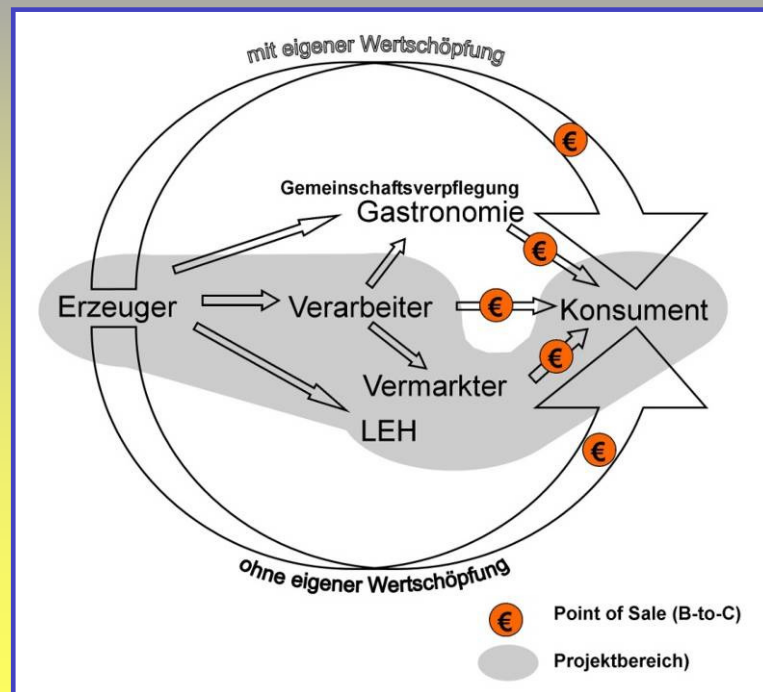


Frisch, Fair und Regio – die Erzeugerinitiative „Lausitz schmeckt“

Świeżo, fair i regionalnie –

Inicjatywa producentów „Łużyce smakuja”
Praxisseminar



Vermarktung regionaler und ökologischer Lebensmittel Sprzedaż produktów regionalnych i ekologicznych



6. - 7. September 2011

6-7 września 2011

„Bio im Bahnhof“ Görlitz



Historische Ausdehnung der Lausitz

Historyczne rozszerzenie się Łużyc

LUSATIAE

Zwischen 1715 und 1724
W latach 1715-1724



Niederlausitz Dolne Łużycy

- Niederschlesische Heide (Bory Dolnośląskie)
- Fluss Bober (Rzeka Bóbr) an Eintrittsstelle in Oder w miejscu wpływania do Odry
- Lübben als Verwaltungszentrum des Markgraftums Lübben jako centrum administracyjne

Oberlausitz Górne Łużycy

- Fluss Queiss (PL) bis Mündung in Bober Rzeka Kwisa (PL) do ujścia do Bobru
- Bautzen als Verwaltungszentrum und Hauptort des Sechsstädtebundes Bautzen jako centrum administracyjne i centrum Związku Sześciu Miast

Anzahl Ortschaften Liczba miejscowości

225 insgesamt, w sumie 225

43 Niederschlesien, Dolny Śląsk 43

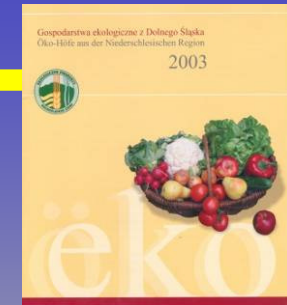
55 Brandenburg, Brandenburgia 55

125 Sachsen, Saksonia 125

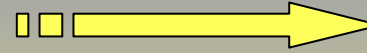
Quelle: wikipedia



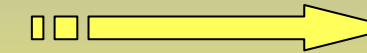
Ökogruppe der Landwirte „Pogranicze“
Grupa rolników ekologicznych „Pogranicze”
SN/PL-Projekt 2002/2003



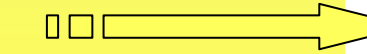
SN/CZ – Projekt „Rückkehr der hochstämmigen
Obstbäume in die Landschaft und deren Nutzung“
2005/2006 Projekt „Przywrócenie w krajobrazie wysokopiennych
drzew owocowych i ich wykorzystanie”
SN/PL/CZ AG „Obstgehölze“ „Drzewa i krzewy owocowe”



Seit 2008
Workshopreihe „Stärkung regionaler Kreisläufe in der Region
Sachsen-Niederschlesien-Nordböhmen“
„Wzmocnienie regionalnego obiegu w regionie Saksonia – Dolny Śląsk –
Czechy Północne”



Zusammenarbeit mit DODR: Jahrmarkt in Jelenia Góra,
SN/PL-Projekt „Ökologie ohne Grenzen“ seit 2010
Współpraca z DODR-em: Jarmark w Jeleniej Górze SN/PL –
Projekt „Ekologia bez granic” od 2010





„Das Projekt Ökologie ohne Grenzen wird von der Europäischen Union im Rahmen des Europäischen Regionalfonds und der staatlichen Haushaltsmittel mit der Unterstützung der Euroregion Neitze mitfinanziert“.

