

1. Regionalitätskongress 2013

„Erfolg ist machbar,
Herr Nachbar!“

Ist Regionalität das neue Bio? Diskutieren Sie mit zahlreichen Experten über die Chancen des Megatrends Regionalität!

- **Der Verbraucher im Fokus:**
Was ist dran, am Bedürfniswandel der Konsumenten 2.0?
- **Rechtliche Standards und Chancen:**
Wie regionale Produkte sichtbarer, glaubwürdiger und transparenter werden
- **Best Practice Vermarktung:**
Wie Hersteller den Megatrend in Markenerfolge und Cash Cows verwandeln
- **Der Handel in der Pflicht:**
Chance verpasst oder gut genutzt?
- **Local Heroes im Test:**
Welches Bundesland hat bei der Vermarktung von regionalen Lebensmitteln die Nase vorn?
- **„Es gibt nicht immer alles!“:**
Kann man regionale Erzeugung und Versorgung sicherstellen?

**Mit spannenden Best Practices rund um die
Herstellung, Vermarktung und den Verkauf
von regionalen Lebensmitteln von:**

- Nestlé ● Privatbrauerei Gaffel, Becker und Co. ●
Sachsenmilch ● Bundesministerium für
Lebensmittel, Ernährung und Verbraucherschutz
- GfK ● Globus ● Rheingold ● u. v. m

In Kooperation mit:
Der Deutschen
Landwirtschafts-Gesellschaft e. V.



Dienstag, den 19. November 2013

9.00 – 9.30

Empfang mit Kaffee und Tee,
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.30 – 10.00

Eröffnung durch EUROFORUM und die Vorsitzenden

● **Unter dem Motto: „Erfolg ist machbar, Herr Nachbar!“ schauen für Sie gemeinsam in die Vorgärten der Anderen:**

Simone Schiller, Geschäftsführung Fachzentrum Ernährungswirtschaft, DLG e. V.
(Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft) und
Günther Nessel, Geschäftsführender Gesellschafter, taste! Food & Beverage Communication

● **Local Heroes und große Player – Regionalität zwischen Hype und Herausforderung**

10.00 – 10.30

Regionalität aus Sicht des Konsumentenverhaltens

- Aktuelle Konsumententrends
- „Regionalität“ als Differenzierungsmerkmal
- Bedeutung des Regionalitätsbezugs auf Marktebene
Günter Birnbaum, Division Manager Beverages Consumer Panels, GfK SE

10.30 – 11.00

Druckfrisch: Aktuelle Erkenntnisse zum Megatrend

- Was kommt? Was geht? Was bleibt?
- Die DLG-Regionalitätsstudie 2013 im Abgleich zu 2011
- Konsumententypen im Fokus
Günther Nessel

11.00 – 11.15 Zeit für Fragen und Diskussion

11.15 – 11.45 Pause mit Kaffee und Tee

● **Statement aus dem Handel:**

11.45 – 12.15

Der Ausbau der Regionalität – Chancen und Grenzen der heimischen Produkte

- Kundenbedürfnisse und Qualität – Herausforderungen ohne Kompromisse
- Nachhaltiges Wirtschaften durch Förderung der heimischen Produktion
- Wie leistungsfähig sind regionale Produzenten
Markus Buntz, Geschäftsführer Einkauf Food, Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co.

12.15 – 13.00



Speednetworking-Session: Wohin geht die Reise für die Hersteller und Händler von regionalen Produkten? Neue Kontakte – neue Impulse! Ist es in Nachbars Garten wirklich grüner als daheim? Nutzen Sie die Gelegenheit und lernen Sie nicht nur interessante Gesprächspartner kennen, sondern lassen Sie sich inspirieren von Kollegen aus den verschiedensten Bereichen der Lebensmittelindustrie.

13.00 – 14.00 Gemeinsames Mittagessen

● **Statement aus der Lebensmittelindustrie:**

14.00 – 14.30

„Qualität bedeutet mehr!“

Wem die Verbraucher in Zukunft vertrauen, beschreibt:
Hartmut Gahmann, Leiter Unternehmenskommunikation, Nestlé Deutschland AG

● **Gütesiegel, Transparenz & Co. – Ist Vertrauen überhaupt noch generierbar?**

14.30 – 15.00

Das Regionalfenster – Zuverlässige und transparente Kennzeichnung regionaler Produkte

- Verbraucher wünschen zunehmend regionale Lebensmittel
- Kennzeichnung häufig wenig konkret und transparent
- Das Regionalfenster als konkretes Informationsfeld
- Sicherheit durch ein mehrstufiges Kontrollsystem
„Das Regionalfenster auf dem Produkt gibt die Sicherheit, das regional nicht nur drauf steht, sondern drin ist!“, sagt **Dr. Hermann J. Schlöder**, Ministerialrat, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

15.00 – 15.30



Im Gespräch: Herr Wallau, was gefährdet regionale Produkte?

