

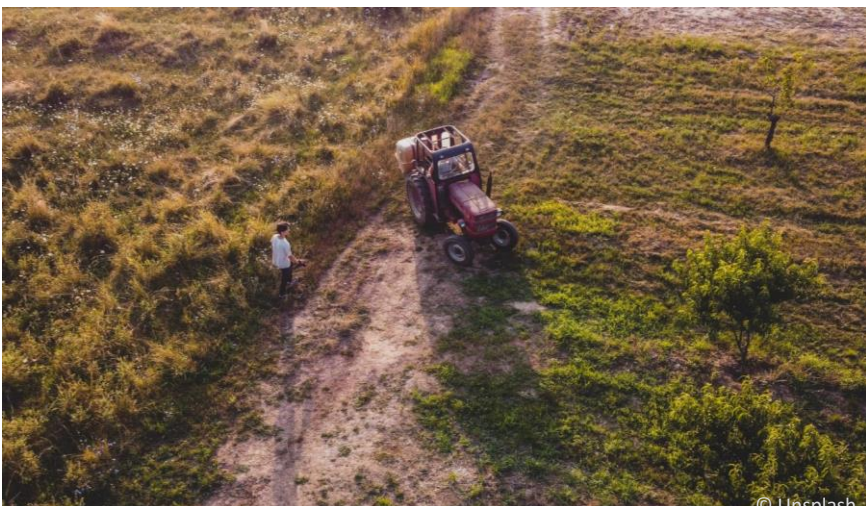
Oktober 2024



Initiative „Regionale Produkte“
Vernetzung von Gastronomie, Beherbergung,
Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugern im
Rhein-Lahn-Kreis sowie Vermarktung und Vertrieb

Auswertung Onlinebefragung

DAS LAHNTAL
abschalten und verlieben

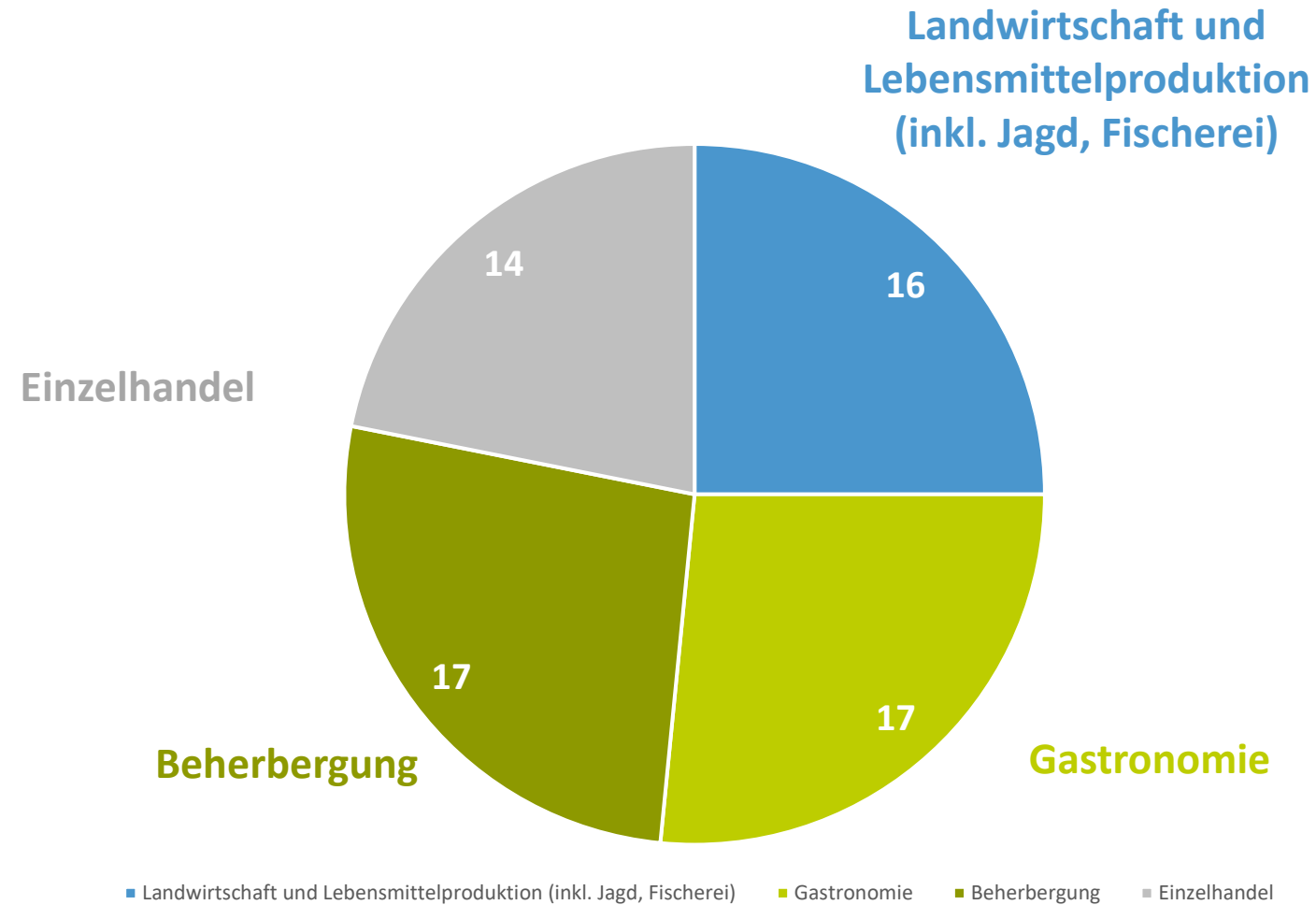


Ein Blick in die Ergebnisse

Online-Befragung der Akteur:innen

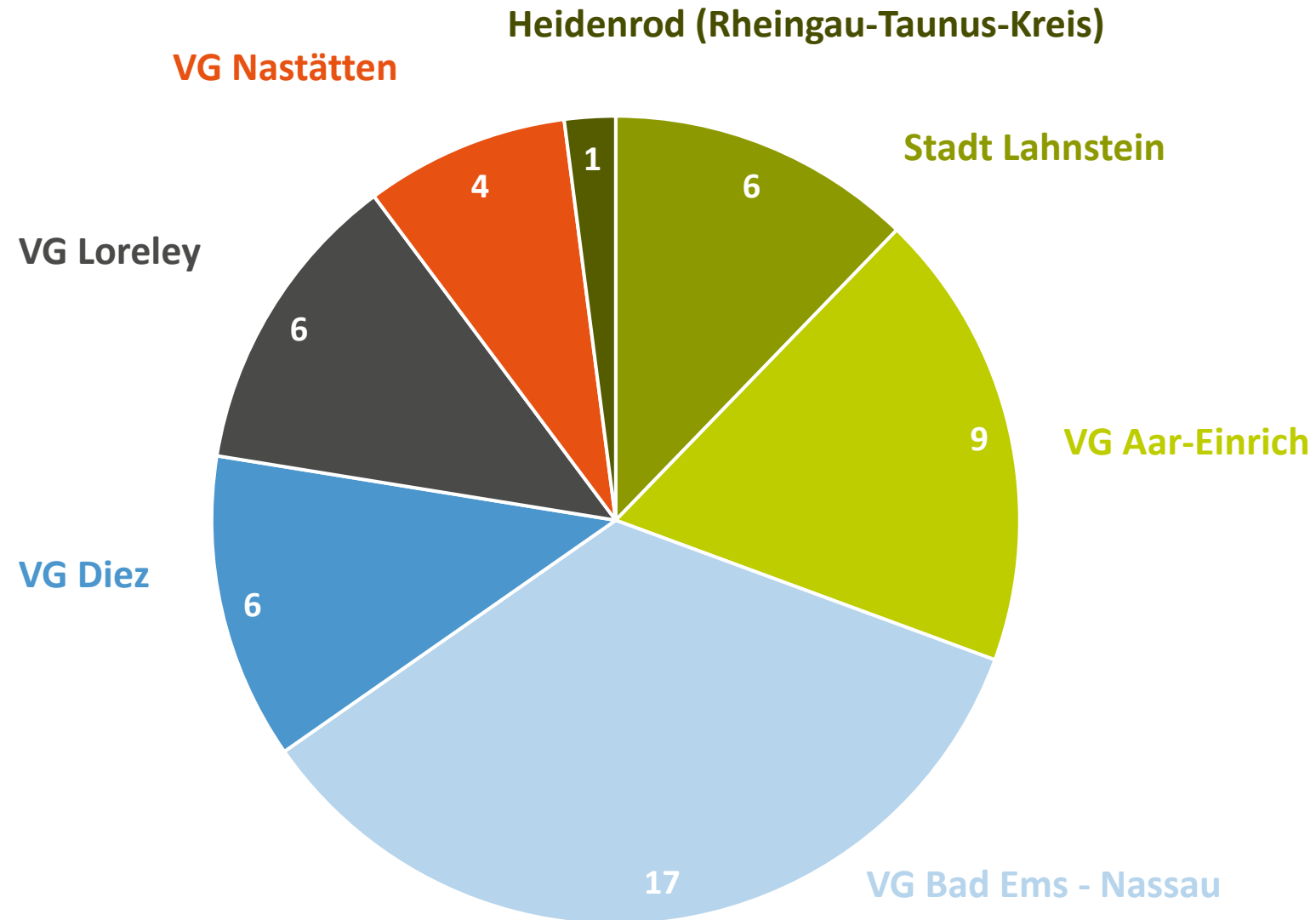
Methodik der Befragung

- **Befragungszeitraum:**
02.09.2024 – 11.10.2024
- **49 verwertbare Fragebögen**, davon 13 Betriebe, die mehreren Wirtschaftszweigen angehören
- **Einstiegsfragen zur Einstellung hinsichtlich Direktvermarktung und Regionaler Produkte**
- **Interesse an Vermarktung und Vernetzung**
- **Falls Interesse vorhanden: Abfrage von Betriebsinformationen**
- **Ergänzungsfragen Genussregale (freiwillig)**
- **Ergänzungsfragen Vernetzungsveranstaltungen (freiwillig)**



n= 49, aufgrund der Mehrfachnennungen/Zugehörigkeit verschiedener Branchenzweige insgesamt 64 Stimmen

