

**GESCHÜTZTE
BEZEICHNUNGEN -
STRATEGISCHE
PERSPEKTIVEN UND DIE
ROLLE DER AMA**

**1. EU-Herkunftsschutztag
Salzburg, 26. Juni 2019**





**Case Study anhand des kofinanzierten
EU-Projektes der AMA-Marketing:**

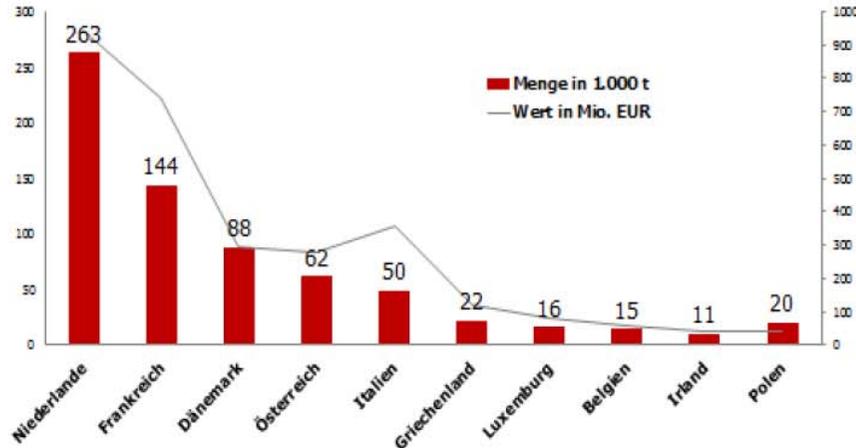
**Bekanntmachung der EU-Gütezeichen
Fokus Milchprodukte mit den
EU-Qualitätssiegeln**

Eckdaten

- Bekanntmachung der EU-Gütezeichen (Fokus Milchprodukte mit den EU-Qualitätssiegeln)
- Laufzeit: 1.3.2017 – 28.02.2020
- Budget: 70% EU, 30% national (AMA-Marketing)

Ergebnisse der Marktforschung – quantitativ

Deutschlands Top 10 Importländer für Käse 2015



Quelle: AMI Markt Bilanz Milch 2015/Statistisches Bundesamt

Verkaufsvolumen von Käse mit geschütztem Ursprung nach Herkunftsländern

	Anzahl	2005	2010
Italien	36	2.847.933	3.426.053
Frankreich	46	1.306.021	1.570.747
Spanien	23	160.794	186.217
Niederlande	4	k.A.	90.326
Österreich	6	81.024	89.457
GB	13	96.401	86.996
Deutschland	4	40.180	49.600

Quelle: ec.europa.eu. Agricultural products and foodstuffs – PDO and PGI – Reg. (EC) No 510/2006 Cheeses

Maßnahmenstrategie

- Zielgruppen
 - Konsumenten (Genießer, Qualitätsbewusste)
 - Meinungsbildner (Journalisten, Blogger, Konsumenten via Social Media)
 - Handelsentscheider (vorrangig Einkauf, Vertrieb, Marketing)
- Multichannel/ Crosschannel: Verschiedene Kanäle werden genutzt und miteinander verbunden, um die Zielgruppen in verschiedenen Momenten und über unterschiedliche Sinne zu erreichen.

Maßnahmen

- Kundenabende und Verkostungen im LEH
- Qualitätsschulungen für Thekenfachkräfte
- High-end Produktpräsentationen in deutschen Großstädten
- Workshops/RoundTables mit Fachpublikum und Journalisten
- Mailings an Handelsentscheider
- Klassische Informationsbroschüren

Maßnahmen

- Virtual Reality Schulungsvideos
- Kooperation mit Foodbloggern
- Inserate/Advertorials in Fachmedien und Endverbrauchermedien
- Fotoausstellung
- Social-Media

Kundenabend



Verkostungen im LEH



Qualitätsschulungen



Hardcopy Mailing AMA-News



UNSERE THEMEN

Senner meets diese Blogger:



- TRICKYTINE -

trickytine.com

Christine Garcia Urbina kommt aus Stuttgart. Sie schläft lieber lang, außer auf der Alpe; trinkt gerne Gin Tonic, außer auf der Alpe; bloggt und fotografiert seit einigen Jahren extrem erfolgreich, außer auf der Alpe – da gibt es keinen Empfang, Fachfrau für Workshops, Events, Ausstellungen und Tastings rund um Food, Lifestyle, Reisen und Kunst.

- SCHMACKOFATZO -

schmackofatzo.de

Stephan Alexander Rauh kommt aus Aachen und macht Schmackofatzo seit 2001. Seine Leidenschaft ist die „Taste“ von Nahrungsmitteln, Kochrezepte, Wein und gehts Auto. Auch wenn es das Wort „Schmackofatzo“ nicht verraten lässt, der Mann hat Stil und Geschmack ohne Ende.

