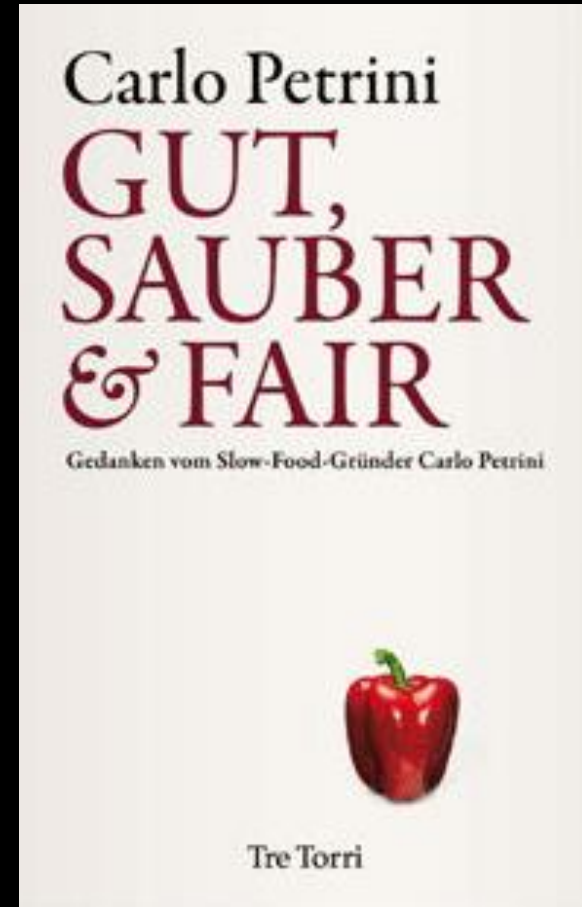


# Ist Oberösterreich ein Genussland?

Mag. Wilhelm Klinger  
GF Österreich Wein Marketing GmbH

# Neuer Megatrend: Authentizität



# UBS Bank London: Menükarte

„Hier bei der UBS pflegen wir eine Unternehmenskultur, die in allen Geschäftsbereichen höchste ethische Standards erfüllt. Unser Bestreben, in allem hervorragend zu sein, und unser Bestreben, die Wünsche unserer Kunden zu verstehen und zu erfüllen, spiegelt sich auch in der kulinarischen Betreuung unserer Kunden wider.

# UBS Bank London: Menükarte

Unsere Menüs werden deshalb aus den besten Produkten der jeweiligen Saison zubereitet, die, wo immer möglich, aus kontrolliert biologischem Anbau stammen, nach ethischen Grundsätzen eingekauft werden und an Qualität und Wert nicht zu übertreffen sind. Wie unsere gesamte Geschäftstätigkeit."

# Kursbuch ist auf Kurs!

- Nachhaltigkeit, Erhalt von Umwelt und Natur ist wichtiges Öko-Soziales Ziel (Kursbuch 2011-2016).
- Authentische Leuchtturm-Produkte: Bekenntnis zur Vielfalt und zur Top-Qualität. Was sind OÖ Leuchtturm-Produkte beim Genuss?
- Welche Rolle spielt das Genussthema bei der integrativen Themenvernetzung im OÖ Tourismus

# Genussthema priorisieren

- Genussthema wichtig für die Positionierung OÖ als spannendste Kurzreise- und Business-tourismus-Produkte.
- Fördern wir das Genussthema strategisch?
- Leuchtturm-Strategie und daraus folgend Strategie der nationalen Qualitätsführerschaft (wo sind Benchmarks? Beispiel Pogusch).