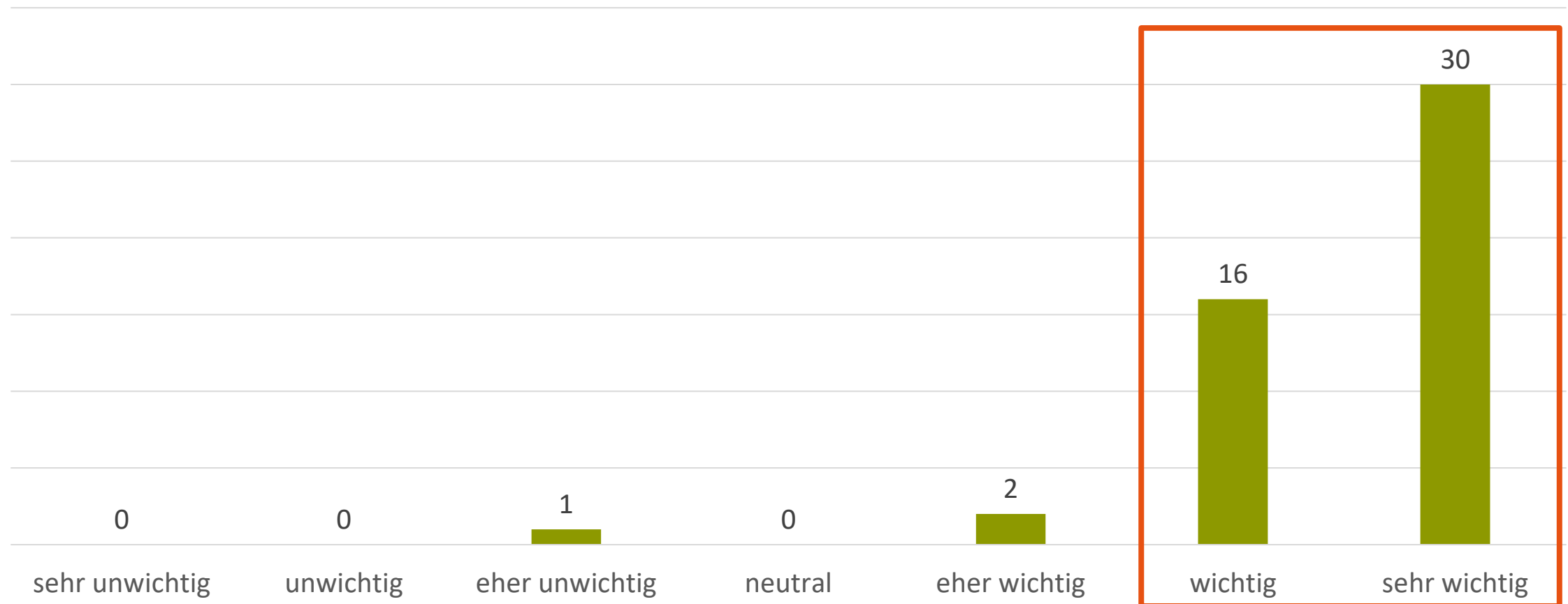
Verteilung der teilnehmenden Betriebsstätten im Rhein-Lahn-Kreis



**Wie ist die Sichtweise auf
Regionale Produkte
(im Tourismus)?**

Relevanz regionaler Produkte für Identität und touristische Erlebbarkeit

Wie wichtig finden Sie regionale Produkte für die Identität und touristische Erlebbarkeit des Rhein-Lahn-Kreises?



n= 49

Relevanz regionaler Produkte für Identität und touristische Erlebbarkeit

Stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

„Die **gebündelte Vermarktung** regionaler Produkte aus dem Rhein-Lahn-Kreis ist eine gute Maßnahme.“



„Die **Förderung von Austausch und Vernetzung** zwischen Erzeugern und der Tourismusbranche ist eine gute Maßnahme.“



„Eine **stärkere Präsenz und Sichtbarmachung** regionaler Produkte **stärkt die Identität und Verbundenheit** der **Einheimischen** mit ihrer Region.“



„Der Einsatz regionaler Produkte **steigert die Attraktivität** von Gastronomie und Beherbergungsbetrieben für Touristen.“



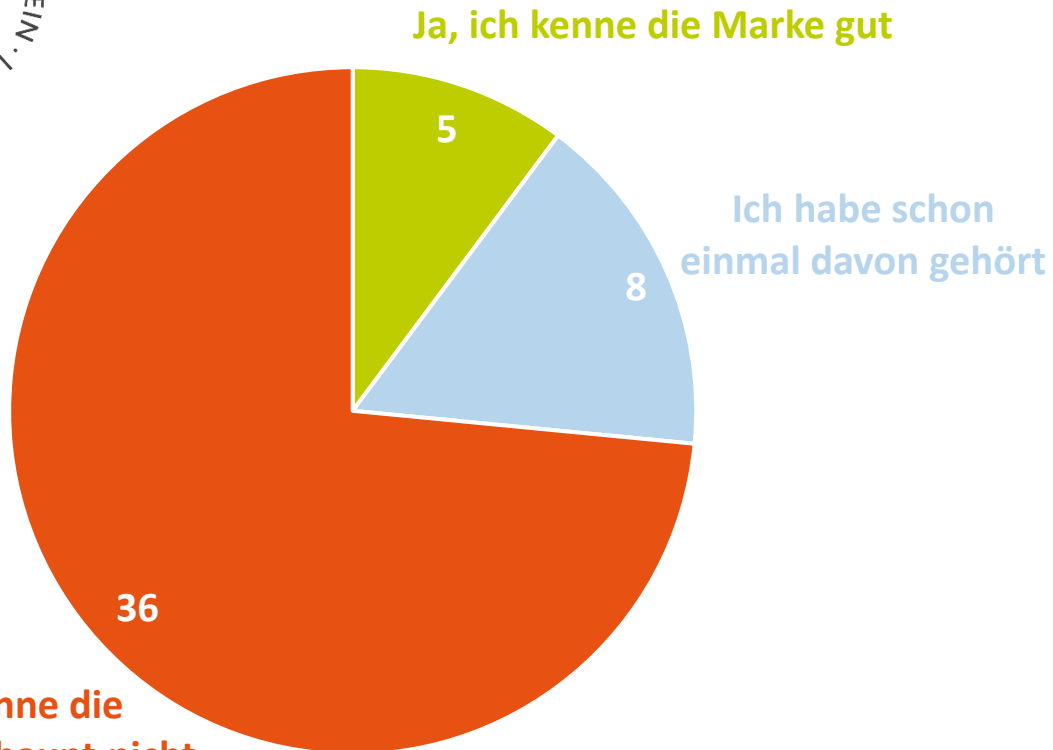
■ stimme gar nicht zu
 ■ stimme eher nicht zu
 ■ unentschieden
 ■ stimme eher zu
 ■ stimme voll zu

n=49

Wie ist der Wissensstand zu Produkten, Anbietern, Netzwerken etc. und welche Erfahrungen bestehen?

Bekanntheit bestehender Regionalmarken/Direktvermarkter

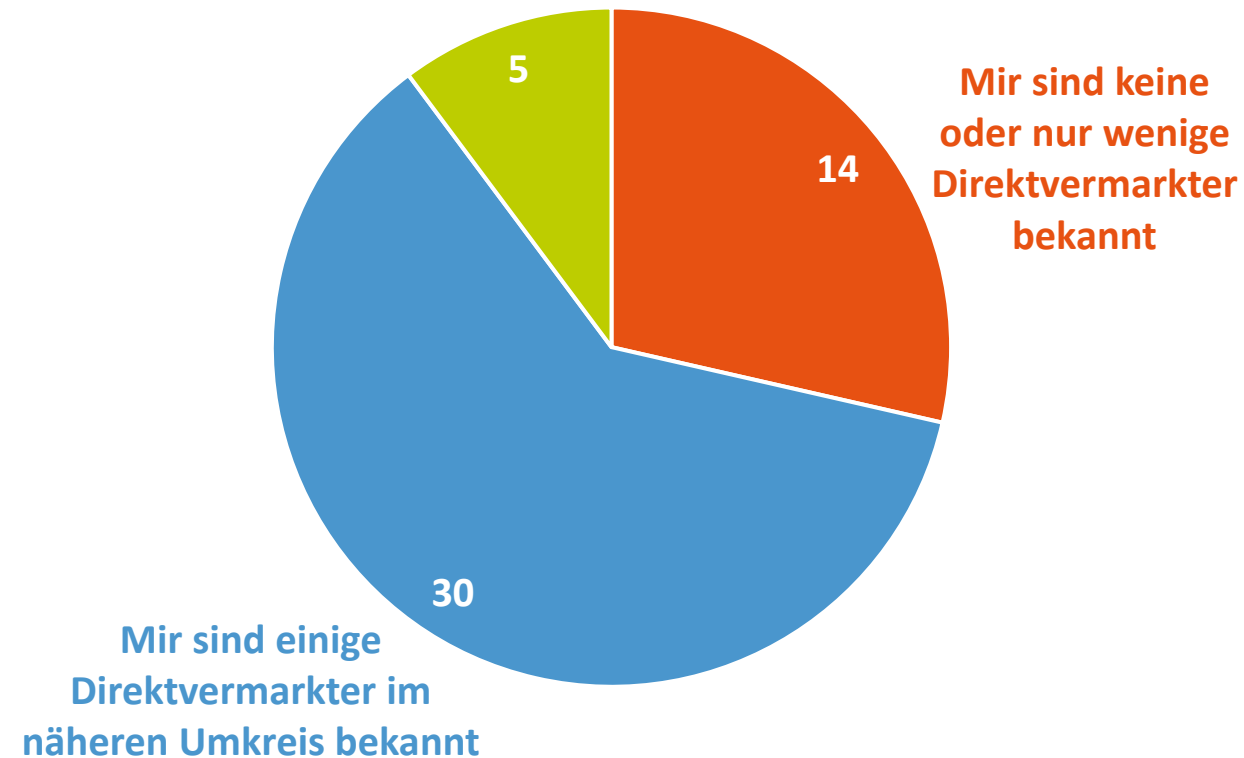
Ist Ihnen die Regionalmarke 'Lokal & Lecker Rhein - Lahn - Limes' bekannt?



n=49

Sind Ihnen die Direktvermarkter aus Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion im Rhein-Lahn-Kreis bekannt?

