

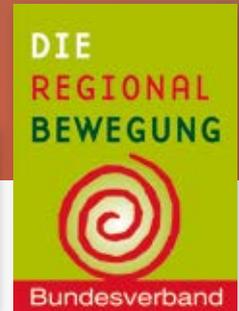
# Projektreihe Regionalität PLUS

Können  
Potentiale regionaler  
Lebensmittel in der  
Spitzengastronomie  
besser genutzt  
werden?

Wie können  
regionale Produzenten  
die Spitzengastronomie  
auf sich aufmerksam  
machen?

Wie können  
Lieferbeziehungen  
zwischen Spitzengastronomen  
und Erzeugern wirtschaftlich  
optimiert werden?

Kann die  
Spitzengastronomie  
den Markteintritt  
regionaler Erzeuger in die  
Gastronomie generell  
fördern?



## „Regionale Lebensmittel in der Spitzengastronomie“

**Analyse der Absatz- und Marketingpotentiale für regionale Lebensmittel  
durch Fokusinterviews mit Spitzengastronomen**

### Herausforderungen

- Gastronomiebetrieben ist das Angebot an regionalen Lebensmitteln oft unbekannt.
- Informationsdefizite bei den Akteuren der Wertschöpfungskette verhindern den Absatz regionaler Lebensmittel.
- Preissensibilität der Gäste für Speisen und Getränke in der Gastronomie steigt allgemein.

### Chancen und Potentiale

- Vermarktungschancen für regionale Lebensmittel und Aufbau von Kooperationen durch gute Vernetzung der Gastronomie in Verbänden.
- Steigerung der Gästezufriedenheit und hervorragendes Kommunikationsinstrument zur Gästeansprache.
- Erweiterung der Produktpalette durch gezielten Ausbau regionaler Wertschöpfungsketten und Verbesserung der Logistikstrukturen.
- Stärkung der Region durch Identifikation und gegenseitige Wertschätzung unter den Akteuren der Wertschöpfungskette.

In der Projektreihe wurden bereits folgende Studien durchgeführt:

„Regionale Lebensmittel in der Gastronomie – Kundenanreiz oder vergebliche Liebesmüh?  
Meinungsbildung und Erwartungshaltung von Gästen an die Gastronomie.“ (2021)

„Regionale Lebensmittel in der Gastronomie –  
Potenziale und Grenzen aus der Sicht der Gastronomiebetriebe“ (2022)

„Jetzt wird gehandelt – Gastwirt sucht Landwirt. Leitfaden für Speedmeetings.“ (2023)