# Benchmark Steirereck am Pogusch



# Gault Millau Haubenstatistik: OÖ Letzter!

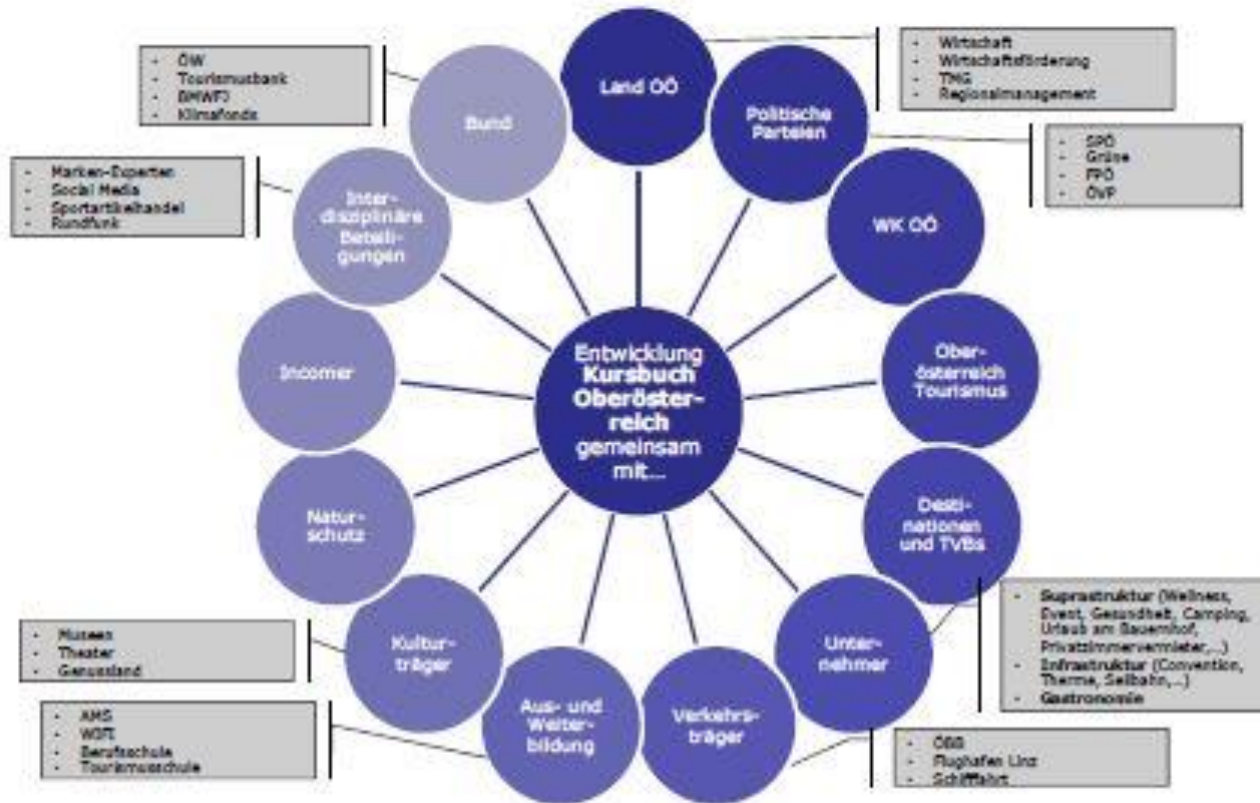
1. Wien 157
2. Steiermark 123
3. Salzburg 118
4. Tirol 116
5. Niederösterreich 97
6. Vorarlberg 81
7. Kärnten 80
8. Oberösterreich 53
9. Burgenland 22



# Oberösterreich muss aufholen!

- Was ist genussthematisch wichtig für den Ausflugs- und Nächtigungstourismus
- Was möchte der Gast erleben
- Was macht OÖ einzigartig
- Was kann NUR Oberösterreich, und sonst niemand?

# Landwirtschaft fehlt



Breite Einbindung aller Systempartner

# Strategische Entscheidungen

- Für die kulinarische Positionierung des Tourismusstandorts OÖ muss sofort die Landwirtschaft als Stakeholder in das strategische Boot geholt werden.
- Enge Kooperation mit der Nahrungsmittel- und Tourismuswirtschaft strategisch wichtig
- Die Landwirtschaft in OÖ muss sich stärker vom reinen Rohstofflieferanten zur Quelle authentischer Spitzenprodukte mit Herkunftsbezug entwickeln.

# Wir alle sind für unser Image verantwortlich

- Die Nahrungsmittelwirtschaft muss authentischere Premiumprodukte kreieren, die für den Standort und damit auch für den Tourismusstandort OÖ sprechen
- Die großen Player müssen mehr für das Image des Lebensmittel- und Tourismusstandorts tun
- Dazu braucht es eine neue politische Initiative und eine zielgenaue Förderpolitik

?



# Benchmark Emilia Romagna

Insgesamt sind es 26 gastronomische Spezialitäten, die die Qualitätsbezeichnungen g.U. und g.g.A. von der Europäischen Union erhielten. Den Grundstein dafür legte die Region durch die konstante Förderung und Entwicklung von Initiativen und Projekten zur Verbesserung der Qualität ihrer Produkte.