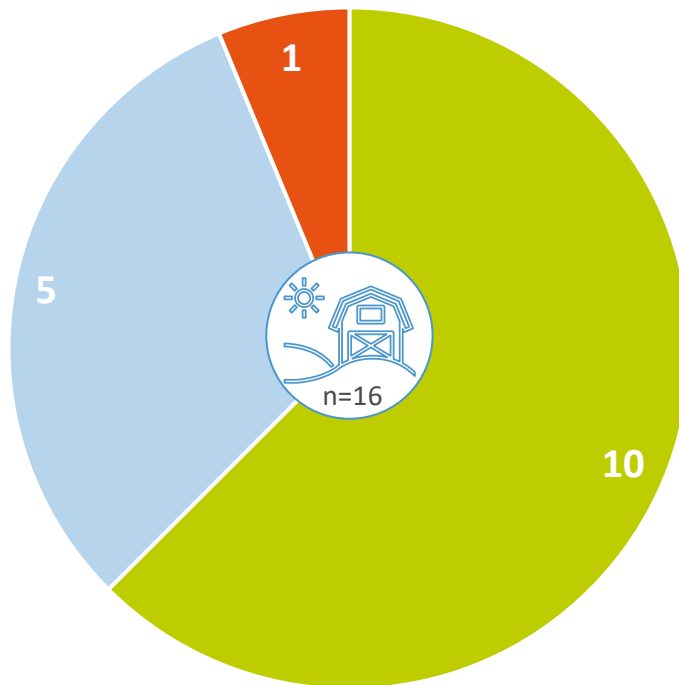
Mir sind viele Direktvermarkter im Rhein-Lahn-Kreis bekannt



Bestehende Kooperationen

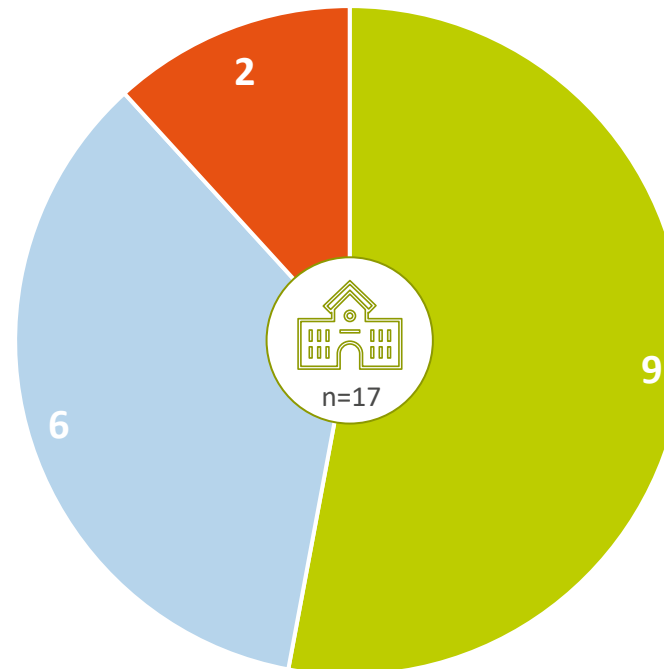
Landwirtschaft/ Lebensmittelerzeuger:

Kooperieren Sie bereits mit Gastronomie-, Beherbergungs- oder Einzelhandelsbetrieben im Rhein-Lahn-Kreis (z. B. Belieferung mit regionalen Produkten, gemeinsame Angebote, Projekte...)?



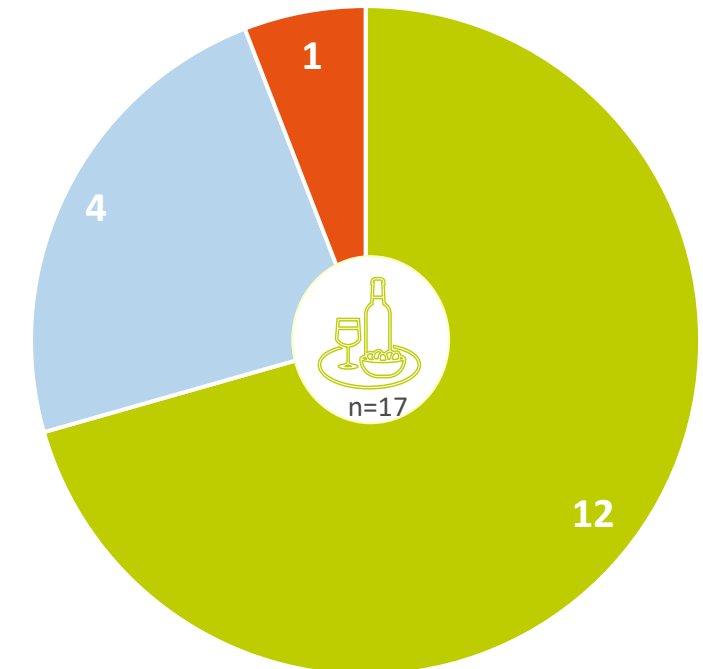
Beherbergungsbetriebe:

Bieten Sie in Ihrer Unterkunft bereits regionale Produkte bzw. Zutaten aus dem Rhein-Lahn-Kreis an?



Gastronomiebetriebe:

Bieten Sie in Ihrem Gastronomiebetrieb bereits regionale Produkte bzw. Zutaten aus dem Rhein-Lahn-Kreis an?



■ Ja
 ■ Nein, aber ich hätte Interesse daran.
 ■ Nein, und ich habe kein Interesse daran.

Allgemeines Interesse an einer stärkeren regionalen Vernetzung

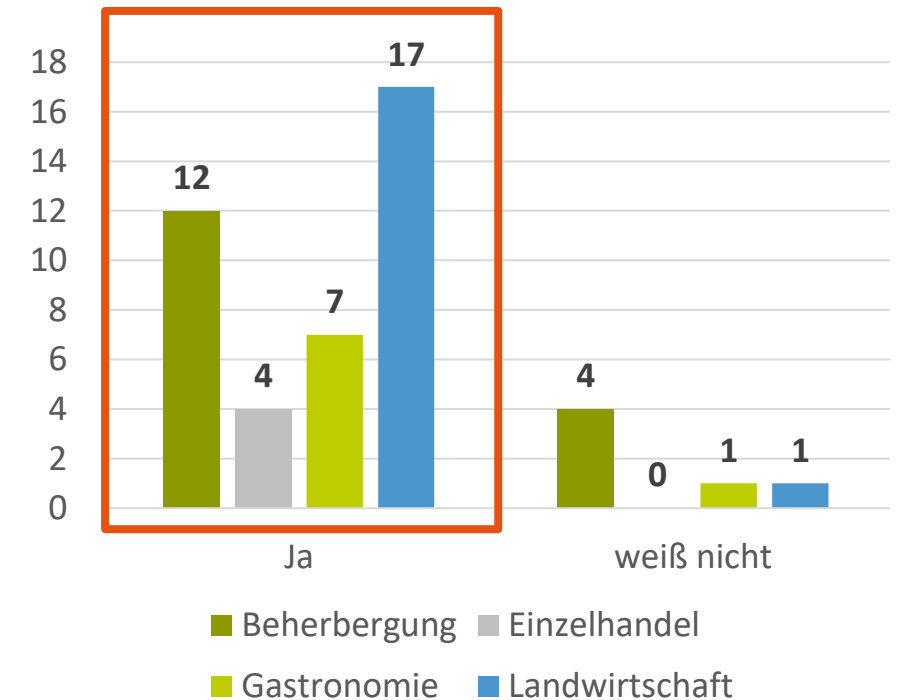
Haben Sie Interesse an einer stärkeren regionalen Vernetzung zwischen landwirtschaftlichen Erzeugern/Lebensmittelproduzenten und Gastronomie/Beherbergung bzw. Einzelhandel?