- S-KÜCHE -

s-kueche.com

Von Hamburg aus betreibt Simona Filipowky ihren Foodblog. Sie steht auf Krüpfeln mit Fertiggerichten und verkauft gerne in ihrem Garten. Dort baut sie in ihren Kräutern- und Gemüsegärten alte, seltene Sorten an. Der chemische Smacktest, mit dem sie in der Küche gerne spielt, ist die Natur.

- KUNTERBUNTWEISSBLAU -

kunterbuntweissblau.com

Hinter dem fertigen Namen steht die Wahlmascottein Amelie Heine. Sie ist eine bayerische Genussaktivistin mit Hang zum Ferment, das in der erlebten Form vorzüglich zu Hause wird. Sie fotografiert und kocht und schreibt und strahlt und bloggt. So nimmt sie uns in ihre Welt mit. Sagt Amelie.

- DER ULTIMATIVE KOCHBLOG -

derultimativekochblog.com

Ein Hip-Par aus Berlin, Anna König und Helge Wenzel. Als Hobbykochen sie „Alkohol und Essen, manchmal auch Kultur.“ Damit lässt sich arbeiten. Obwohl sie „nicht die Firmen zeigen, die einen ferti Käse geben und how sind.“ Inwiefern sind die Kooperationen mit der AMA nicht im Weg. Sie ist übrigens auch Schauspielerin, er auch filmischer Visual Effects Artist.



#sennermeetsblogger

Fünf Blogs, fünf Wochenenden, fünf Käseproduzenten, fünf Erzählungen, fünf Sichtweisen, fünf ganz besondere Erlebnisse: Bergkäse aus Österreich g.U. („geschützte Ursprungsbezeichnung“)

TEXT: SCHMACKOFATZO, S-KÜCHE, TRICKYTINE, KUNTERBUNTWEISSBLAU, DER ULTIMATIVE KOCHBLOG
FOTOS: KUNTERBUNTWEISSBLAU, SCHMACKOFATZO, TRICKYTINE

SCHMACKOFATZO //
Ich werde mit die nächsten Tage die Produktrezepte eines „Vorarlberger Bergkäse g.U.“ erlernen und zeigen lassen.

S-KÜCHE //
Die AMA-Marketing hat mich eingeladen, die Welt der regionalen Käseproduzenten in Tirol kennen zu lernen - und dabei hat es mich erwischt. Dieser Einblick hat mich so viel gesehen und fühlen lassen: Liebe, Tradition, gutes Handwerk, Nachhaltigkeit - die Natur, die Tiere, die Menschen! Der Weg von der Kuh zum Käse mit so viel Herzlichkeit und Respekt hier in Tirol hat mich nachhaltig beeindruckt. In Tirol gibt es mehr als 2000 bewirtschaftete Almen. Die

animale Wiederkäuterung hat in den gebirgigen Bundesländern Österreichs lange Tradition und auch heute noch kennen jede zweite Milchkuh den Sommer über auf die Almen. In Österreich gibt es eine sehr kleinstrukturierte Landwirtschaft, die Bauern haben durchschnittlich 18(!) Kühe.

TRICKYTINE //
Es gibt 531 bewirtschaftete Alpen in Vorarlberg, deren 137 Sommeralpen auf bis zu 2.800 Metern. Die Alpinisten orientieren nur an vier Kräutern. Sie sind einer der Gründe weshalb der Vorarlberger Bergkäse g.U. ein geschütztes Produkt ist. Die Heumilch wird direkt auf der Alpe vom Senner verarbeitet und der Käse

mit ihm. 05:17 Uhr. Deswegen ist es schon fast hell und ich habe es setzen im Haus klappen. Die Sennerin hat gerade die Kühe von der morgendlichen Melkerei. Ich stehe auf der noch vom Morgenstau naamen Wiese, die mit unzähligen Wildkräutern und Blumen durchsetzt ist. Das ist es, was die Kühe von Mai bis September in freier Natur fressen.

KUNTERBUNTWEISSBLAU //
Frühmorgens und am Spätmittag werden die Kühe gemolken. Der Stall wird gestäubert und die Kühe kriegen frisches Heu zu fressen. Kuhglücken himmeln, ein Mahlen geht durch den Holzstall. Alle Kühe fressen sich jetzt auf eine kurze Streichelstunde.

Inserate und Advertorials

Nur net hudln*

Das Leben formt den Charakter des österreichischen Bergkäse g.U.

