

# FÖRDERUNG VON QUALITÄTSPRODUKTEN AUS DER EUROPAREGION

In ihrer Absicht, so viele Synergien wie möglich auf unterschiedlichen Gebieten zu bündeln, will die Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino auch die Zusammenarbeit im Bereich der lokalen und regionalen Produkte fördern, insbesondere in Bezug auf Promotion, Marketing und Verkaufsstrategien. In einem ersten Schritt sollen deshalb im Zweijahreszeitraum 2013/2014 drei Fachtagungen veranstaltet werden, um sich über Themen im Bereich der landwirtschaftlichen Produkte und Nahrungsmittel auszutauschen:

- **Bozen** Fachtagung hat bereits am 24. Mai 2013 zum Thema „Sicherheit und Regionalität“ stattgefunden
- **Trient** geplant am 15. November 2013 zum Thema „Milch- und Käseprodukte“
- **Innsbruck** geplant im Frühjahr 2014 zum Thema „Fleisch“

## Teilnehmer

Die Tagungen richten sich nicht an das allgemeine Publikum, sondern sind einem Fachpublikum vorbehalten, das an der konkreten Entwicklung dieses Wirtschaftsbereichs interessiert ist (Sennereiverantwortliche, Institutionen, einheimische Großverteiler usw.).

## Thema der Fachtagung in Trient am 15. November 2013:

*„Käse und Berge: Ein Verkaufsschlager?“*

**Untertitel:**

*“Die Bedeutung von Geschichte und Erzählung, eine Chance für Käseprodukte in der Europaregion ”*

Der Milch- und Käsektor in der Europaregion befindet sich derzeit in einer äußerst dynamischen Phase, die auf mehrere Aspekte zurückzuführen ist: der wachsende Wettbewerb, die Veränderung des Kaufverhaltens der Verbraucher und der Verteilerbetriebe, die Reformierung der europäischen Rahmenbedingungen (in erster Linie der Milchquoten), die neuen Chancen und Herausforderungen, die sich im Zuge eines immer globaler werdenden Marktes ergeben usw..

## DIE ZIELE

Die Veranstaltung hat den Erfahrungsaustausch über das Entwicklungspotential der Milchwirtschaft und insbesondere der **Käseproduktion durch Stärkung des Regionalbezugs** zum Ziel. Besondere Aufmerksamkeit gilt jenen herausragenden Produkten, die aus wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Sicht eine besondere Wertschöpfung mit sich bringen.

Das Entwickeln von Strategien, die das territoriale Umfeld als Wettbewerbsmotor betrachten, erfordert weit mehr als nur Kommunikation und ist daher fokussiert auf:

- das Nutzen des örtlichen Wissens (Tradition + Forschung + Entwicklung);
- die Fähigkeit zur Entwicklung von Co-Competition und systematischer Organisation;
- eine fachlich fundierte, dynamische und marktwirtschaftliche Einstellung.

Es sollen Themen behandelt werden, die für alle drei Länder von Interesse sind, bewährte Praktiken ausgetauscht sowie Chancen und mögliche Schwachstellen insbesondere im Bereich Werbung und Vertrieb besprochen werden.

## **DIE DREI TERRITORIEN**

Die drei Gebiete in der Europaregion haben im Bereich der Regionalprodukte ähnliche Herangehensweisen ins Auge gefasst. Denken wir nur an die Investitionen zur Qualitätssteigerung: alle drei Gebiete haben regionale Qualitätssiegel entwickelt (Qualità Trentino, Südtiroler Qualitätsprodukte und Qualität Tirol. Ein ähnliches Muster betrifft die Wertekommunikation in Richtung Verbraucher (alpine Identität, Nachhaltigkeit und Vertrauenswürdigkeit). Allen drei gemeinsam ist auch die Bedeutung, welche den Regionalprodukten in ihrem unmittelbaren Umfeld beigemessen wird (Rücksicht auf die Umwelt und deren Pflege, Erhalt der bergbäuerlichen Aktivitäten usw.).