Ja
81,6% (40)

Nein
4,1% (2)

weiß nicht
14,3% (7)

Differenziert nach Wirtschaftszweigen



n=49

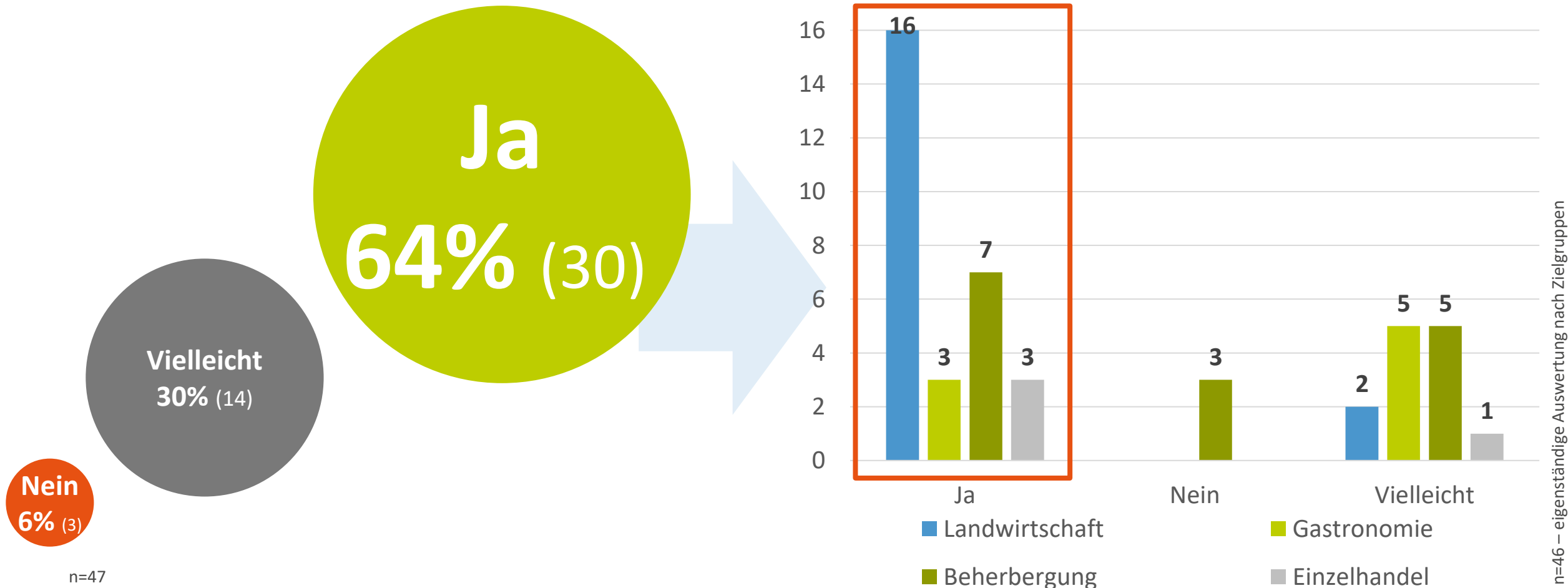
n=46 – eigenständige Auswertung nach Zielgruppen

Wie ist das Interesse an den konkreten B2B-Maßnahmen des LTVs?

Allgemeines Interesse an vorgeschlagenen Vermarktungsinitiativen

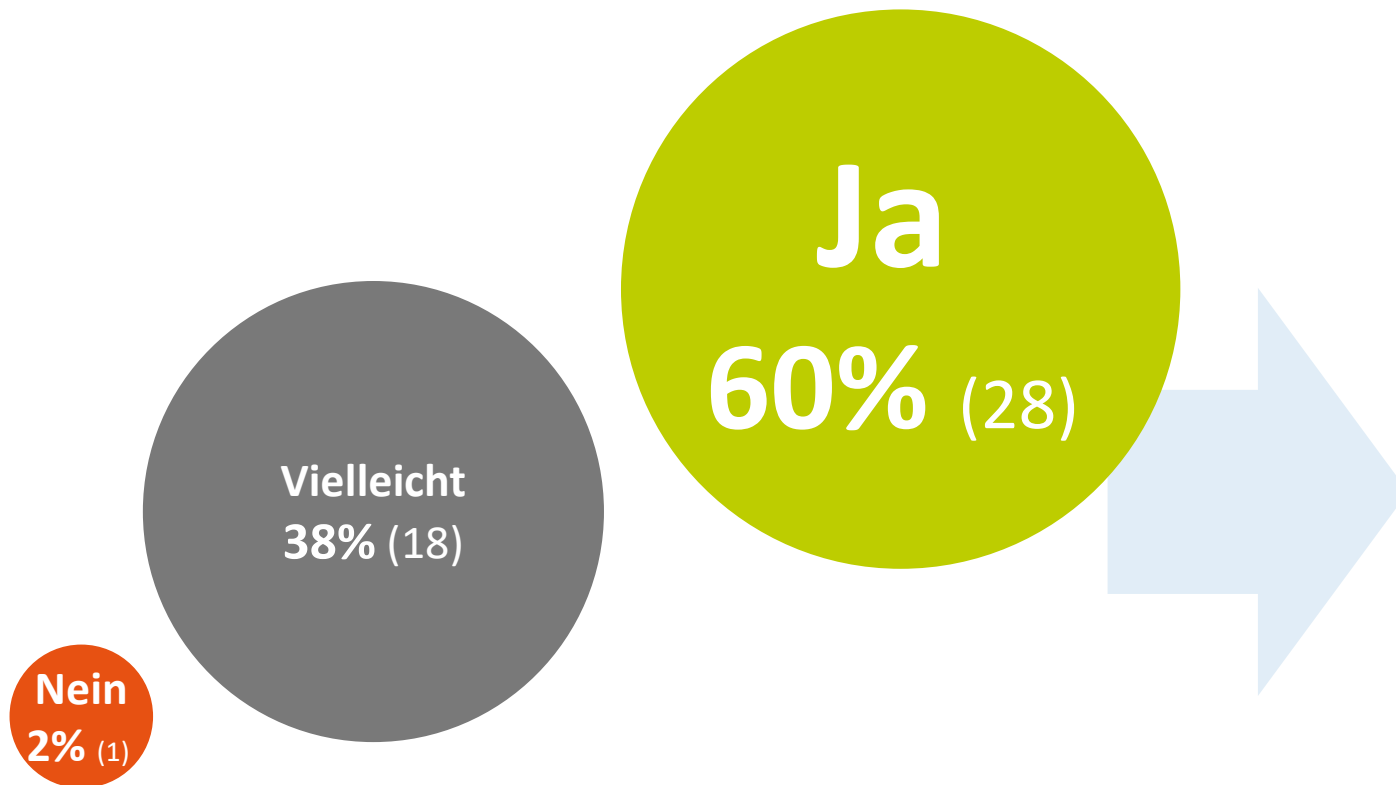
Vermarktungsinitiative 1: Sind Sie daran interessiert, Ihren Betrieb bzw. Ihre regionalen Produkte auf der Homepage des Lahntal Tourismus Verbands listen zu lassen?

Differenziert nach Wirtschaftszweigen



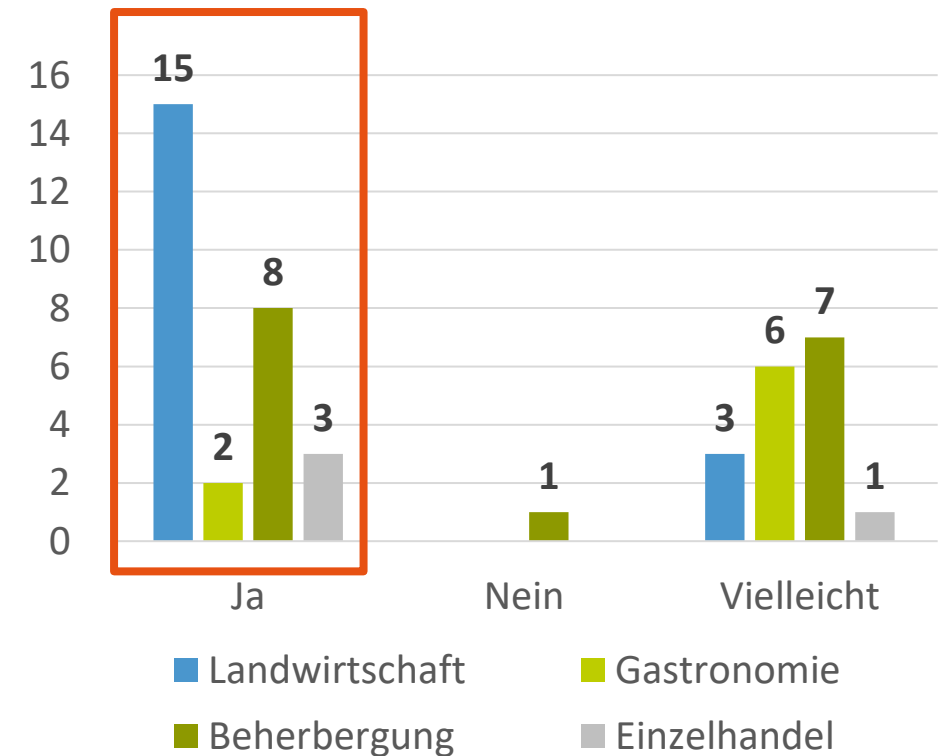
Allgemeines Interesse an vorgeschlagenen Vermarktungsinitiativen

Vermarktungsinitiative 2: Sind Sie daran interessiert, Ihren Betrieb in die Partnerbroschüre eintragen zu lassen?