ANMELDEFORMULAR
für die Teilnahme am
**24. Jahrmarkt für gesunde Lebensmittel
und den ländlichen Tourismus**
am 11.09.2011 (Sonntag)
10-16 Uhr
auf dem Marktplatz in Jelenia Góra
(Niederschlesien/Polen)





Werbegemeinschaft „Die Lausitz schmeckt“ Wspólnota reklamowa „Łużyce smakuja”

Leitbild: Hasło:

**Regional, Saisonal
und voller Genuss!**

Regionalnie, sezonowo i z
przyjemnością!



Organisationsform:

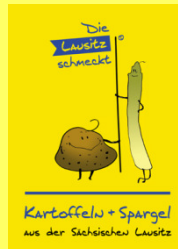
Forma organizacyjna:

- offenes Erzeuger- und Verarbeiternetzwerk
- Begleitung und Steuerung: Sächsisches Landeskuratorium Ländlicher Raum e.V.
Sieć producentów i przetwórców
- Towarzystwo i kierowanie: Saksońskie Kuratorium Obszarów Wiejskich

Gründung: Założenie:

- 2006
- hervorgegangen aus einer Initiative zur gemeinschaftlichen Vermarktung von Spargel und Kartoffeln

początkiem była inicjatywa wspólnej sprzedaży szparagów i ziemniaków



Wort-/Bildmarke:

Logo:

- Markenschutz beantragt 12/2010
Wniosek o ochronę marki 12/2010





Werbegemeinschaft „Die Lausitz schmeckt“ Wspólnota reklamowa „Łużyce smakuja”

Partner:

- ca. 40 Erzeuger und Verarbeiter aus der Lausitz
ok.40 producentów i przetwórców z Łużyc



Produkt- und Leistungsportfolio:

Portfolio produktu:

- Lebensmittel regionaler Ursprung **Produkty pochodzenia regionalnego**
- Aktions- und erlebnisorientiertes Produktmarketing **Marketing produktu –akcje, przeżycia**
- Verbund-Marktorganisation **Współpraca przy organizacji rynku**
- Kommissionsverkauf **Umowa komisu**
- Veranstaltungs-Catering (DLS-Buffer) **Catering podczas imprez (bufet)**
- DLS-Präsentkörbe – **kosze upominkowe**
- Auftragsarbeiten – **prace zlecone**
- Kombination mit touristischen Angeboten – **Kombinacja z ofertami turystycznymi**



Quelle: wikipedia





Werbegemeinschaft „Die Lausitz schmeckt“ Wspólnota reklamowa „Łużyce smakuja”

Region:

- Historische Lausitz (zwischen 1715 und 1724)
Łużyce historyczne (1715-1724)
- Niederlausitz und Oberlausitz
Dolne i Górne Łużyce
- Niederschlesien, Brandenburg, Sachsen
Dolny Śląsk, Brandenburgia, Saksonia



Produkte: Produkty:

Obst, Gemüse, Honig, Milchprodukte von Kuh und Ziege, Fleisch und Wurst, Säfte, Likör, Bier, Mehl und Backwaren, Leinöl, Rapsöl

Owoce, warzywa, miód, produkty z mleka krowiego i koziego, mięso i wędliny, soki, likier, piwo, mąka i produkty piekarnicze, olej lniany, olej rzepakowy





Werbegemeinschaft „Die Lausitz schmeckt“ Wspólnota reklamowa „Łużyce smakuja”

Ziele der Werbegemeinschaft:

Cele wspólnoty:

- Vermarktung von Spezialitäten und landwirtschaftlichen Produkten
Sprzedaż specjalów i produktów rolniczych
- Erhöhung der regionalen Wertschöpfung
Zwiększenie czerpania wartości regionalnych
- Imagearbeit für Betriebe und Region
Praca nad wizerunkiem gospodarstwa i regionu
- Kooperation und Innenmarketing für Produkte und deren Hersteller
Współpraca i marketing wewnętrzny dla produktów i ich producentów

Finanzierung:

Finansowanie:

- Spenden darowizny
- Direktfinanzierung
durch Partner finansowanie bezpośrednie
przez partnerów
- Projektmittel środki projektowe





Werbegemeinschaft „Die Lausitz schmeckt“ Wspólnota reklamowa „Łużyce smakuja”

Weitere Partner (ca. 70):

- Ernährungs- und Kräuterzentrum des CSB Sachsen e.V.
- Zusammenarbeit mit weiteren Erzeugern, Verarbeitern, Gastronomen, Veranstaltern und ideellen Partnern

Pozostali partnerzy (ok.70):

Centrum Odżywiania i Ziół CSB Saksonia
Współpraca z producentami , przetwórcami, gastronomią, organizatorami i pomysłowymi partnerami

Werbung:

Reklama:

- Werbekarten, Tragetaschen, Sticker, Roll-Up-Displays, Plakate, Probierfährnchen
Anzeigen, Textildruck
karty reklamowe, torby, naklejki, wyświetlacze, plakaty, małe flagi na wykałaczkach, ogłoszenia, nadruki na tekstyliach





Werbegemeinschaft „Die Lausitz schmeckt“ Wspólnota reklamowa „Łużyce smakują”

Einbindung in Netzwerke:

- Krabat e. V.
- Landurlaub in Sachsen e. V.
- Europe-Direct Ostsachsen mit Partnerbüros in Lubań und Liberec
- Slow Food Deutschland e. V. (Convivium Lausitz)
- Marketinggesellschaft Oberlausitz/Niederschlesien mbH
- pro agro e.V. Brandenburg

•Włączenie w sieci:

- Krabat
- Ulop na wsi w Saksonii
- Europe-Direct Saksonia Wschodnia z biurami partnerskimi w Lubaniu i Libercu
- Slow Food Niemcy (konwivium Łużyce)
- Towarzystwo Marketingowe Górne Łużyce/Dolny Śląsk sp.z o.o.
- Pro agro Brandenburgia



Interne Kooperationen:

Wspólpraca wewnętrzna:

- vier Gemeinschaftsläden
cztery wspólne sklepy
- Sortimentsergänzung bei mobilem Verkauf
uzupełnienie asortymentu przy sprzedaży mobilnej
- Messe-Gemeinschaftsstände
wspólne stoiska wystawiennicze na targach
- Marktteilnahmen
udział w rynku
- Gemeinschaftsanzeigen
wspólne ogłoszenia



Beteiligungen: udział w:

- Tag des offenen Hofes
- Dniu Otwartych Drzwi w Gospodarstwie
- Tag der Regionen
- Dniu Regionów
- Oberlausitzer Genussfestival
- Górnołużyckim Festiwalu Smaków
- Lausitzer Fischwochen
- Łużyckich Tygodniach Rybnych

Praxisbeispiel:

Kottener Käse in Lausitzer Leinöl...



...und zum Leinöl frischen Landquark!

Ser w łużyckim oleju Inianym...a do oleju Inianego świeży wiejski twarożek!

Vorteile für die Partner: Zalety dla partnerów:

1. Gemeinschaftliche Werbung für die Region
Wspólna reklama regionu
2. Vergemeinschaftung und Professionalisierung von Marketing
Powiązanie i profesjonalizacja marketingu
3. Abstimmung einer einheitlichen Strategie und höherer „Werbedruck“
Uzgodnienie jednolitej strategii i większej większy „nacisk na reklamę”
4. Direktkommunikation mit Kundschaft auf verschiedenen Ebenen
Bezpośrednia komunikacja z klientami na różnych poziomach
5. Einbindung in Netzwerke (grenzübergreifend, branchenintern, branchenfremd)
Włączenie w sieci (transgraniczne, branżowe, pozabranżowe)
6. Rabattierung bei Werbeschaltungen
Rabaty reklamowe
7. Erfahrungsaustausch und
Wymiana doświadczeń oraz
8. Sortimentsergänzungen
Uzupełnienie asortymentu



Werbegemeinschaft „Die Lausitz schmeckt“ Wspólnota reklamowa „Łużyce smakują”

Ausblick:

Perspektywy:

- Verstärkung des Innenmarketings /
Motivation zu mehr Engagement

Wzmocnienie marketingu wewnętrznego/motywacja do
większego zaangażowania

- Rahmenbedingungen für die Nutzung
der Wort-/Bildmarke

Ramowe warunki wykorzystania znaku towarowego

- Kooperation mit Vermarktungsinitiativen
angrenzender Regionen

Współpraca z inicjatywami sprzedaży w przygranicznych
regionach

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades

Zwiększenie stopnia rozpoznawalności

www.lausitz-schmeckt.de