Der Fachtagung kommt daher eine große Bedeutung zu, sich nicht nur über “gute Beispiele/best practices” auszutauschen, sondern auch, um gemeinsam aktuelle Risiken und Chancen zu beurteilen und potentielle Synergien zwischen den drei Gebieten in der Europaregion zu erörtern.

## **DIE THEMEN**

In erster Linie wird es bei der Tagung darum gehen, **was es bedeutet, Produkte mit besonderen Unterscheidungsmerkmalen zu entwickeln und wie die Beziehung zum Markt und zum Endkunden bestmöglich hergestellt werden kann.** Es genügt nicht, einzigartigen Käse herzustellen, was ja bereits einen enormen Ressourceneinsatz in der Produktion erfordert (personell, finanziell, organisatorisch, logistisch usw.), sondern es ist absolut notwendig, eine kohärente Marketingstrategie zu entwickeln. Das bedingt Wissen um die Zielgruppen, welche das Produkt nachfragen und ihm Wert verleihen, Wissen um die geeigneten Verteilungskanäle, Wissen um die Auswirkungen auf die Herstellung der anderen Produkte usw. Alles zusammen fällt unter den Begriff zielgerichtetes Marketing – im Unterschied zu einem undifferenzierten und allgemein gehaltenen Marketing, das durch die breite Streuung unnötig teuer werden kann.

## **DIE TEILNEHMER**

An der konkreten Entwicklung dieses Wirtschaftsbereichs interessierte Akteure (Sennereiverantwortliche, Institutionen, einheimische Großverteiler usw. – max 50 Personen).

## TAGUNGSPROGRAMM

„Käse und Berge: Ein Verkaufsschlager?“

- Trient, 15. November 2013 –

### Palazzo Roccabruna

- 09.30-10.00 Uhr Registrierung der Teilnehmer und Begrüßungskaffee
- 10.00-10.15 Uhr Begrüßung von Trentiner Seite:  
Adriano Dalpez - Präsident der Handelskammer Trient  
XXX - Landesrat für Fremdenverkehr/Landwirtschaft –  
Autonome Provinz Trient
- 10.15-10.45 Uhr Einführungsreferate der zwei Experten:  
**Silvio Barbero** – Vizepräsident von Slow Food Italia  
**Cristina Lazzati** – Journalistin, Verlagsgruppe 24 ORE,  
Marketing- und Retailexpertin
- 10.45-11.15 Uhr **Wendelin Juen** (Geschäftsführer von Agrarmarketing Tirol) beleuchtet Stärken und Schwachpunkte, Gefahren und Chancen für den Bereich Milchwirtschaft und Käseproduktion in Tirol  
**Annemarie Kaser** (Direktorin des Sennereiverbandes Südtirol) beleuchtet Stärken und Schwachpunkte, Gefahren und Chancen für den Bereich Milchwirtschaft und Käseproduktion in Südtirol  
**Mauro Fezzi** (Generaldirektor der „Fondazione E. Mach“) beleuchtet Stärken und Schwachpunkte, Gefahren und Chancen für den Bereich Milchwirtschaft und Käseproduktion im Trentino  
Kurzer Vergleich
- 11.15-13.30 Uhr **Hannes Gschösser** (Verantwortlicher für das Projekt ARGE Heumilch) referiert über die *Zertifizierung der Heumilchsennereien (IFS und FSSC 22000) – von der Theorie zur Praxis*  
**Elisabeth Molling** (Marketingverantwortliche der Bergmilch Südtirol) spricht über den „Stilfser Käse als erster und einziger Südtiroler Käse mit geschützter Ursprungsbezeichnung“  
**Andrea Merz** (Direktor des „Consorzio dei Caseifici Sociali e dei Produttori latte Trentini“) präsentiert „g.U. *Puzzone di Moena – Eine Chance, die ergriffen werden sollte*“  
Erweiterte Diskussion mit dem Publikum
- 13.30-15.00 Uhr ...die Gespräche werden bei Tisch fortgesetzt!!

*Im Tagungssaal wird ein Übersetzungsdienst gewährleistet.*