n=47

Differenziert nach Wirtschaftszweigen

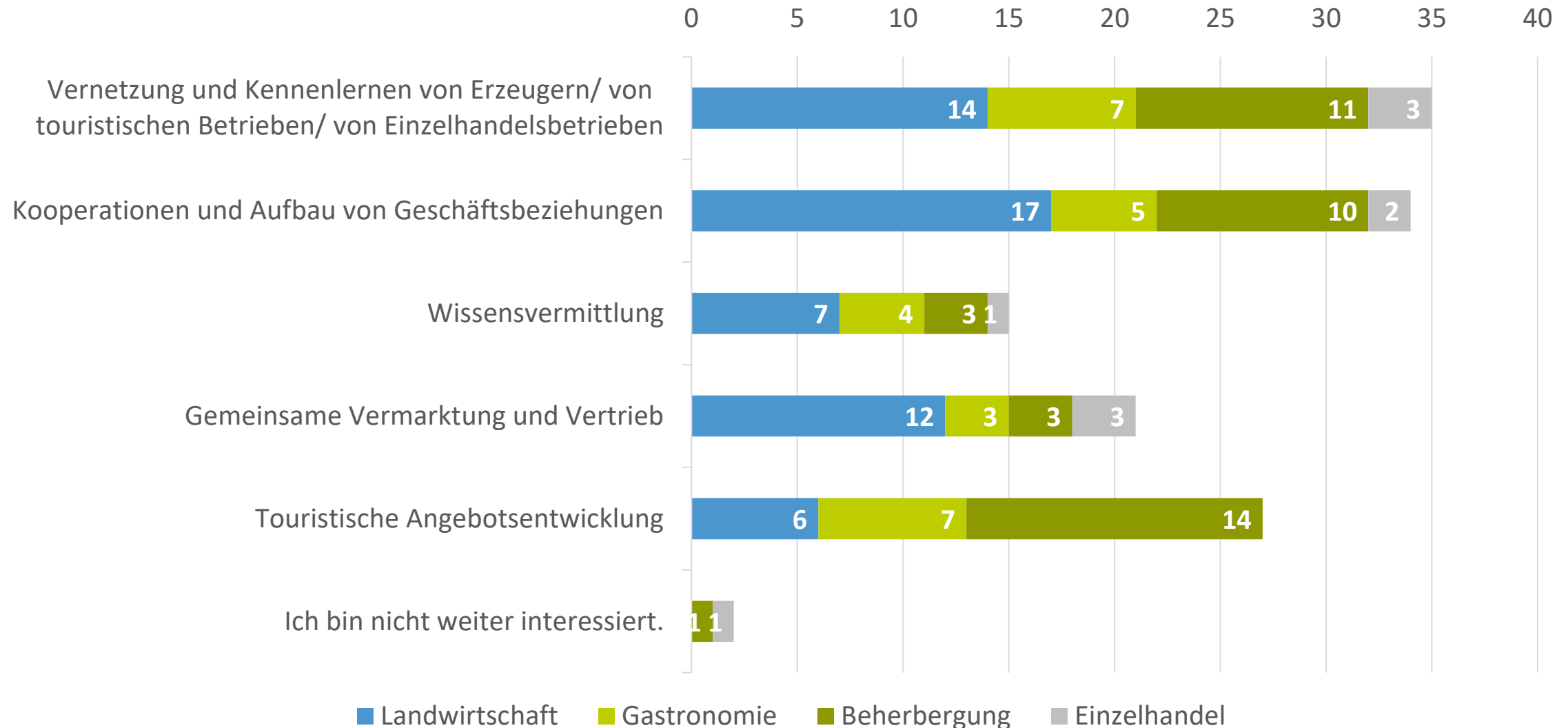


n=46 – eigenständige Auswertung nach Zielgruppen

**Wie ist das Interesse an weiteren
Formaten zur Vermarktung und
Vernetzung?**

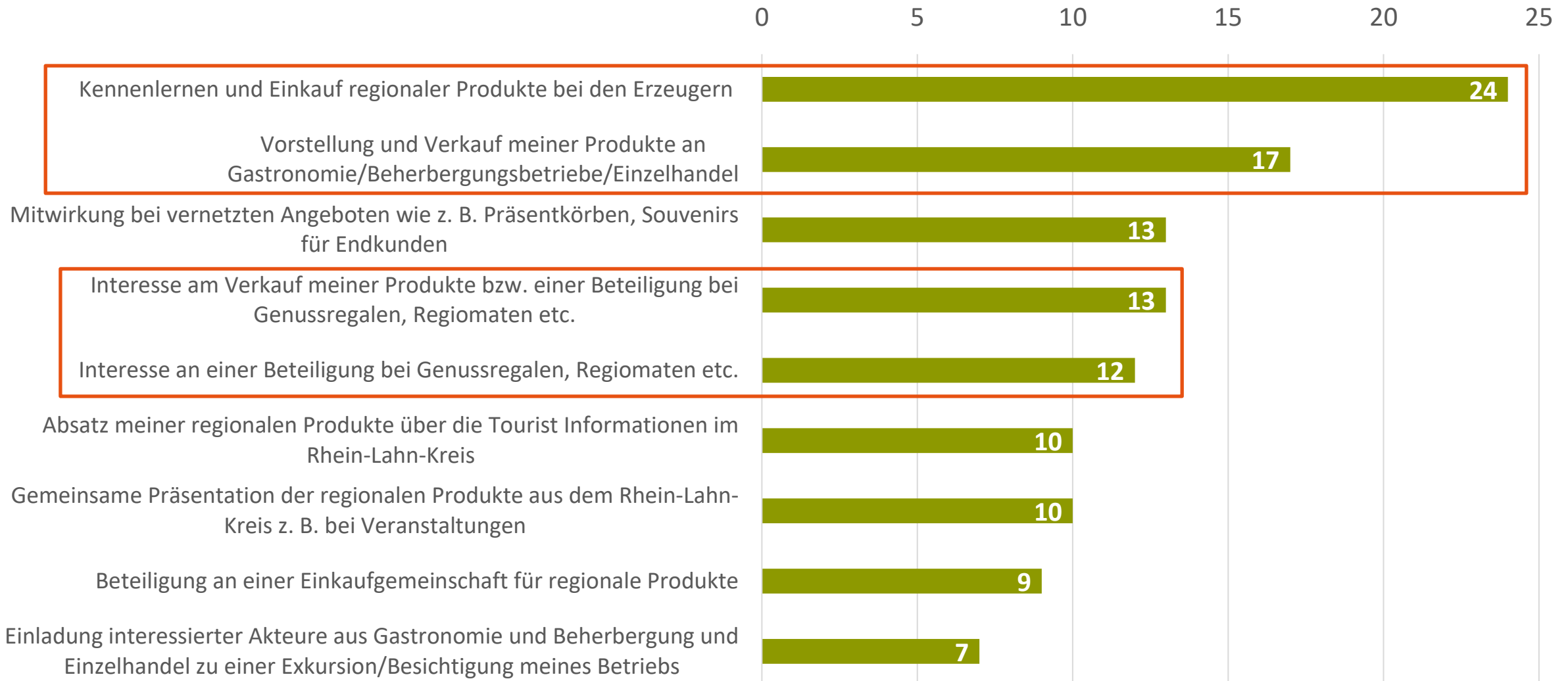
Interesse an weiteren Themen/Formaten zur Förderung und Vermarktung regionaler Produkte

Differenziert nach Wirtschaftszweigen



n=46 – eigenständige Auswertung nach Zielgruppen

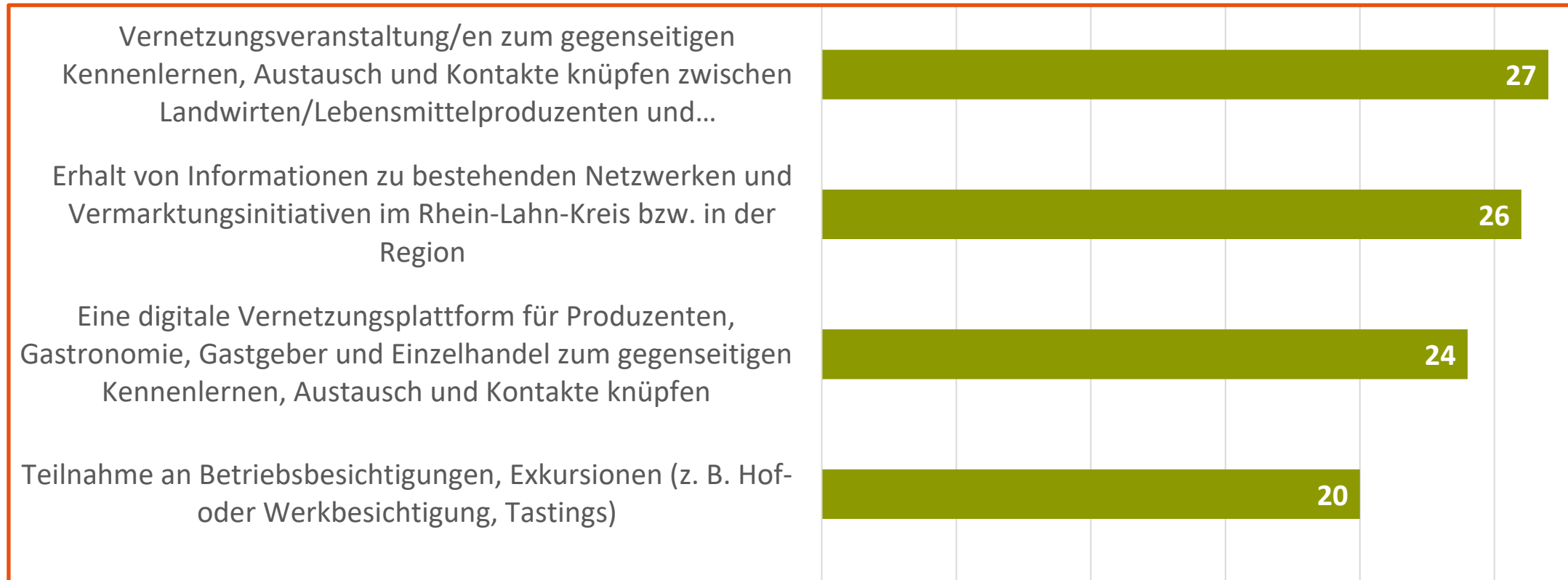
Maßnahmen zur Kooperation, Geschäftsbeziehung und Vertrieb



