



## **BESCHLUSSVORLAGE**

---

**Abt. 1**

**Tagesordnungspunkt: 6**

**Regionalmarketing;  
Regionale Vermarktung**

**Anlage(n):**

Alois-Schieß-Platz 2  
85435 Erding

Ansprechpartner/in:  
Nadia Fusarri

Tel. 08122/58-1020  
nadia.fusarri@lra-ed.de

Erding, 25.09.2019  
Az.:

**Kreistag am 14.10.2019**

öffentliche Sitzung

**Vorlagebericht:** siehe Rückseite

**Anmerkungen zu den finanziellen Auswirkungen:**

**Beschlussvorschlag:**

Die Verwaltung wird beauftragt, die nötigen Schritte für die Einführung und Etablierung einer regionalen Marke und ihrer Vermarktung zu beschreiten.



**LANDKREIS**  
**ERDING**

## **Vorlagebericht:**

Mit Beschluss des Ausschusses für Struktur, Verkehr und Umwelt vom 18.09. wurde einstimmig die Empfehlung an den Kreistag ausgesprochen, die Verwaltung zu beauftragen, die nötigen Schritte für die Einführung einer regionalen Marke und ihrer Vermarktung zu beschreiten.

Regionale Produkte stehen im Fokus mehrerer Zielgruppen, denn es gilt die Devise: „Regional ist das neue Bio“.

Auf verschiedensten Ebenen interessiert man sich dafür: vom einzelnen Erzeuger und Verbraucher über Gastronomie, Handel und Industrie, Verbände und Institutionen.

Mit Regionalität wird dabei verbunden:

- Produkte aus der Region
- Kurze Transportwege
- Unterstützung ansässiger Landwirte/Wirtschaft
- Umweltschonung/Reduzierung CO2 durch kurze Transportwege
- Produkte vom Bauern nebenan
- Frische Ware
- Saisonale Lebensmittel
- Nachhaltigkeit
- Vertrautheit
- Tradition
- Genuss
- Persönlicher Kontakt

Regionalität hat trotz seiner Beliebtheit keine mediale Heimat. Zum einen wird Regionalität oft unterschiedlich interpretiert, zum anderen gibt es kaum einen Wiedererkennungseffekt (z.B. Regional Rewe, Unser Land).

Mit einer geeigneten Plattform (z.B. Verein) können alle Interessierte teilnehmen (Erzeuger, Verbraucher, Gemeinden, Märkte und Städte). Daneben muss eine Vermarktungsstruktur aufgesetzt werden, um den Vertrieb der Produkte und das Marketing der Marke zu gewährleisten.