



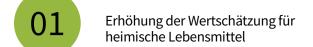




...seit 2004 eine starke Marke für oberösterreichische Lebensqualität



2





Förderung der landwirtschaftlichen Produktion und Direktvermarktung





Unterstützung kleingewerblicher Manufakturen





Präsenz im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie



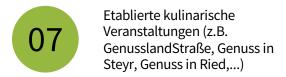




...seit 2016 eine starke Marke für oberösterreichische Lebensqualität



O



10 K

Touristische Vermarktung kulinarischer Spezialitäten in Kombination mit Landschaftserlebnissen

D8

Beiträge zur Sicherung von ca. 100.000 Jobs in der Lebensmittelwirtschaft

11

Überregionale Zusammenarbeit mit dem Netzwerk Kulinarik

Erhalt der Kulturlandschaft

12

Nachhaltigkeit, Klimaschutz, kurze Transportwege, ökologische Verpackungen



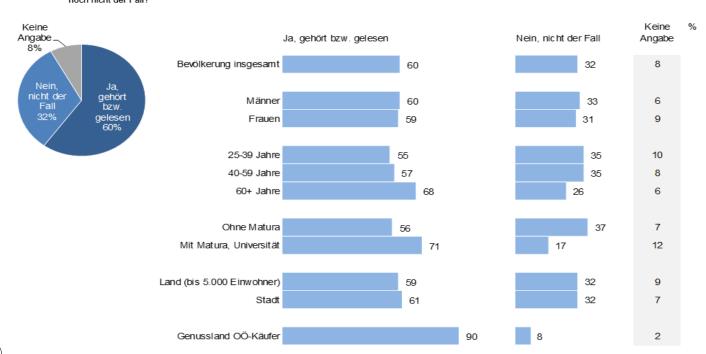




Markenbekanntheit

Basis: Oberösterreichische Bevölkerung ab 25 Jahren

Frage 6: "Haben Sie vor diesem Interview schon einmal vom 'Genussland Oberösterreich' gehört bzw. gelesen bzw. dieses Logo gesehen, oder war das bislang noch nicht der Fall?"





- 5,2 Mio. Wertschöpfung von Genussland OÖ Pool Produzenten durch Handelsinitiative
- 515 Geschäfte mit Genussland-Sortiment
- 600 Genusslandprodukte mit 31.000 Listungen im LEH
- 80 Genussland-Poolproduzenten liefern für LEH
- 172 Gastro-Produzenten
- 350 Top-Lebensmittelproduzenten und Veredler
- ... mehr als 1.000 Genussland-Partner









Vorteile von Genussland Oberösterreich

- Verwendung Genussland- Logo als Zeichen für eine starke, bekannte Marke
- Veranstaltungen und Präsentationsmöglichkeiten (z.B. Genusslandstraße, Wein und Genuss, ...)
- Genussland OÖ Gutscheine (Genussland Partner als Einlösestellen für regionale Produkte)
- Schmeck's Ernährungsblog (Blog mit Rezepten und ernährungsbasierten Infos www.schmecks-ooe.at)
- Genussland OÖ Social Media (kostenlose Werbeplattform für alle Partnerbetriebe)
- Präsentation auf der Genussland OÖ Website (www.genussland.at)
- Fotoshootings für Partnerbetriebe
- mögliche Teilnahme an Medienkooperationen (Fernseh- & Radiosender, Printmedien)
- Werbemittel (Tragetaschen, Servietten, Sticker,...)
- Vergünstige Versandoption bei DPD



GEPRÜFTE HERKUNFT



Basiskriterien:

Standort: Betrieb in Oberösterreich

Produktion in

Oberösterreich/Österreich

Wertschöpfung: Verarbeitung zu 100 % in OÖ / Ö

Rohstoff: Primäre Zutat(en) zu 100 % aus OÖ / Ö

→ QHS-Kriterien des Netzwerks Kulinarik







SERVICELEISTUNGEN HANDEL

Aktive Produktvermittlung, Koordination und Forcierung von Genussland Oberösterreich Produkten an Handelspartner