n=44

Maßnahmen zur Vernetzung

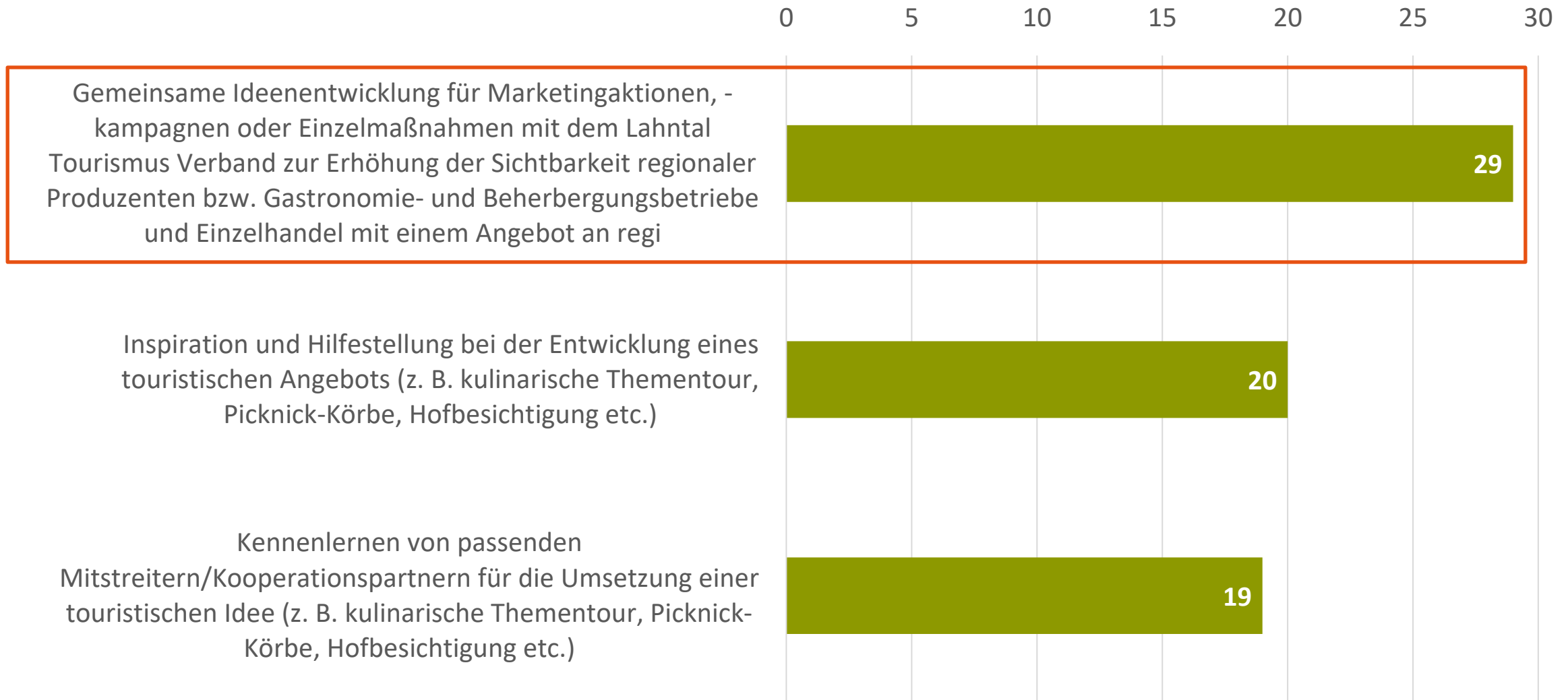
0 5 10 15 20 25 30



2

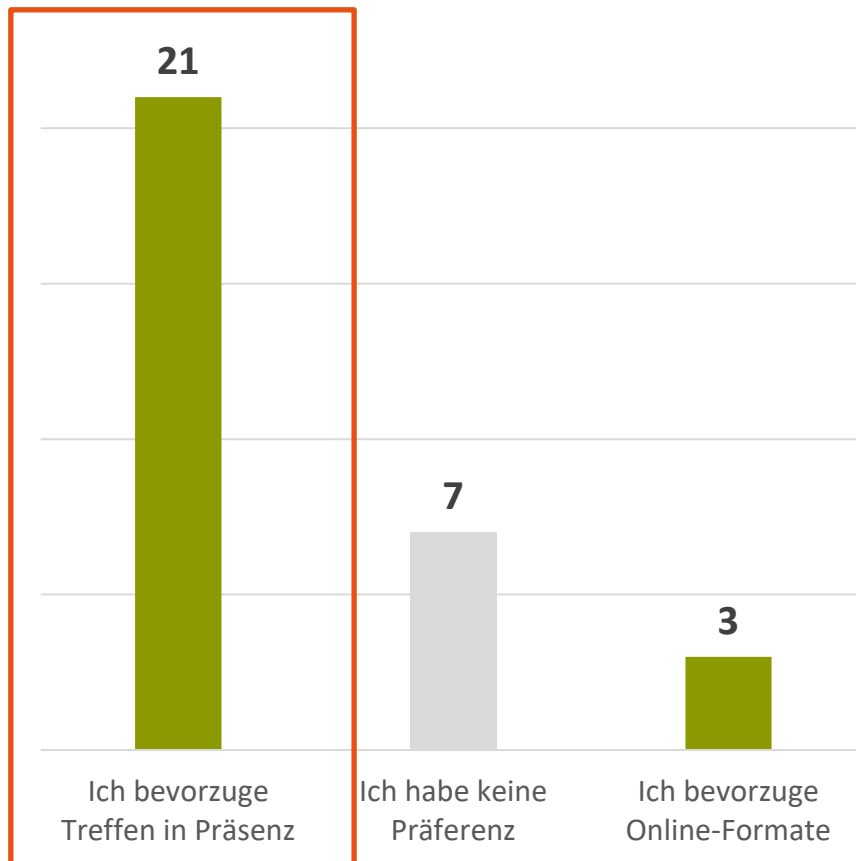
Naturnahes Arbeiten

Maßnahmen im Bereich touristische Angebotsentwicklung und Vermarktung



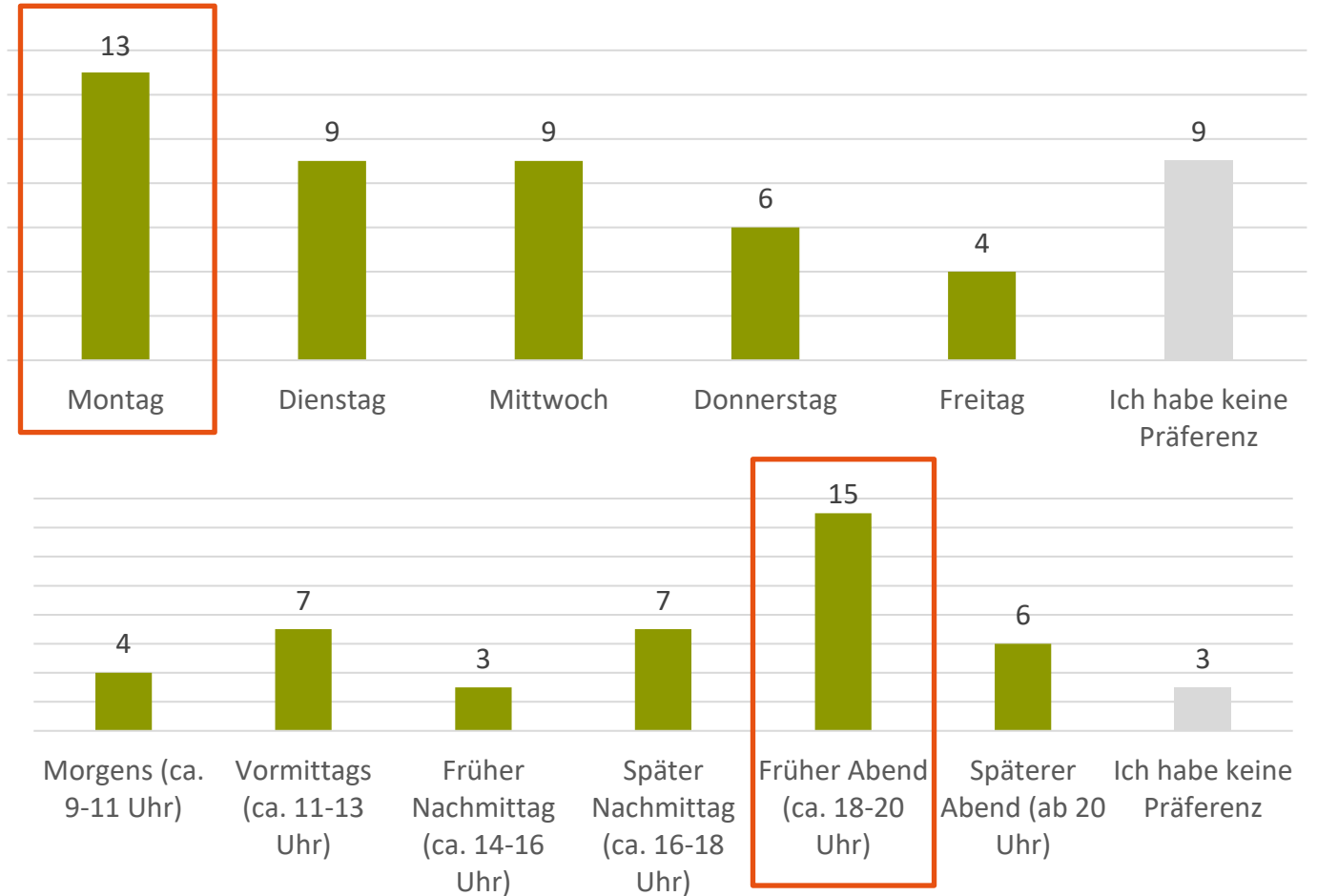
Fokus: Vernetzungsveranstaltungen

Welche Formate würden Sie sich für eine Vernetzungsveranstaltung oder ein Arbeitstreffen/ Workshop wünschen?



n=27

Welche Zeiten bzw. Wochentage würden Sie sich für eine Vernetzungsveranstaltung oder ein Arbeitstreffen/Workshop wünschen?