- Rochus Wallau**, Rechtsanwalt, Krell Weyland Grube Rechtsanwälte spricht mit **Günther Nessel** über:
- Das Spannungsverhältnis steigender Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit, -hygiene und -information
 - Die Unmöglichkeit für Kleinbetriebe, das heutige komplexe Lebensmittelrecht zu bewältigen
 - Unsachgemäße Regionalitätsansätze in der Lebensmittelwirtschaft
 - Unsachgemäße Regionalitätsansätze in den Medien

15.30 – 15.45 Zeit für Fragen und Diskussion

15.45 – 16.15 Pause mit Kaffee und Tee

16.15 – 16.45

Rechtliche Herausforderungen in der Praxis – Zwischen Verführen & Verschaukeln?

- Was heißt „regional“?
- „Von hier“, „aus dem Norden“, „unsere Heimat“, „aus deutschen Landen“
- Rohstoffe, Wertschöpfungskette, räumliche Eingrenzung, Nachhaltigkeit?
- Europäische & nationale, gesetzliche & private Schutzsysteme
- Ursprungsbezeichnungen, geographische Angabe, Regionalfenster

Prof. Dr. Alfred Hagen Meyer, Rechtsanwalt, meyer.rechtsanwälte

16.45 – 17.30

Das große Verbraucherpicknick: Was verstehen Verbraucher eigentlich unter Regionalität – Oder: Alles Bio oder was?

Echte Konsumenten berichten unter der charmanten Moderation von Andera Gadeib und Anja Kreutzer wie sie zum Thema „Regionalität“ stehen, was sie an regionalen Produkten kaufen und welche Produkte sie als regional empfinden. Lassen Sie sich überraschen von echten Aussagen und Marktforschung live!

Moderiert von: Andera Gadeib und Anja Kreutzer, Dialago AG

17.30 – 17.45 Zeit für letzte Fragen

17.45 Ende des ersten Konferenztages



Im Anschluss an den ersten Konferenztage lädt Sie EUROFORUM zu einem Get-Together ein. Lassen Sie den Tag in entspannter Atmosphäre und bei guten Gesprächen ausklingen.

Mittwoch, 20. November 2013

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

9.00 – 9.10

Start in den Tag mit den beiden Vorsitzenden

Good Morning – Session: Markengeschichten auf der Spur



BEST PRACTICE!

9.10 – 9.40

Die Privatbrauerei Gaffel – Emotionalisierung der Marke Gaffel Kölsch!

Über die Erkenntnisse aus der Markenkernanalyse und die daraus abgeleiteten Maßnahmen unter Beachtung der regionalen Gegebenheiten berichtet:

Thomas Deloy, Geschäftsleitung Marketing/PR,
Privatbrauerei Gaffel, Becker und Co.



BEST PRACTICE!

9.40 – 10.10

Sachsenmilch – der Farbtupfer im Kühlregal

- Sachsenmilch in der Zange zwischen Billiganbietern und nationalen Marken
 - Regionalität – Fluch und Segen zugleich
 - Wie wichtig sind den Konsumenten regionale Produkte?
 - Erfolgskonzept Regionalität in der Markenführung Sachsenmilch
- Annett Anders, Marketingleiterin Regionalmarke Sachsenmilch, Sachsenmilch Leppersdorf GmbH

10.10 – 10.40

Regionalität – Perspektive für Verbraucher?

- Ist der Verbraucher gut informiert?
 - Verbrauchererwartungen an regionale Produkte
 - Anforderungen an transparente und glaubwürdige Regionalangebote
- „Regionalwerbung muss halten was sie verspricht und darf nur das versprechen, was sie auch einhält“. Das betont
- Hartmut König, Leiter der Fachabteilung Lebensmittel und Ernährung, Verbraucherzentrale Hessen und fachlich zuständig für das Internetportal www.lebensmittelklarheit.de

10.40 – 10.55 Zeit für Fragen und Diskussion

10.55 – 11.25 Pause mit Kaffee und Tee

Das Phänomen Heimat – Welchen Einfluss hat Regionalmarketing?