*Österreichisch für „Gut Ding braucht Weile“

Landwirtschafterliche Erzeugnisse aus der Europäischen Union (EU) spiegeln die Vielfalt an unterschiedlichen Traditionen und Regionen wider. Als Beitrag zum Schutz und zur Förderung traditioneller Erzeugnisse sowie von Produkten, die sich aufgrund ihrer geographischen Herkunft durch besondere Eigenschaften auszeichnen, hat die EU folgende Qualitätsstufen geschaffen:



Geographische Ursprungsbezeichnung (G.U.)

Mit einer geschützten Ursprungsbezeichnung (G.U.) werden Erzeugnisse gekennzeichnet, die in einer bestimmten geographischen Region erzeugt, verarbeitet und zubereitet wurden, wobei lokale Herstellungsverfahren Wissen und Ausprägung aus der Region mitbringt. Die Eigenschaften dieser Produkte haben einen Bezug zu ihrer geographischen Herkunft.



Geographische Angabe (g.g.A.)

Mit einer geschützten geographischen Angabe (g.g.A.) werden Erzeugnisse gekennzeichnet, deren Qualität oder Ruf mit dem Ort oder der Region verbunden ist, in der sie erzeugt, verarbeitet oder zubereitet werden. Die Ausprägung dieser Erzeugnisse ist jedoch nicht notwendigerweise aus derselben geographischen Region stammen.



Geographische Angabe (g.g.A.)

Mit diesem Zeichen werden Erzeugnisse mit einer überlappenden Besonderheit hinsichtlich ihrer Zusammensetzung oder ihrer Herstellungsmethode gekennzeichnet, die keinen Bezug zu einer bestimmten geographischen Region haben.



Birnen-Käse-Strudel

- Zutaten:
- 250 g Lauch
 - 2 Williamsbirnen (nicht zu hart)
 - 250 g Bergkäse
 - Salz und Pfeffer
 - 1 Pkg. Blätterteig
 - 1 Eidotter
- Kräutersoße:
- 2 Eidotter
 - 2 cl Gemüsebrühe
 - 2 cl Weißwein
 - Salz
 - 1 EL zerlassene Teubutter
 - ¼ TL Schnittlauch
 - ¼ TL Basilikum
 - ¼ TL Zitronenmelisse

Zubereitung:

Lauch in 1 cm dicke Scheiben schneiden. Birnen vom Kerngehäuse befreien. Gemeinsam mit dem Käse klein würfeln. Mit Lauch vermischen, salzen und pfeffern. Blätterteig auf Backpapier auslegen. Ein Drittel der Fläche mit der Masse belegen. Blätterteig einrollen und mit einem verquirlten Eidotter bestreichen. Im vorgeheizten Rohr bei 220 °C etwa 20 Minuten backen.

Für die Kräutersoße die beiden Eidotter, die Gemüsebrühe, den Weißwein und das Salz im warmen Wasserbad schaumig schlagen. Der zerlassenen Teubutter die fein gehackten Kräuter unterrühren. Anrichten und mit fein gehacktem Schnittlauch garnieren.

Dann jedoch ist Bergkäse ein unvergleichliches Geschmackserlebnis von verblüffender Komplexität. Aus dem unscheinbaren Jungkäse ist im Laufe seines Lebens ein reifer, satziger Bergkäse g.U. geworden. Ein kleines Stück davon langsam zerbeißen, die vielfältigen Geschmackseindrücke genießen, der Käse beginnt im Mund zu schmelzen und es ist klar: Das ist er, der Sinn des Käse/Lebens.

Ob ein Käse geeignet ist lange zu reifen, entscheidet sich bereits aufgrund der Milchqualität. Tagesfrische Rohmilch muss es ohnehin sein. Doch selbst die ist jeden Tag anders. Wenn etwas die Käse durch ein Gewitter erschreckt wurden, hat die Milch eine höhere Zellzahl. Bei Bergkäse erschwert das einen langen, kontrollierten Reifeprozess. Nur wenn Bergkäse genügend Zeit zum Reifen hat, kann er seine Qualität voll entfalten.

Ist auch das Klima im Reifekeller optimal, bekommt der Käse im Laufe der Monate einen feinen Schmelz, später eine zart nussige Textur. Das Säuerliche verwandelt sich in würzig-süßliche Geschmacksnoten. Im Zuge des Reifeprozesses wird er nicht ausschließlich besser, sondern auch intensiver. Nur sehr guter Käse kann sich solcherart neun Monate lang entwickeln. Und von diesem sind wieder nur die besten Stücke geeignet, zwölf Monate zu reifen.

Interesse an Werbematerial, Käse-Schulungen für Ihr Toppersonal oder Verkostungen mit Ihren Kunden? Wir freuen uns auf Ihre E-Mail: export@ama.gv.at

Der Inhalt dieser Veröffentlichung gibt nicht die Meinung des Autors wieder, der allein für den Inhalt verantwortlich ist. Die Europäische Kommission behält sich das Recht vor, Änderungen an diesem Dokument vorzunehmen.