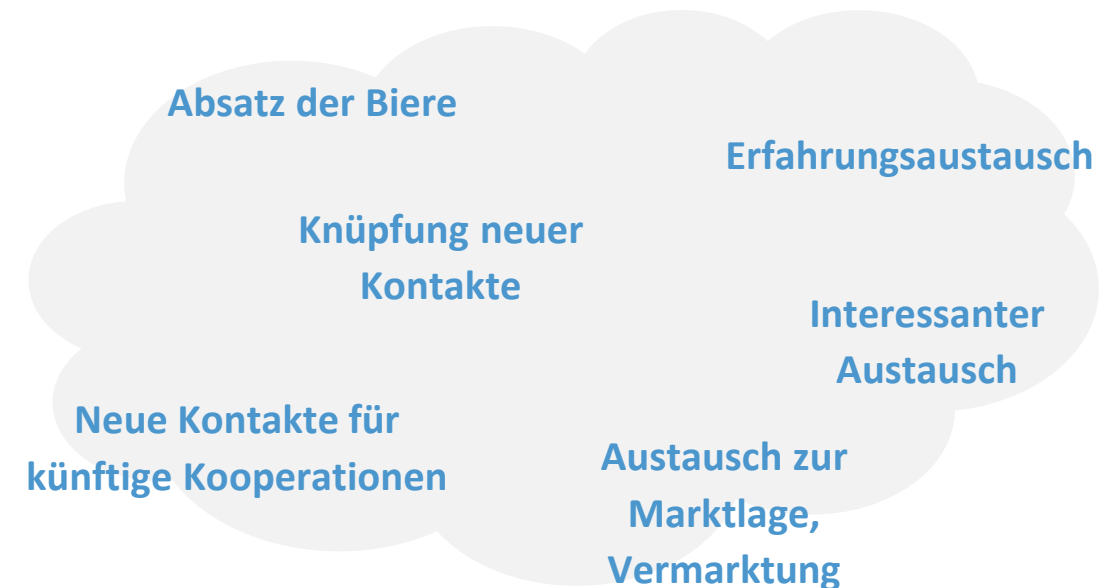


Fokus: Vernetzungsveranstaltungen

An welchen **Themen bzw. zu welchen Fragestellungen** wären Sie an Austausch interessiert?

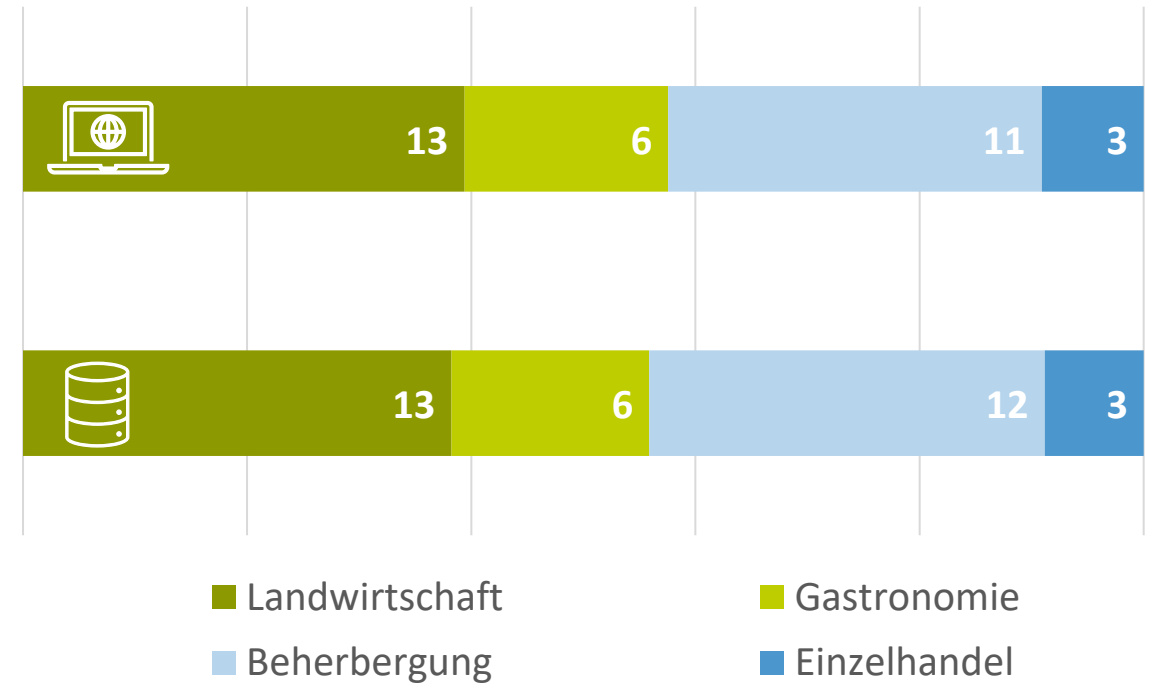
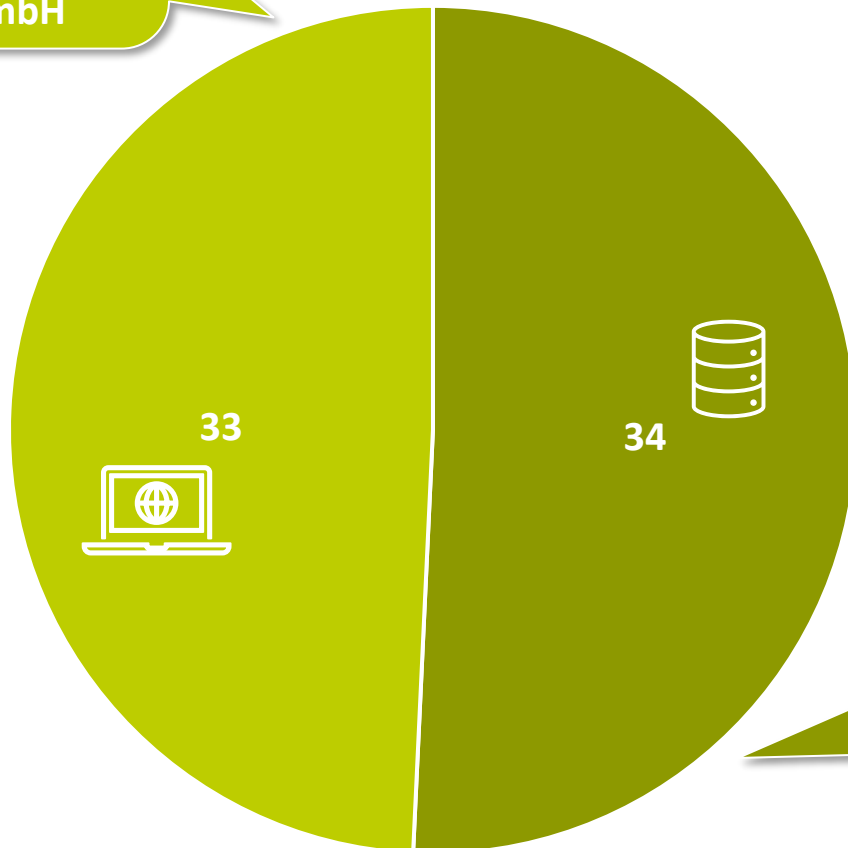


Welche **Erwartungen** hätten Sie an ein Vernetzungstreffen? Bitte schildern Sie kurz Ihre Vorstellungen und was Ihnen wichtig ist.



Kostenlose Angebote der Wirtschaftsförderungs-Gesellschaft Rhein-Lahn mbH

Präsentation des Betriebs
auf den Webseiten der
Wirtschaftsförderungs-
Gesellschaft
Rhein-Lahn mbH



Listung des Betriebs
in der Unternehmerdatenbank
der Wirtschaftsförderungs-
Gesellschaft
Rhein-Lahn mbH

n=44

n=46 – eigenständige Auswertung nach Zielgruppen

**Wie ist das Interesse zur
Mitwirkung an Genussregalen?**



Fokus: Genussregale

Wie interessiert wären Sie daran, die Möglichkeit zu nutzen, Ihre Produkte in regionalen Genussregalen/Genussschränken/Verkaufsautomaten zu platzieren?



Welche Ihrer Produkte würden Sie in einem Genussregal/Genussschrank/Verkaufsautomaten platzieren wollen?

Craftbiere und Delikatessen
wie z. B. Bierlikör,
Hopfenlikör, Bierbrand,
Single Malt Whisky