11.25 – 11.55

Der Schrei nach Heimat

- Regionale Produkte sind für Verbraucher ein vertrautes Gegenbild zur unüberschaubaren, globalisierten Welt
 - Eine Antwort auf die Ohnmacht der modernen Konsumenten
 - Ein wichtiger und lebendiger Markenbestandteil, der Qualität, Orientierung und Vertrauen zu einer Marke stärkt
- Thomas Kirschmeier, Leiter Kommunikation, rheingold Institut Köln

11.55 – 12.25

Geprüfte Qualität Schleswig-Holstein – erstes regionales Qualitätssiegel Deutschland

- Regionale Premiumqualität von 1965 bis heute
 - Gemeinschaftsmarketing im heterogenen Verbund
 - Dachmarkenkonzept Gütezeichen SH – Erfolgreiche Kommunikation und Vermarktung durch Erzeugerzusammenschlüsse
- Sandra van Hoorn, Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein, FB Gütezeichen

12.25 – 12.55

Schmeck den Süden –

Das Gemeinschaftsmarketing Baden-Württemberg

- Made in Baden-Württemberg – Vermarktung heimisch hergestellter Produkte
 - Lokale Helden – Regionalmarketing von Erzeugnissen mit staatlich getragenen Gütezeichen
 - Unterstützung der heimischen Gastronomie bei der Gestaltung eines authentisch-regionalen Angebots auf der Speisekarte
 - Schwäbische Maultaschen & Co. – kulinarische Botschafter mit EU-Schutz
- Dr. **Alexander Wirsig**, Geschäftsführer MBW Marketing- & Absatzförderungsgesellschaft für Agrar- und Forstprodukte aus Baden-Württemberg

12.55 – 14.00 Gemeinsames Mittagessen

Regionale Erzeugung sicherstellen: Herausforderungen an allen Fronten

14.00 – 14.30

Es gibt nicht immer alles –

Regionalität bedeutet Verzicht

- Was die Umsetzung von Regionalität in der Praxis bedeutet
 - Fehler- & Risikomanagement: Herausforderung für Erzeuger & Händler
 - Verbraucherbewusstsein sensibilisieren: Regional heißt saisonal
- Die Stimme der Landwirtschaft vertritt **Claudia Müller**, Landwirtin und Mitglied im Vorstand der DLG e.V.

Aus aktuellem Anlass: Der Blick über den Tellerrand

14.30 – 15.00

Klimawandel und zunehmende Wetterextreme –

Wie sichere ich meine Produktion?

- Wetterextreme nehmen zu
 - Welche Möglichkeiten der Produktionssicherung gibt es?
 - Grenzen der Versicherbarkeit
- „Ohne Ware keine Marktbegehung“ sagt **Dr. Rainer Langner**, Vorstandsvorsitzender, Vereinigte Hagelversicherung, Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit, Spezialversicherer für den Pflanzenbau

15.00 – 15.30

BEST PRACTICE

Hassia: Regionalkooperationen im LEH

Über die Erfolgsstory mit der REWE berichtet **Ulrich Schweitzer**, Geschäftsführer Marketing, Hassia Unternehmensgruppe

15.30 – 15.45 Zeit für Fragen und Diskussion

15.45 Ende der Konferenz



IHRE ANSPRECHPARTNER FÜR DIESE EUROFORUM-KONFERENZ



Konzeption und Inhalt
Nelli Hajdu, M.A.
Konferenz-Managerin



Organisation
Anuschka Osterkamp
Senior-Konferenz-Koordinatorin

Rufen Sie uns gerne an oder schreiben Sie uns:

Telefon: +49 (0) 2 11/96 86 36 88

Email: anuschka.osterkamp@euroforum.com

SPONSORING UND AUSSTELLUNG

Im Rahmen der Konferenz besteht die Möglichkeit, Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zu präsentieren. Fragen zu Sponsoring und Ausstellungsmöglichkeiten beantwortet Ihnen gern:



Juliane Baudisch
Sales-Managerin
Telefon: +49 (0) 2 11/96 86 37 36
Email: juliane.baudisch@euroforum.com

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

Megatrend Regionalität – Eine große Chance für die Lebensmittelindustrie?

Dioxin im Ei, Pferdefleisch in Convenience-Produkten und verseuchte Erdbeeren sind nur ein paar Schlagworte. Das Jahr 2013 hielt mal wieder einige Überraschungen für die Lebensmittelhersteller und Händler bereit. Der Ruf nach strengeren Kontrollen steigt ebenso wie der Wunsch der Verbraucher nach mehr Sicherheit und Transparenz beim Kauf von Lebensmitteln – aber noch mehr verlangt er nach Qualität in den Produkten. **Die Verbraucher achten wieder mehr auf das, was sie kaufen und konsumieren wollen.**

Regionalität und regionale Produkte stehen dabei für viele Deutsche auf dem Spitzenplatz beim Kauf von Lebensmitteln und dies wird – einer Studie der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft zu Folge – ein anhaltender Trend für die Händler, Hersteller und Konsumenten von Lebensmitteln bleiben. Grund genug für uns, dem Phänomen „Regionalität“ und den Chancen, die sich daraus ergeben, auf den Grund zu gehen.