# Geschützte Ursprungsbezeichnung



***g.U.***

- Erzeugung, Verarbeitung + Herstellung in bestimmtem geografischem Gebiet
- anerkanntes + festgelegtes Verfahren

# Ö-Produkte mit g.U.

- Wachauer Marille
- Gailtaler Almkäse
- Tiroler Graukäse
- Tiroler Bergkäse
- Tiroler Almkäse/Tiroler Alpkäse
- Vorarlberger Alpkäse
- Vorarlberger Bergkäse
- Waldviertler Graumohn
- Pöllauer Hirschbirne
- Steirische Käferbohne



# Geschützte geografische Angabe

***g.g.A.***



- Enge Verbindung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Lebensmittel mit dem Herkunftsgebiet
- Mindestens eine Produktionsstufe (Erzeugung, Verarbeitung, Herstellung) im Herkunftsgebiet

# Ö-Produkte mit g.g.A.

- Steirisches Kürbiskernöl
- Marchfeldspargel
- Tiroler Speck
- Gailtaler Speck
- Steirischer Kren
- Mostviertler Birnmost

# Steirisches Kürbiskernöl g.g.A.

Produktspezifikationen gemäß Verordnung (EG) Nr. 510/2006

1. Die zur Pressung herangezogenen Kerne stammen von der Kürbisgattung *Cucurbita pepo* var. *Styriaca*
2. Das Anbaugebiet der Kürbisse liegt in einem der folgenden politischen Bezirke:



**Steiermark:** Deutschlandsberg, Feldbach, Fürstenfeld, Graz u. -Umgebung, Hartberg, Leibnitz, Radkersburg, Voitsberg und Weiz

**Niederösterreich:** Hollabrunn, Horn, Mistelbach, Melk, Gänserndorf eingeschränkt auf Gerichtsbezirk Zistersdorf und Korneuburg- Stockerau eingeschränkt auf Gerichtsbezirk Stockerau

**Burgenland:** Jennersdorf, Güssing, Oberwart

# Steirische Kürbiskernöl g.g.A.

- Die Pressung der Kerne findet in Ölmühlen statt, die sich in den oben angeführten steirischen und burgenländischen Gebieten befinden.
- Die Pressung findet nach folgenden Verfahren statt: Die gewaschenen u. getrockneten Kerne werden gemahlen, schonend aufgeschlossen (langsames Erwärmen) und schließlich gepresst (traditionelles Herstellungsverfahren – keine Raffination).
- 100% reines Kürbiskernöl aus Erstpressung.

# Garantiert traditionelle Spezialität



***g.t.s.***

- Traditionelle Zusammensetzung des Erzeugnisses
- oder traditionelles Herstellungs- und/oder  
Verarbeitungsverfahren

# Beispiele

- Mozzarella STG
- Mozzarella di Bufala Campana DOP

Weitere g.t.S.: Liptauer, Geuze ....

In Österreich: Heumilch

# Lebensmittelmarketing

Zwei Produktklassen

- Standardprodukt
- Premiumprodukt

# Achtung!

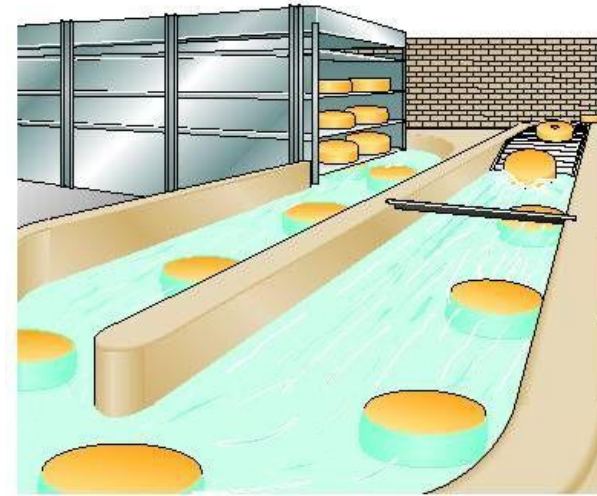
- Auch industriell gefertigte Standardprodukte werden manchmal als Premiumprodukte kommuniziert!
- Grundlegender Unterschied im Marketing von Produkten aus der Landwirtschaft und rein industriellen Produkten.