Eier, Nudeln

Honig,
Oxymel

Lebkuchen

Weine,
Weinschorlen

Kartoffeln, Eier

Produkte wie z. B.
Wurst vom Rind
und Lamm

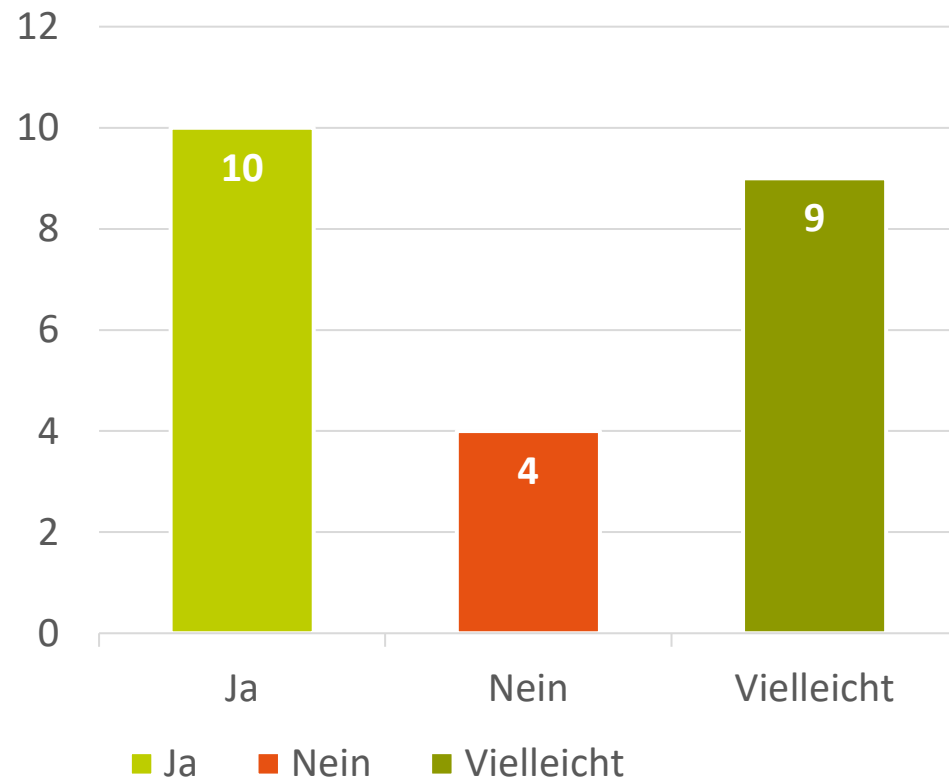
Wurst, Fleisch

Marmeladen,
Gelees,
Fruchtaufstriche,
Chutneys, Relishes

Wurstwaren,
Nudeln, Eier

Fokus: Genussregale

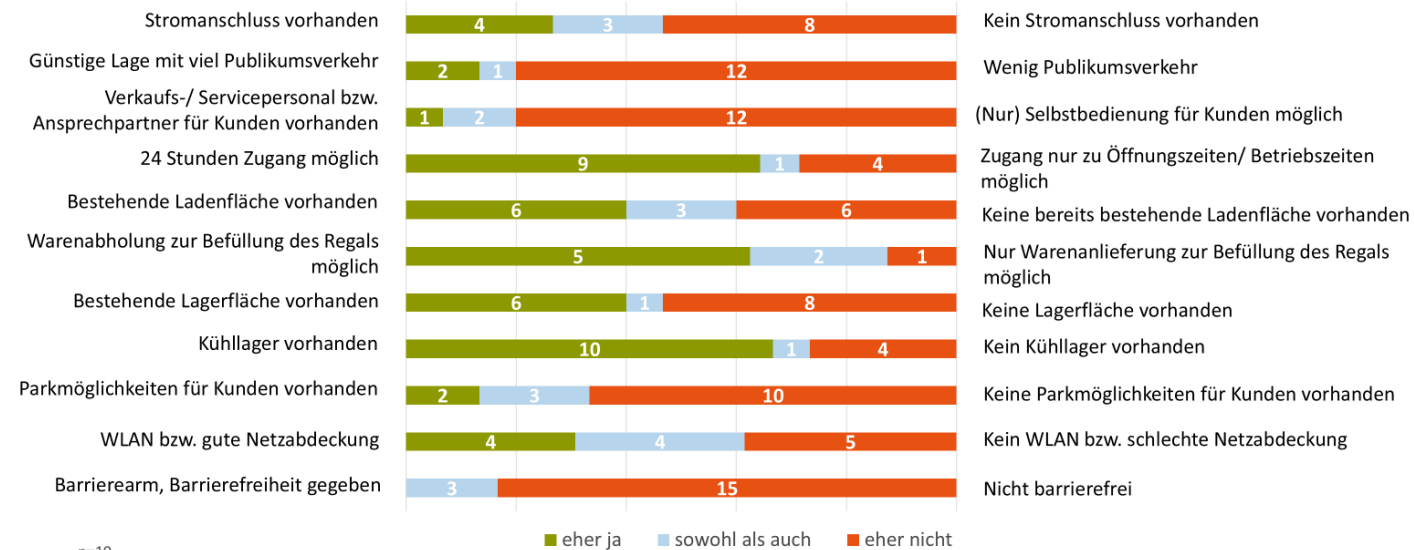
Können Sie sich vorstellen, auf Ihrem Betriebsgelände/in Ihren Räumlichkeiten ein Genussregal/Genussschrank/Verkaufsautomaten für Produkte aus der Region unterzubringen?



n=23



Erste Informationen bzgl. Standorteignung von 19 Standorten bereits eingeholt:



n=19

Zentrale Erkenntnisse

■ Haltung und Motivation

- Die Teilnehmenden sprechen regionalen Produkten eine **hohe Relevanz und einen wichtigen Beitrag** zur Steigerung der touristischen Attraktivität der Region sowie touristischer Betriebe zu, außerdem wird durch eine verbesserte Sichtbarkeit die Identität gestärkt und die Verbundenheit der Einheimischen mit der Region gesteigert
- Die gebündelte Vermarktung sowie auch die Förderung von Austausch und Vernetzung **werden als positive Maßnahmen betrachtet**
- Insgesamt besteht ein **hohes Interesse an einer stärkeren regionalen Vernetzung** zwischen landwirtschaftlichen Erzeugern/Lebensmittelproduzenten und Gastronomie/Beherbergung bzw. Einzelhandel

■ Wissensstand zu Produkten, Anbietern, Netzwerken etc. und Erfahrungen

- Die Regionalmarke „**Lokal & lecker**“ ist dem überwiegenden Teil der Teilnehmenden **noch NICHT bekannt**
- Der überwiegenden Mehrheit sind Direktvermarkter im Rhein-Lahn-Kreis bekannt, größtenteils allerdings **nur diejenigen aus dem näheren Umkreis**
- In jedem Wirtschaftszweig kooperiert bereits ein Großteil der Betriebe mit Partnern aus anderen Wirtschaftszweigen, insgesamt **15 Betriebe tun dies noch nicht, hätten aber Interesse daran**

■ Interesse an den konkreten B2B-Maßnahmen des LTV

- 30 Teilnehmende möchten Ihren Betrieb bzw. Ihre regionalen Produkte auf der **Homepage des Lahntal Tourismus Verbands** listen lassen, 14 weitere sind vielleicht interessiert
- 28 Teilnehmende möchten ihren Betrieb in die **B2B-Partnerbroschüre** eintragen lassen, 18 weitere sind vielleicht interessiert

Zentrale Erkenntnisse

- **Interesse an weiteren Formaten zur Vermarktung und Vernetzung**
 - Es zeigt sich auf Anbieter- und Abnehmerseite ein **hohes Interesse an Vernetzung, gegenseitigem Kennenlernen und Aufbau von Geschäftsbeziehungen**
 - 26 Personen befürworten **Vernetzungsveranstaltungen zum Kennenlernen**
 - 24 Personen befürworten eine **digitale Vernetzungsplattform**
 - 20 Personen sind interessiert an der **Teilnahme an Betriebsbesichtigungen, 7 Erzeuger möchten Ihre Betriebe gerne zeigen**
 - **Insbesondere die Erzeugerbetriebe sind interessiert an gemeinsamer Vermarktung**, 29 Personen wünschen sich eine gemeinsame Ideenentwicklung für Marketingmaßnahmen mit dem LTV
 - **insbesondere Gastro und Beherbergungsbetriebe sind interessiert an touristischer Angebotsentwicklung**, 20 Personen wünschen sich dafür Inspiration und Hilfestellung , 19 Personen sind auf der Suche nach passenden Mitstreitern
 - 26 Personen sind interessiert an **Informationen zu bestehenden Netzwerken und Vermarktungsinitiativen**
 - **Veranstaltungstreffen in Präsenz werden bevorzugt**, bester Termin ist Montag am frühen Abend (ca. 18-20 Uhr)
- **Interesse an der Nutzung der Angebote der Wirtschaftsförderungs-Gesellschaft Rhein-Lahn mbH**
 - 33 Personen wünschen die Präsentation des Betriebs auf den **Webseiten der Wirtschaftsförderungs-Gesellschaft Rhein-Lahn mbH**, 34 Personen wünschen die Listung des Betriebs in der **Unternehmerdatenbank**
- **Interesse zur Mitwirkung an Genussregalen**
 - 12 Personen haben Interesse am Verkauf Ihrer Produkte über Genussregale, 19 Personen können sich (vielleicht) vorstellen in ihren Räumlichkeiten ein Genussregal unterzubringen, erste Informationen zur Eignung möglicher Standorte liegen vor

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

*Dieses Dokument ist Teil der
Präsentation und ohne die mündliche
Erläuterung unvollständig*

www.bte-tourismus.de



BTE Tourismus- und Regionalberatung

Ihr verlässlicher Partner in der Tourismusentwicklung - erfahren, kompetent, engagiert & kreativ seit 1989

BTE steht für praxisorientierte, umsetzbare Tourismusberatung und Konzeptentwicklung in der Regionalentwicklung auf Basis profunder Fachkenntnisse in einem interdisziplinären Team. Wir denken umsetzungsorientiert und fach-übergreifend Prozesse bis zum Ende und bieten für jeden Kunden verständliche und visuell aufbereitete Ergebnisse.

Von uns erhalten Sie Beratungsleistungen von der Strategieentwicklung bis zur praktischen Umsetzung.

Zentrale Leistungen:

- Organisationsberatung
- Marken- und Marketingstrategien
- Machbarkeit- & Wirtschaftlichkeitsstudien
- Destinationsentwicklung & Tourismuskonzepte
- Event- und Wettbewerbsorganisation
- Regionale Entwicklungskonzepte
- Grafik, PR & Kommunikation
- Infrastrukturplanung & Standortentwicklung
- Vorträge, Coaching, Moderation

Wichtige Themenfelder:

- Aktivtourismus (Wandern, Radfahren, Reiten, Wasser)
- Nachhaltiger Tourismus
- Naturtourismus
- Beschilderung & Besucherlenkung
- Gastgewerbe & Freizeitattraktionen
- Kulturtourismus
- Digitalisierung

www.bte-tourismus.de