Beim ersten Regionalitätskongress 2013 erwarten Sie nicht nur spannende Insights rund um den Bedürfniswandel der Verbraucher, sondern tolle Markengeschichten, Einblicke in rechtliche Fallstricke rund um die Produktion von Lebensmitteln und neue, frische Inspirationen für Ihr Geschäft mit regionalen Lebensmitteln! Ein besonderes Highlight: Lauschen Sie den Verbrauchern beim ersten Verbraucherpicknick unter dem Motto „Alles Bio, oder was?“

Diskutieren Sie gemeinsam mit uns über die Chancen und unentdeckten Möglichkeiten rund um das Trendthema Regionalität.

Wir freuen uns auf Sie!



Simone Schiller
DLG e.V.
Kooperationspartner



Günther Nessel
taste! Food & Beverage
Communication
Idee & Konzeption



Nelli Hajdu
EUROFORUM
Inhalt &
Konzeption

„Erfolg ist machbar, Herr Nachbar!“ oder ist es im Garten des Nachbarn wirklich grüner?

Der erste Regionalitätskongress 2013 bietet Ihnen die einmalige Gelegenheit sich mit Gleichgesinnten aus Handel, Herstellerindustrie und Agrarwirtschaft kurzzuschließen und neue Geschäftskontakte zu knüpfen. Tauschen Sie sich aus mit Vorständen, Geschäftsführern sowie Leitern und leitenden Mitarbeitern aus den Bereichen:

- Handel
- Marketing
- Vertrieb
- Produktmanagement
- Brandmanagement
- Key Account Management
- Handelsmarketing & Retail Branding
- Einkauf und Beschaffung
- Category Management
- Werbung und Kommunikation
- Unternehmensstrategie
- Business Development

sowie Vertreter von Agenturen, Beratungen und Kommunen



Ihr persönlicher
Anmeldecode

EUROFORUM-KONFERENZ

1. Regionalitätskongress 2013

**„Erfolg ist machbar,
Herr Nachbar!“**

Die erste Konferenz zum Megatrend für
Lebensmittelindustrie & Handel

19. und 20. November, 2013, Ameron Hotel Regent,
Melatengürtel 15, 50933 Köln, Telefon: +49 (0) 21/5 49 90

**Jetzt schnell und
bequem online
anmelden!**

www.euroforum.de/anmeldung/p1106221

- Ja, ich nehme am 19. und 20. November 2013 in Köln teil**
zum Preis von € 1.999,- p.P. zzgl.MwSt.
Sonderkonditionen für den Handel auf Nachfrage! [P1106221M012]
[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.
Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]
- Bitte **reservieren** Sie mir unverbindlich _____ Platz/Plätze bis zum 6. September 2013.
- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen**
zum Preis von € 399,- zzgl.MwSt. [Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.
- Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.
[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]



Beachten Sie auch unsere Rabatte für Gruppenbuchungen!

Besuchen Sie die Veranstaltung mit einem oder
mehreren Kollegen! Und so profitieren Sie:

- Der zweite Teilnehmer aus Ihrem Unternehmen erhält 10%, der dritte 15% Rabatt!
- Kommen Sie mit Ihrem Team und entdecken Sie ungenutzte Potentiale rund um den Megatrend Regionalität!

Oder ausfüllen und faxen an: 0211/9686-4040

1

Name _____

Position/Abteilung _____

Telefon _____ Fax _____

E-Mail _____ Geburtsjahr _____

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: Ja Nein Zusendung per Fax: Ja Nein

2

Name _____

Position/Abteilung _____

Telefon _____ Fax _____

E-Mail _____ Geburtsjahr _____

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: Ja Nein Zusendung per Fax: Ja Nein

Firma _____

Anschrift _____

Anmeldung erfolgt durch _____

Position _____

Datum, Unterschrift _____

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Name _____

Abteilung _____

Anschrift _____

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme?

Ich selbst oder Name: _____ Position: _____

TEILNAHMEBEDINGUNGEN. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Zum Erhalt des Gruppenbuchungsrabatts ist ausschlaggebend, wie viele Personen am Veranstaltungstag als Teilnehmer gebucht sind.

DATENSCHUTZINFORMATION. Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

ZIMMERRESERVIERUNG. Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

IHR TAGUNGSHOTEL.

Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das
Ameron Hotel Regent, herzlich zu einem Umtrunk ein.



Kontakt

Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40
Telefon: +49 (0)2 11/96 86-36 88 [Anuschka Osterkamp]
Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-30 00
Anschrift: EUROFORUM Deutschland SE
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf
E-Mail: anmeldung@euroforum.com
info@euroforum.com
Internet: www.euroforum.de/regionalitaet