

Die Zukunft der (regionalen) Lebensmittel

Experten präsentieren am 20. Mai auf der ibet 2010 in Bregenz die aktuellen Trends der Lebensmittelbranche

Die Vortragenden:

- Ing. **Erich Schwärzler**, Landesrat für Landwirtschaft, Vorarlberger Landesregierung
- **Barbara van Melle**, Journalistin und Obfrau Slow Food Wien
- **Dr. Andreas Geisler**, Koordinator der ARGE Heumilch Österreich
- **Reinhard A. Lechner**, Initiator der KäseStrasse Bregenzerwald
- **Dr. Peter Hamedinger**, Agrarmarkt Austria Marketing (AMA), Wien
- **Mag. Martina Hörmer**, Geschäftsführerin Ja! Natürlich Naturprodukte, Wr. Neudorf
- **Mag. Christoph Ettlmayr**, Institute of Brand Logic, Innsbruck
- **Dr. Werner Brüller**, Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit AGES, Wien
- **Prof. Dr. Gerd Harzer**, Senior Director Nutrition, Scientific and Regulatory Affairs, Kraft Foods Europe
- **Mag. Ludwig Rupp**, Geschäftsleitung Rupp AG, Hörbranz
- **Dr. Andreas Steidl**, Leiter Qualitätsmanagement Ja! Natürlich Naturprodukte, Wr. Neudorf

Auf der einen Seite drücken Discounter im Kampf um Marktanteile die Preise. Auf der anderen zeigen Untersuchungen, dass für Kunden nicht mehr alleine der Preis zählt, sondern Kriterien wie Natürlichkeit und Regionalität immer wichtiger werden. Der mündige Konsument will wissen, wie und wo seine Lebensmittel produziert werden. Die diesjährige ibet am 20. Mai in Bregenz liefert eine Bestandsaufnahme rund um Lebensmittelproduktion, -handel und -vermarktung.



Foto: Shutterstock

Nicht allein der Preis spielt eine Rolle. Vorallem Natürlichkeit und Regionalität sind den Kund(inn)en wichtig.



„Konsumenten vertrauen Produkten, wenn sie wissen, woher die Rohstoffe kommen.“

Dr. Andreas Geisler, Koordinator der ARGE Heumilch Österreich

Experten aus Forschung und Praxis geben einen fundierten Einblick in die Lebensmittelzukunft.

ibet in Bregenz: Von Slow Food bis Nanotechnologie

Keynote-Speaker der ibet im Festspielhaus in Bregenz ist Barbara van Melle, Obfrau von Slow Food Wien, die sich für die Erhaltung und Ausweitung der lokalen Lebensmittelproduktion einsetzt

und nachhaltige, ökologische Produkte unterstützt. Für sie ist jede Kaufentscheidung auch ein politisches Statement des Konsumenten. Weitere Vorträge beleuchten die Chancen und Synergiepotenziale regionaler Lebensmittel für den Tourismus sowie die Erfordernisse der Lebensmittelkennzeichnung aus Kundensicht. In einer Talkrunde diskutieren Gerd Harzer (Kraft Foods Europe), Andreas Steidl (Ja! Natürlich) und Ludwig Rupp (Rupp AG) über die Frage, was Forschung und Entwicklung in der Lebensmittelindustrie bringen.

Ja! Natürlich: Biologisch seit 15 Jahren

Auch die Verantwortlichen von Österreichs größter Bio-Marke legen für ihre Produkte Regionalität und Unverfälschtheit als Maßstäbe

an. Ja! Natürlich gibt es seit 15 Jahren und ist damit Pionier am Markt für biologische Lebensmittel. Die Geschäftsführerin der REWE-Eigenmarke, Martina Hörmer, wird in ihrem Vortrag den Markt für „Bio“ analysieren und einen Blick in die Zukunft werfen. Ja! Natürlich ist mit 30 authentischen, unverfälschten Produkten aus den Bereichen Milch, Obst und Gemüse gestartet. Ziel war es, biologische Lebensmittel von höchster Qualität im Supermarkt anbieten zu können und damit erschwinglich zu machen. Inzwischen arbeitet Ja! Natürlich mit 7000 Bio-Bauern zusammen und das Sortiment ist schnell gewachsen: Heute stehen dem Konsumenten mehr als 1000 Produkte zur Verfügung. „Bio ist kein vorübergehender Trend und wir sind deshalb überzeugt, dass die Möglichkeiten

von Ja! Natürlich noch lange nicht ausgeschöpft sind“, erläutert Hörmer. „Die Basis des Erfolges der Marke bilden langfristige Partnerschaften mit heimischen Bio-Bauern.“ In ihrem Vortrag wird Hörmer auch auf die strengen Auflagen eingehen, die erfüllt werden müssen, um für Ja! Natürlich produzieren zu dürfen.

Kundenvertrauen als Schlüssel zum Vermarktungserfolg

Das Konsumentenvertrauen steht im Zentrum des Referats von Andreas Geisler, dem Koordinator der ARGE Heumilch. Die Arbeitsgemeinschaft hat sich zum Ziel gesetzt, Heumilchprodukte in Österreich bekannt zu machen und deren nationale Vermarktung voranzutreiben. Entscheidend ist die Botschaft, dass

die Heumilchwirtschaft die ursprünglichste Form der Milcherzeugung darstellt. Die Kühe werden im Jahreskreislauf nur mit Gras, Heu und mineralstoffreichem Getreideschrot gefüttert. Um den Konsumenten die Orientierung zu erleichtern, werden die Produkte mit dem Logo „Heumilch – die reinste Milch“ versehen.

Mittlerweile umfasst das Heumilch-Sortiment im österreichischen Handel weit mehr als 400 Produkte. „Die



„Langfristige Partnerschaften mit heimischen Produzenten sind die Basis des Erfolgs.“

Mag. Martina Hörmer, Geschäftsführerin Ja! Natürlich Naturprodukte

große Akzeptanz bei Handel und Konsumenten bestätigt einmal mehr den Trend zu hochwertigen, regionalen Waren“, zieht Geisler Bilanz. „Konsumenten vertrauen unseren Produkten, weil sie wissen, woher die Rohstoffe kommen.“ Die traditionelle Verarbeitung stärkt zudem gewachsene, ländliche Strukturen. „Beides liefert einen entscheidenden Vertrauensvorsprung, mit dem wir uns im globalisierten Markt differenzieren.“ Anzeig

INFORMATIONEN

Die ibet 2010 findet am 20. Mai im Festspielhaus Bregenz statt.

Teilnahmegebühr ganztägiges Forum: EUR 195,- exkl. USt.; nachmittags (ab 13.45 Uhr): EUR 100,- exkl. USt.
Informationen und Anmeldung:
 www.ibet.co.at oder bei wiko unter Telefon 05574 53333-0

Mit freundlicher Unterstützung unserer Partner

