

Von Marken, Gütesiegeln und ihren Geschichten

Im April wird Merkur von der REWE-Group vom Markt genommen und durch die neue Marke „Billa Plus“ ersetzt. Mit dieser Botschaft hat der genossenschaftliche Handelskonzern Ende Jänner wohl den gesamten Lebensmittelhandel ins Staunen versetzt. Anlass genug, um verschiedene Markenstrategien zu hinterfragen.

Auch im **bäuerlichen Bereich** sind **starke Bewegungen am Markenhimmel** zu beobachten. Gerade in der bäuerlichen Welt ist die Dichte an **regionalen Initiativen** mit ihren **verschiedenen Zeichen besonders hoch**. Um diese **Initiativen in eine gemeinsame Richtung weiterzuentwickeln** wurde vor 2 Jahren die **Plattform Netzwerk Kulinark (NWK)** ins Leben gerufen. Ausgehend vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus ist das NWK in der Agrarmarkt Austria Marketing GmbH als **Vernetzungsstelle zwischen Bund, Ländern und Regionen** angesiedelt.

Einheitliche Qualitätsstandards

Großes Anliegen dieser Plattform ist es, mit einem **durchgängigen Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem** für sämtliche Betriebe entlang der **Wertschöpfungskette (Landwirte, Manufakturen, Gastronomen)** regionale Produkte noch bekannter zu machen und **Qualitäts- und Herkunftsstandards zu garantieren**. Seit Jänner 2020 ist nun das national anerkannte und EU-notifizierte Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem (QHS) in Kraft getreten und bildet die Basis für bäuerliche Direktvermarkter, kleine Lebensmittelmanufakturen und Gastronomiebetriebe sowie viele regionale Initiativen. Das Gütesiegel AMA GENUSS REGION befindet sich auf gleicher Ebene wie die AMA Biozertifizierung, AMA-Gütesiegelstandard oder einem EU-Herkunftsschutz. **Nicht zu verwechseln ist in diesem Zusammenhang ein Gütesiegelstatus mit einem Markenprogramm.**

Warum Doppelgleisigkeiten?

Mit der Idee, das **Qualitäts- und Herkunftssystem** als Basis für bestehende Marken wie z.B. „Gutes vom Bauernhof“ etc. zu machen, wurden **bestehende Markenprogramme aufgewertet und weiterentwickelt**. Verwirrend kommt jedoch hinzu, dass dem staatlich anerkannten Qualitäts- und Herkunftssystem mit dem Gütesiegel „AMA GENUSS REGION“ nun auch ein Gesicht verliehen wurde. Für die **teilnehmenden Betriebe ist es herausfordernd zu unterscheiden**, welches Zeichen **verwendet werden darf und welche Botschaft** vermittelt wird. Nachstehend nun ein Versuch, die Besonderheiten der verschiedenen Gütesiegel und Marken/ in Kärnten heraus zu arbeiten:

Welche Botschaft?

Sind die Antworten auf diese Fragen gut überdacht und ausgearbeitet, lässt sich die **betriebliche Kommunikationsstrategie** leicht entwickeln. Was die Kontrollen im Hintergrund betrifft, so bemühen sich die Initiativen der Marken- und Gütesiegelprogramme, Kombikontrollen anzubieten, um den Ablauf für die Betriebe zu vereinfachen. **Starke Marken sind genauso wichtig wie anerkannte Gütesiegelprogramme.** Mit **klaren Botschaften** wird man **transparenter gegenüber Konsumenten** und die **Zusammenarbeit** mit anderen Teilnehmern an der **Wertschöpfungskette** wird erleichtert. Geht es doch darum, die Wertschätzung für **regionale Produkte** in **Wertschöpfung für die Produzenten** dahinter umzuwandeln.

Kommentar

Die Teilnahme an verschiedenen Markenprogrammen bringt Bedingungen mit sich. Für „Gutes vom Bauernhof“ ist seit vergangenem Jahr die Basis das Qualitäts- und Herkunftssystem „AMA GENUSS REGION“. Falls noch nicht erledigt,

sind bestehende „Gutes vom Bauernhof“-Betriebe aufgerufen, die Teilnahmeverträge für das QHS-Programm bei den zuständigen Lebenswirtschaftsberaterinnen zu unterschreiben. Ist das erfolgt, können „Gutes vom Bauernhof“-Betriebe, wenn gewünscht, auch das AMA GENUSS REGIONS-Siegel ausweisen und die verschiedenen Vorteile vom Netzwerk Kulinarik (www.netzwerk-kulinarik.at) als auch vom Qualitätsprogramm „Gutes vom Bauernhof“ (www.gutesvombauernhof.at) genießen. Auch für Genussland Kärnten-Betriebe, deren Basis Gutes von Bauernhof, Bio-Austria oder der EU-Herkunftsschutz bilden, ist die Unterzeichnung eines QHS-Teilnahmevertrages erforderlich, um die Markennutzung aufrecht zu erhalten. Die jeweiligen Institutionen und Initiativen (LK Kärnten – Lebenswirtschaftsberaterinnen, Bio Austria Kärnten, Genussland Kärnten, Landesverband bäuerlicher Direktvermarkter Kärnten) geben gerne Auskunft darüber, welche Gütesiegel und Marken der jeweilige Betrieb verwendet darf. Nachfragen zahlt sich aus, bevor Etiketten oder Folder in hoher Auflage produziert werden.