

Wie baut man erfolgreich eine regionale Marke auf?

Ein von Eurac Research organisierter internationaler Workshop stellt Chancen und Instrumente für den Agrar- und Lebensmittelsektor vor

Unternehmen einer Region – von landwirtschaftlichen Erzeugern bis hin zu Restaurants – präsentieren sich unter einem gemeinsamen Label: Das ist die Grundidee einer regionalen Marke. Solche Dachmarken, die für die Produkte und Dienstleistungen einer Region stehen, können sehr wirkungsvolle Marketinginstrumente darstellen. Wie schafft man eine erfolgreiche regionale Marke? Was sind gelungene Beispiele im Alpenraum? Antworten gibt ein internationaler Workshop, den die Regionalentwicklungsexperten von Eurac Research am 13. und 14. Mai in Bozen veranstalten.

Das Val Poschiavo gehört zum italienischsprachigen Teil des Schweizer Kantons Graubünden, unweit der Grenze zu Italien. Die lokalen Lebensmittelproduzenten und Restaurants beschlossen vor einigen Jahren, sich unter einer gemeinsamen Marke zu vermarkten und ausschließlich Zutaten aus dem Tal zu verwenden. So gelang es, den Umsatz der lokalen Unternehmen und Produzenten deutlich zu steigern. Die Erfolgsgeschichte der Dachmarke „100% Valposchiavo“ ist eines der Beispiele, die in Bozen präsentiert werden. „Der Workshop wird drei praktische Aspekte behandeln, um aufzuzeigen, welche Möglichkeiten eine Dachmarke der Region bieten kann“, erklärt Francesca Teston, Expertin für Regionalentwicklung von Eurac Research und Organisatorin des Workshops: Was sind die wichtigsten Schritte, um eine erfolgreiche regionale Marke aufzubauen? Welche Rolle kann die öffentliche Verwaltung bei der Umsetzung spielen? Und schließlich: Wie kann man den Erfolg und die langfristigen Auswirkungen auf die Region messen?

In einigen Fällen gelingt es einer Dachmarke, den urbanen mit dem ländlichen Raum einer Region stärker zu verbinden: In der Provinz Turin beispielsweise wurde auf Initiative der öffentlichen Verwaltung eine Dachmarke für die typischen Produkte der Region geschaffen, um bei den Olympischen Winterspielen in Turin gemeinsam aufzutreten.

„Der Workshop ist Teil einer breit angelegten Untersuchung“, erklärt Thomas Streifeneder, Leiter des Instituts für Regionalentwicklung von Eurac Research. „Wir analysieren alle regionalen Marken im Agrar- und Lebensmittelsektor im Alpenraum, um zu verstehen, wie sie sich auf die jeweilige Region auswirken. Eine gut funktionierende Marke bringt nicht nur wirtschaftliche und ökologische Vorteile, sondern verbessert auch den Zusammenhalt in der Region.“

Der Workshop findet im Rahmen von EUSALP statt, der EU-Strategie für den Alpenraum.

Bozen, 13.05.2019

Kontakt: Stefanie Gius, stefanie.gius@eurac.edu, Tel. 0471 055 034, mobil 366 6633860