Badische Zeitung

Zusammenschluss

So werben regionale Produzenten aus dem Kreis Lörrach für ihre Produkte

Von Kathrin Ganter
Mi, 14. November 2018 um 08:00 Uhr
Utzenfeld

Der "Badische Einkaufskorb" hat sein Marketing überarbeitet: Acht Lebensmittelproduzenten aus dem Kreis Lörrach machen Werbung für ihre Produkte.

Menschen, die hinter Produkten stehen: die Geschäftsführer der Unternehmen, die den „Badischen Einkaufskorb füllen. Foto: BEK/Weisheitinger

Acht Lebensmittelproduzenten wollen in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsregion Südwest mit dem "Badischen Einkaufskorb" für ihre regionalen Produkte werben. Diesen Zusammenschluss gibt es zwar schon seit 2006, nun haben die Mitglieder aber weitere

Strategien erarbeitet, mit denen sie den Korb, beziehungsweise seine Füllung, wieder stärker ins Gespräch bringen wollen, wie sie in einer Pressekonferenz bekannt gaben.

Unternehmergeführte Betriebe

Die acht Unternehmen, die zum "Badischen Einkaufskorb" (BEK) gehören, sind mit Ausnahme des Staatsweinguts Freiburg unternehmergeführte Betriebe. Unternehmen also, hinter denen keine großen Konzerne, sondern Menschen stehen. Und diese Menschen, sprich die Geschäftsführer, sollen nun sichtbarer werden. Professionell in Szene gesetzt präsentieren sie sich nun auf dem neuen, ersten gemeinsamen Flyer. "Ein solches Werbemedium hat bislang gefehlt", sagt Gudrun Gempp, Netzwerkkoordinatorin bei der Wirtschaftsregion Südwest (WSW). Der Internetauftritt wurde überarbeitet, ein Erklärvideo produziert, der Facebook-Kanal soll künftig stärker bespielt werden. Neben den Messeauftritten bei der Regio-Messe in Lörrach und der Plaza Culinaria in Freiburg will sich der BEK künftig auch mit einem Stand in Supermärkten auf sich aufmerksam machen. Und auch die Betriebsbesichtigungen in Kooperation mit der Badischen Zeitung sollen fortgesetzt werden.

Arbeitsplätze schaffen

Initiator der Neuerungen war Alexander Maas. Als er 2014 die Geschäftsführung der WSW übernahm, schaute er sich alle betreuten Netzwerke genau an. 2015 gab es einen Strategieworkshop des BEK, bei dem man sich Gedanken gemacht habe, wie man die Konsumenten für regionale Produkte sensibilisieren könne. Durch den Kauf regionaler Produkte würden Unternehmen unterstützt, die ihrerseits wieder in der Region investieren, Arbeitsplätze schaffen und sichern, sagt Thomas Faller, Geschäftsführer von Faller Konfitüren in Utzenfeld. Als Zielgruppe wolle man die Menschen in ganz Baden ansprechen, erklärt er. Gezielt in der Schweiz werben wolle man nicht, sagt er. Aber natürlich profitiere auch der "Badische Einkaufskorb" sehr stark vom Einkaufstourismus im Einzelhandel.

Ein Erklärfilm, ein Flyer und Supermarktpromo sind keine Großoffensive: "Für die Unternehmen ist das ein Marketingbaustein", sagt Thomas Sattler von Lieler Schlossbrunnen. Die Erwartungshaltung an den "Badischen Einkaufkorb" dürfe daher nicht zu groß sein. Der BEK diene, fügt Thomas Faller hinzu, mehr zur Image-, denn zur Umsatzsteigerung. So haben sich aus der Initiative, die 2006 gestartet wurde, wieder einige verabschiedet – sei es aus Zeitmangel, aus anderen Vorstellungen oder Erwartungen. Die acht, die nun dabei sind, scheinen sich als Team gut gefunden zu haben.

Langlebiges Engagement erwünscht

Dass sich weitere Produzenten anschließen, sei möglich. Der Erklärfilm jedenfalls ist so

gestaltet, dass Firmen zugefügt werden könnten. Sie sollten sich aber im Sortiment nicht mit den bestehenden decken. "Es gab auch Anfragen von Direktvermarktern, aber mit dieser Initiative sollen die Produktionsbetriebe angesprochen werden", erklärt Alexander Maas. Man wolle aber keine Papiertiger haben, sagt Thomas Sattler, sondern Leute, die Mitarbeiten. "Wir wünschen uns ein langlebiges Engagement", fasst es Michael Keller, Geschäftsführer von CMF-Produkte Keller, zusammen. Es seien viele Ideen da aber die seien eben nicht alle in einigen Monaten umsetzbar. So könnte der Erklärfilm beispielsweise auch als Kino-Werbespot laufen, laut Gudrun Gemmp ist man derzeit in Verhandlungen wegen der Sprecherhonorare. Bereits jetzt ist er jederzeit im Internet abrufbar.

Mehr Informationen unter: www.badischer-einkaufskorb.de

Der Badische Einkaufskorb
Zum Badischen Einkaufskorb haben sich folgende Unternehmen zusammengeschlossen: Alfred Faller Konfitüren (Utzenfeld), Goufrais, CMF Produkte Keller (Weil am Rhein), Jacoby GmbH (Auggen) Lieler Schlossbrunnen Sattler GmbH & Co. KG (Schliengen-Liel), Metzgerei Dosenbach (Bad Bellingen-Rheinweiler), Privatbrauerei Lasser GmbH & Co. KG (Lörrach), Staatsweingut Freiburg und Swiss Gourmet Waßmer GmbH (Lörrach). Das Projekt ist eine Initiative der Wirtschaftsregion Südwest.

Ressort: Utzenfeld

Zum Artikel aus der gedruckten BZ vom Mi, 14. November 2018:

» Zeitungsartikel im Zeitungslayout: PDF-Version herunterladen

» Webversion dieses Zeitungsartikels: Professionell in Szene gesetzt

Kommentare

Bitte legen Sie zunächst ein Kommentarprofil an, um Artikel auf BZ-Online kommentieren zu können.

Jetzt Profil anlegen