Regionalität ist: Erfolgsrezept für die Zukunft BILD/ VIDEO

ID: LCG21411 | 28.10.2021 | Kunde: Moving Forward | Ressort: Wirtschaft Österreich | Medieninformation

Beim Moving Forward Round Table wurde Mittwochabend im Boutiquehotel Stadthalle analog und digital über wirtschaftliche Potenziale regionaler Produkte diskutiert.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © JMC/ Bernd Plank

Video zur Meldung auf [Facebook](#)

Wien (LCG) – Bio ist nicht mehr genug. In den letzten Monaten wurde Regionalität in den ersten Lockdown-Wochen zuerst zum großen Trend und dann zum allgegenwärtigen Schlagwort in den Diskussionen über die Zukunft des Handels. Covid-19 hat die Diskussion über Lebensmittel, Lieferketten, Nachhaltigkeit und Umweltschutz neu entfacht. Regionalität ist der klare Wunsch verantwortungsvoller Konsumenten sowie junger Käuferschichten und damit der Auftrag an die Wirtschaft. Beim Moving Forward Round Table sind sich **Johannes Fankhauser** (Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus), **Andreas Haider** (Unimarkt Gruppe), **Walter H. Lukner** (Payback), **Georg Strasser** (Too Good To Go) und **Michaela Reitterer** (Österreichische Hotelierversammlung) in der Diskussion mit **Misheel Ariun** (JMC) einig, dass Regionalität wesentlich für die Stärkung des Wirtschaftsstandorts ist. Höhere Gewinne lassen sich mit regional erzeugten Produkten kaum erzielen, jedoch sichern sie langfristig den unternehmerischen Erfolg.

Für die Land- und Produktionswirtschaft ist Regionalität traditionell ein relevantes Thema, das durch die Pandemie in den Mittelpunkt der Diskussion rückte. **Johannes Fankhauser** (Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus) und **Michaela Reitterer** (Österreichische Hotelierversammlung) sehen Regionalität als bedeutenden Wirtschaftsfaktor im Export

und Tourismus, da Österreich einen Ruf als Qualitäts- und nicht als Billigland habe. Die Unimarkt-Gruppe macht bereits 20 Prozent des Umsatzes mit regionalen und lokalen Produkten und sieht sich als Drehscheibe zwischen Produzenten und Konsumenten in der Region. Bis 2025 soll dieser Anteil in der seit 2018 klimaneutralen Firma auf 30 Prozent steigen.

„Unimarkt ist mit seinen Marktleuten und Franchisenehmerinnen und -nehmern der Startpunkt der ländlichen Vermarktung“, unterstreicht **Andreas Haider** (Unimarkt-Gruppe). „Lokale Handelspartner kennen die Produzentinnen und Produzenten am besten und sind in den lokalen Wirtschaftskreislauf involviert.“

Kundenbindung ist im Wandel des Konsumverhaltens für **Walter H. Lukner** (Payback) ein wirksames Instrument, um den 3,2 Millionen Payback-Usern aktiv regionale Produkte anzubieten.

„Loyalität kennt keinen Lockdown. Sie begleitet Verbraucherinnen und Verbraucher in neue digitale Konsumwelten“, berichtet Lukner. „Für stationären wie auch Online-Handel ist Reichweite entscheidend. In smarten Digitalallianzen liegen die Absatzchancen für kleinere Hersteller aus den Regionen, da Kundinnen und Kunden gezielt angesprochen werden können.“

Unimarkt nutzt das Loyalitätsprogramm, um Neukunden zu adressieren und den Produzenten eine stärkere Vertriebskraft zu bieten. Trotz höherer Preise lassen sich für regionale Produkte keine höheren Margen erzielen. Die Qualität entscheidet über die Kundenbindung und damit über den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg.

Bewusstsein für Wertigkeit der Lebensmittel

Trotz der hohen Preissensibilität ist die Herkunft ins Bewusstsein der Verbraucher gerückt. Bereits ein Fünftel der Bauern vermarktet

direkt. Während der Pandemie hat die Direktvermarktung schlagartig um 40 Prozent zugenommen. Von zunehmender Transparenz in der Wertschöpfungskette profitieren sowohl Hersteller als auch Konsumenten. Mit Initiativen wie der „AMA Genussregion“ vernetzt das Landwirtschaftsministerium Produzenten und Gastronomen, reduziert Transportwege und informiert die Konsumenten transparent.

Reitterer erachtet die Kommunikation mit ihren Gästen als essenziell, da sich hochwertige Produkte nur durch die Emotion und nicht den Preis verkaufen lassen. Um Lebensmittelverschwendung zu vermeiden, setzt auch **Georg Strasser** (Too Good To Go) auf umfassende Information und setzt schon bei der Jugend an, um Bewusstsein zu schaffen.

„Das Wissen um Lebensmittel schafft Verständnis für deren Wertigkeit und die Leistung der Herstellerinnen und Hersteller“, ist Fankhauser überzeugt. „Wer Lebensmittel schätzt und einen Bezug zu ihrer Herkunft hat, wirft sie nicht leichtfertig weg.“

Über Johannes Fankhauser

Johannes Fankhauser absolvierte von der landwirtschaftlichen Fachschule Rotholz bis zum Studium der Landwirtschaft an der Universität für Bodenkultur eine umfassende agrarische Ausbildung. Beruflich unter anderem bei der Kontrollstelle Austria Bio Garantie, als stellvertretender Kabinettchef im Landwirtschaftsressort, als Marktpolitik-Referent und Leiter der Abteilung ländliche Entwicklung, Bildung und Beratung, Landjugend und Bäuerinnen in der Landwirtschaftskammer Österreich tätig, leitet er seit Mai 2018 die Sektion Landwirtschaft und ländliche Entwicklung im **Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus**.