# Standardprodukt

## Beispiel: Bergbaron

- Rationelle, industrielle Fertigung
- Standardisierte Qualität, große Menge
- Wenig einschränkende Kriterien
- Geschmack nach Konsumentenwunsch
- Name nach Absatzwirksamkeit
- Einfaches Produkt, Vertrieb ohne Beratung



# Premiumprodukt

## Vorarlberger Bergkäse g.U.



- Professionell-handwerkliche Fertigung
- Höchste Qualität mit Schwankungen
- Einschränkende Produktionskriterien
- Geschmack Ausdruck der Herkunft
- Name Ausdruck der Herkunft
- Komplexes Produkt, fachliche Beratung nötig

# Lebensmittelmarketing

Weitere Unterscheidung:

- Bäuerlicher Nebenerwerb
- Professionelles Premiumprodukt

# Direktvermarktung / Bauernmarkt



- Nebenerwerb mit Ursprünglichkeit
- Hoher Bioanteil
- Günstiger Verbraucherpreis
- Sehr unterschiedliches Qualitätsniveau
- Direktvermarktung ohne Multiplikatoren
- Wenig überregionale Imagebildung

# Professionelle Premiumprodukte



- Professionelle Produktion
- Professioneller Vertrieb mit Multiplikatoren
- Hohe Imagebildung
- Höherer Verbraucherpreis

# Standard

- Versorgungssicherheit
- Günstiger VK-Preis
- Qualitätssicherheit
- Kaum Standortprofil
- Uniformierung
- Niedriger Erzeugerpreis

# Premium

- Knappheit
- Hoher VK-Preis
- Qualitätsschwankungen
- Starkes Standortprofil
- Differenzierung
- Höherer Erzeugerpreis

# Premiumprodukte mit Herkunft

- Schaffen gerechtes Einkommen
- Werben für den Tourismus
- Schaffen kulturelle Identität
- Sind nicht austauschbar
- Ermöglichen nachhaltigen Konsum
- Garantieren höheren Genuss

