

14.09.2010

Fraunhofer Institut untersucht bessere Kommunikation für regionale Produkte

Die Forscher des Zentrums für Intelligente Objekte der Fraunhofer SCS, haben sich gemeinsam mit der Franken-Gemüse Knoblauchland eG dem Regionalitäts-Thema „Franken-Tomate“ angenommen. Regionalität ist Trend und Trumpf im deutschen Einzelhandel.

Die großen Handelsketten machen immer mehr Regalfläche für Produkte aus der Region für die Region frei. Das Problem ist nur: Kein Konsument sieht es der Tomate an, ob sie aus Franken oder aus dem benachbarten Ausland stammt. Ein Kommunikationsproblem. Die Wissenschaftler analysieren derzeit den kompletten Distributionsprozess vom Gewächshaus bis ins Supermarktregal mit speziellem Fokus auf bereits genutzte und noch brachliegende Kommunikationspotenziale. Flankiert wird das Projekt von einer Kurzstudie, die erhebt, welche Produktvorteile die „Franken-Tomate“ als Regionalprodukt auszeichnet. Ab 22. September werden in einem Pilotprojekt mit den Rewe-Filialen in Herzogenaurach und Schwabach die Projektergebnisse bekannt gegeben.

http://www.fruchthandel.de/fh_newsnet/news_anzeigen/news_anzeigen.html?news_id=16510&pid=120

Copyright © Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH 2010. All rights reserved.