

<http://www.logistik-express.com/artikel/1/5978/regionalitaet-ist-trumpf-wenn-sie-kommuniziert-wird/>

Druckversion / Zur Bildschirmversion

I Presseservice - Pressemeldung

Regionalität ist Trumpf – wenn sie kommuniziert wird

Die Forscher des Zentrums für Intelligente Objekte der Fraunhofer SCS, haben sich gemeinsam mit der Franken-Gemüse Knoblauchland eG des Problems für die „Franken-Tomate“ angenommen haben. Gefördert wird das Projekt vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologien im Rahmen des Programms „Innovationsgutscheine für kleine Unternehmen / Handwerksbetriebe“ im Freistaat Bayern.

Regionalität ist seit neuestem 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 leidiges Kommunikationsproblem. Ein zweites Problem ist die an sich rationale Annahme des Einzelhandels, dass mit regionalen Produkten höhere Preise erzielt werden können. Das ist durchaus realistisch – wenn und falls der Kunde erkennen kann, wofür er den höheren Preise bezahlt. Doch genau das kann er derzeit nicht. Da Tomaten nicht für sich sprechen können, muss es jemand anders tun.

Wie bringen die Forscher der Tomate das Sprechen bei?

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 und wie diese zum Kunden im Einzelhandel kommuniziert werden können. Ab 22. September werden in einem Pilotprojekt mit den REWE-Filialen in Herzogenaurach und Schwabach die Projektergebnisse in Form eines handlichen Kundenflyers die Dolmetscherfunktion der „Franken-Tomate“ übernehmen und erstmalig die Frische der heimischen Tomaten und die vielen weiteren Vorteile der Regionalität den Kunden nahe bringen.

Quelle: [Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS](#)

Weitere Informationen

Eingestellt von: Markus Jaklitsch (MJ) am 15.09.2010

Ausdrucken

Fenster schließen