# Die Qualität des Geschmacks

```
graph TD; A[Geschmack] --- B[schmecken]
```

Geschmack

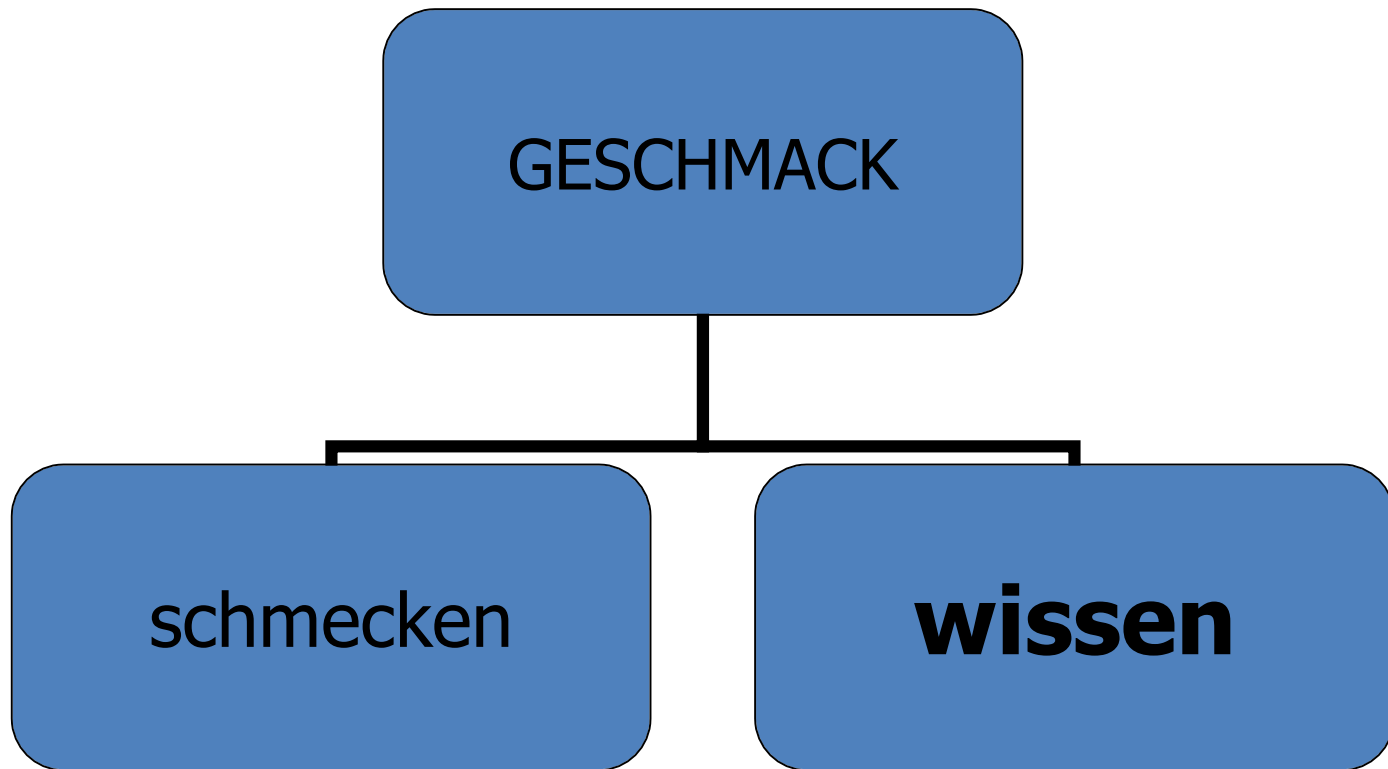
schmecken



# Gut, aber...



# Schmecken allein ist zuwenig!



# Rollino Käse



# Austauschbarkeit



# Austauschbarkeit



# Rollino con ricotta



# Rollino Farbstifte



# Der Schärddinger Mondseer



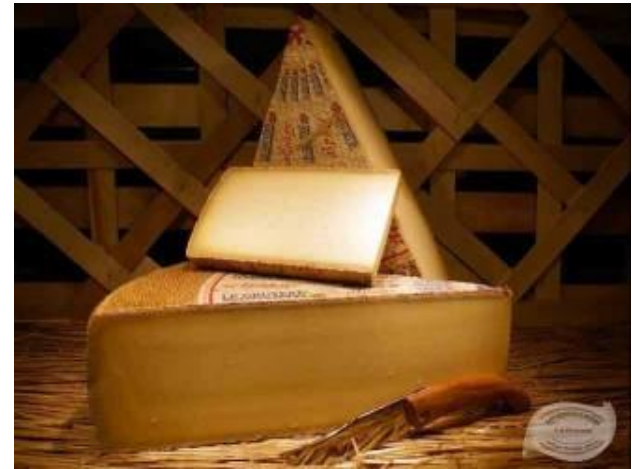
3,99/kg

Hergestellt wird der Schärddinger Mondseer in der Käserei Geinberg in Oberösterreich aus pasteurisierter Kuhmilch.

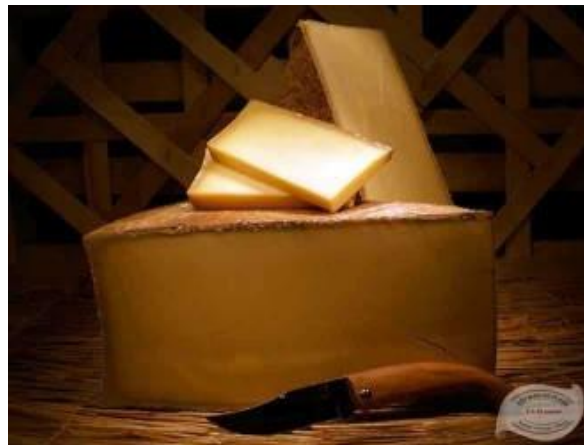




Comté Extra Vieux 36 mois



Vieux Gruyère de Fribourg



Vieux Beaufort d'Alpage

Zahlreiche  
goldene u. silberne Medaillen  
Wien, Linz, Wels, Baden, Triest, London, Paris, etc.



# Fürstlich von Wrede'sche Gutsverwaltung Mondsee

OBERÖSTERREICH  
ALLEIN-ERZEUGUNG des echten

## Mondseer Schachtelkäses

aus  
fettreichster Alpenmilch

Original  
Montavoner Viehherden in den  
fürstl. Meiereien Schilcher, Molln, etc.  
Hochalpe, Alpenland



RESERVIRTE SCHUTZMARKE  
VERBODEN NACHZUG

# Der Mondseer

- Der historische Käse Oberösterreichs
- Ab 1830 (oder 1818) in Mondsee OÖ
- Aus fettreichster Alpenmilch (Rohmilch)
- Von den Montavoner Viehherden
- Schloß Mondsee, Hochalpe Alpenweide
- Berchtesgadener Spanschachteln
- Wien, Linz, Triest, London, Paris etc.

Zahlreiche  
goldene u. silberne Medaillen  
Wien, Linz, Wels, Baden, Triest, London, Paris, etc.



**Fürstlich von Wrede'sche**  
**Gutsverwaltung Mondsee**

OBERÖSTERREICH ←

ALEIN-ERZEUGUNG des echten

**Mondseer Schachtelkäses**

aus  
fettreichster Alpenmilch

Original  
Montavoner Viehherden in den  
fürstl. Montavon-Schloss-Allmend  
Hochalpe, Alpenwald



RESERVIERT SCHUTZMARKE  
FÜR DIE ERSTE HERSTELLUNG

# Ist Oberösterreich ein Genussland?

Mag. Wilhelm Klinger  
GF Österreich Wein Marketing GmbH