Über Andreas Haider

Andreas Haider ist seit elf Jahren Geschäftsführer bei **Unimarkt** und seit 2021 Eigentümer der Unimarkt-Gruppe. Der gebürtige Freistädter startete seine Karriere als Verkaufs- und Betriebsberater für Nah & Frisch. Er war maßgeblich am Aufbau des Unimarkt-Franchisesystems mit aktuell 71 Partnern beteiligt. Seit 2013 ist Haider zudem Präsident des Österreichischen Franchiseverbandes.

Über Walter H. Lukner

Walter H. Lukner ist seit 2009 bei **Payback** und verantwortete zunächst das Management des bestehenden Classic Partnerportfolios mit Unternehmen wie Aral, Apollo Optik, DM Drogerie Markt, Galeria Kaufhof, Real, REWE und WMF. Lukner verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen Marketing und Kundenbindung und war vor seiner Tätigkeit bei Payback 20 Jahre lang in der Mineralölbranche tätig. Dort hatte er unter anderem bei BP/ Aral die Position des European Loyalty and Cards Strategy Managers inne und entwickelte die gesamteuropäische Strategie im Bereich Loyalty, Card Issuance and Card Acceptance für das Unternehmen.

Über Michaela Reitterer

Michaela Reitterer verantwortet seit 2002 die Leitung des **Boutiquehotels Stadthalle Wien**. Zudem ist sie seit 2013 Präsidentin der **Österreichischen Hotelvereinigung**. In der Vergangenheit führte Reitterer das eigene Reisebüro Kuoni Hipperroither in Wien. Zuvor war sie als Assistenz der Geschäftsführung im Vienna Catering Service Wien tätig. 2001 erwarb sie den elterlichen Betrieb, das Hotel Zur Stadthalle und strukturierte es in das Boutiquehotel Stadthalle um. 2009 eröffnete Reitterer schließlich den Anbau des Gebäudes, das weltweit erste Stadthotel mit Null-Energie-Bilanz. Für ihre Arbeit und ihr Engagement für nachhaltiges Wirtschaften wurde sie mit mehreren Preisen ausgezeichnet, so zum Beispiel mit dem Sterne-Award der WKO in der Kategorie „Nachhaltigkeit“ (2011), als Hotelière des Jahres 2010, dem Österreichischen

Klimaschutzpreis (2010), dem Umweltpreis der Stadt Wien (2009), dem Österreichischen Staatspreis für Tourismus (2009) sowie zum sechsten Mal in Folge mit dem Österreichischen Umweltzeichen. Als erstes Hotel in Wien erhielt das Boutiquehotel Stadthalle Wien schon zum dritten Mal das Europäische Umweltzeichen. 2016 stellte sie das Hotel auf 100 Prozent Bio um und ist Wiens erstes und einziges Biohotel.

Über Georg Strasser

Georg Strasser kombiniert als Country Manager Austria von **Too Good To Go** die Bereiche Lebensmittel und Nachhaltigkeit. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre erweiterte er mit dem Master-Programm Sustainable Development im schwedischen Uppsala. Als Corporate Responsibility Manager bei einem österreichischen Lebensmitteleinzelhändler baute er Partnerschaften mit lokalen NGOs aus dem Umwelt- und Sozialbereich auf und widmete sich der Frage, wie Unternehmen verantwortungsvoll mit Lebensmitteln umgehen können. Eine Antwort auf diese Frage sah Strasser in **Too Good To Go**, der App gegen Lebensmittelverschwendung, die er im August 2019 nach Österreich brachte. Heute leitet er als Country Manager ein Team von 40 Mitarbeitern. Gemeinsam mit über 2.200 Partnerbetrieben und mehr als 750.000 Österreichern sowie im Austausch mit Politik und Meinungsträgern können dabei täglich mehr Lebensmittel vor der Verschwendung gerettet werden.

Über Misheel Ariun

Misheel Ariun ist Head of Social Media der Kommunikationsagentur **JMC**. Schon in ihren Funktionen als Schüler- und Studentenvertreterin waren die Zukunftsthemen Nachhaltigkeit und Regionalität von wesentlicher Bedeutung für ihre Arbeit. Als Digital Native begann ihr beruflicher Werdegang im Social-Media-Bereich bei Miss Media.

Über Moving Forward

Die Zukunfts- und Technologieplattform Moving Forward steht für inhaltlichen, innovativen und zukunftsweisenden Know-how-

Transfer am Schnittpunkt von digitaler und realer Kommunikation. Neben der Diskussion und Reflexion von brandaktuellen Themen dient Moving Forward auch als nationale und internationale Informations- und Vernetzungsplattform für Wirtschaft, Wissenschaft und Medien sowie die Zivilgesellschaft. Weitere Informationen auf moving-forward.com

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at

(Schluss)