- Persönliche Betreuung der Handelspartner 515 davon mehr als 180 selbständige
 Kaufleute
- Beratung bei Sortimentsauswahl bei Produkten mittels Datenblätter und Feedback für den LEH – große Zeitersparnis und einfache Abwicklung
- Genussland OÖ Werbemittel und Verkaufshilfen wie z.B:
- GLOÖ Holzregale in zwei Größen
- Verkaufsschütten für Zweitplatzierungen
- Regalstopper Neue Varianten, Plakate für P.O.S.
- **Exkursionen** mit <u>WKOÖ und Einkäufern von Handelszentralen</u> zu GLOÖ Produzenten
- "Genussland OÖ Tage" in Kaufm. Berufsschulen (Wels REWE, Rohrbach- SPAR,
 Vöcklabruck-UNIMARKT)



SERVICELEISTUNGEN HANDEL

- √500. Handelspartner im Jänner 2020 jährlich 10 neue Standorte
- ✓ Besuch von Handelszentralen und selbständigen Kaufleuten 2020 mehr als 500 Besuche vor Ort
- ✓ Auszeichnung von GLOÖ Handelspartnern und selbständigen Kaufleuten in den Kat. Gold, Silber, Bronze,
- ✓ Fahrt mit Einkäufern der Handelszentralen zu den Betrieben der Produzenten
- ✓ Optimierung des Handelspartner-Produzenten-Pools jährlich ca. 5 neue Produzenten
- ✓ Neue Absatzmöglichkeiten durch Produktentwicklungs-Vorschläge:
- ✓GLOÖ Kindersortiment: "Regionales für kleine Genießer"
- ✓GLOÖ Kinderrucksack neue Variante
- ✓ GLOÖ Weihnachtsbox neue Edition 2020
- ✓"G'sicht und G'schicht" Gesicht des Produzenten am Produkt + kurze Produkterklärung
- ✓ Feedback Händler Produzenten
- ✓ Verkostungen am POS initiieren
- ✓ Teilnahme an Messen & Veranstaltungen GLOÖ Produzentenmesse als Fachmesse alle 2 Jahre
- ✓2 x jährlich Produzenten Meeting mit Referenten zu allgemeinen Themen
- ✓ Jahresthema: "Regionales Frühstück"
- ✓ Schulungsvideo zu den Themen: Mitarbeitermotivation und Warenkunde, Verkaufstechnik für Berufsschulen und Feinkostfachverkäuferinnen
- ✓GLOÖ Produkte mit "OÖ Branding" für Kaufleute in Tourismusregionen und als Angebot für Hotels, etc.
- Zusammenarbeit mit OÖ Tourismus,
- ✓Ziel 2021: B2B Bestellmöglichkeit für Händler auf GLOÖ Homepage



ECKPUNKTE GASTRO- INITIATIVE

10

172 bäuerliche und gewerbliche Lieferantinnen

Ziele

105 Genussland-Wirte und Wirtinnen



Vernetzung Absatzförderung











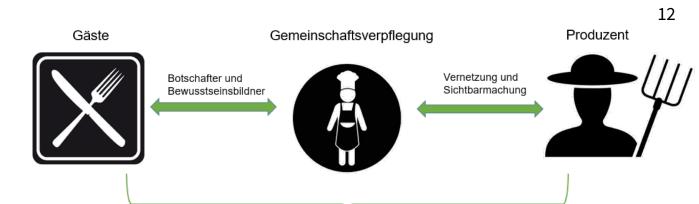
- aktive Produktvermittelung (Bezugsquellenliste für Wirt*innen, Vernetzungsveranstaltungen wie beispielsweise Online-Verkostung, Beratung vor Ort,...)
- absatzfördernde Maßnahmen (Muttertagsaktion, Kooperation mit Manfreddo...)
- Bewusstseinssteigernde Maßnahmen (Wettbewerb "Mein schönstes regionales Frühstücksplatzl", Gansl- und Wildaktion, Genusstag in der HLT Bad Leonfelden...)





GEMEINSCHAFTSVERPFLEGUNG ALS NEUES FELD







Kompetenz Genussland Oberösterreich kann entlang der gesamten Wertschöpfungskette genutzt werden:

- Ernährungsplattform und Bewusstseinsbildung
- 2. Vernetzung und Sichtbarmachung OÖ-Qualitätserzeugnisse













VIELEN DANK!