Zwoa Moi so guat!*

Original Tiroler Almkäse g.U. und Vorarlberger Alpkäse g.U. *Österreichisch für „zwei Mal so gut“



Auf der Alm gekäst, schmeckt doppelt so gut.

Die beiden Käsespezialitäten, der Tiroler Almkäse g.U. und der Vorarlberger Alpkäse g.U. haben viel gemeinsam. Beide werden auf der Alm und nur in den Sommermonaten gekäst. Für beide wird tagenfrische Rohmilch verwendet, die dank der natürlichen und reichhaltigen Flora der Bergweiden markante Geschmackskomponenten aufweist. Beide haben eine lange Geschichte und werden auch heute nach traditionellen Verfahren

überwiegend von Hand hergestellt. Beide Käse reifen erst in Naturkellern auf der Alm oder im Winter in speziellen Reiferäumen im Tal mehrere Monate zur Vollendung. All diese Attribute machen aus jedem Käse ein unverwechselbares Einzelstück. Deshalb ist es zwei Mal so gut, dass die EU beide Käsespezialitäten mit der g.U.-Herkunftsangabe schützt.

Interesse an Werbematerial, Käse-Schulungen für Ihr Toppersonal oder Verkostungen mit Ihren Kunden? Wir freuen uns auf Ihre E-Mail: export@ama.gv.at

Der Inhalt dieser Veröffentlichung gibt nicht die Meinung des Autors wieder, der allein für den Inhalt verantwortlich ist. Die Europäische Kommission behält sich das Recht vor, Änderungen an diesem Dokument vorzunehmen.

KAMPAGNE FINANZIERT MIT FÖRDERGELDERN DER EUROPÄISCHEN UNION

AMA AgrarMarkt Austria Marketing Gesellschaft export@ama.gv.at | www.ama.at | www.facebook.com/kasse.oesterreich

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Die Europäische Union unterstützt Kampagnen zur Förderung des Absatzes landwirtschaftlicher Qualitätszeugnisse.

KAMPAGNE FINANZIERT MIT FÖRDERGELDERN DER EUROPÄISCHEN UNION

AMA www.ama.at

Die Europäische Union unterstützt Kampagnen zur Förderung des Absatzes landwirtschaftlicher Qualitätszeugnisse.



Advertorials in Publikumsmedien

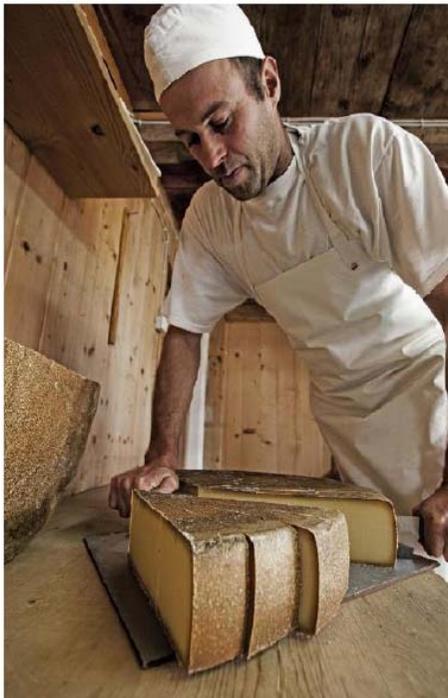
die chinesen Ziele der Welt, entlockender Service und ein All-Inklusive Angebot: Fernab von Massentourismus bietet die 1994 gegründete europäische Luxusreederei Silversea Kreuzfahrten zu einjährigen Destinationen auf der ganzen Welt: Ob exklusive Kultur- oder außergewöhnliche Expeditionskreuzfahrten – die vergleichsweise kleinen und somit familiären Luxusschiffe können dank ihrer Größe neben faszinierenden Metropolen auch unberührte Naturlandschaften und kleine Hafenwelten ansteuern. Insgesamt ersuchen sich die Silversea-Routen über alle sieben Kontinente; über 100 Destinationen in mehr als 100 Ländern stehen zur Auswahl. Zu den Highlight-Routen zählen beispielsweise Kreuzfahrten im Mittelmeer, nach Papua Neuguinea, zu den Bauxitvorkommen von Honduras, nach Myanmar und indische Häfen. Dazu internationale, italienische und japanische Küche caravans, Champagner sowie erlesene Weine sind ein All-Inklusive Angebot inbegriffen. Auch für Entspannung und Unterhaltung an Bord ist gesorgt: Abwechslung bietet etwa ein launisches Spa und ein modernes Fitnessstudio. Ein Outdoor-Salzwasser-Pool, diverse Saunen, Dampfbäder und Whirlpools laden zum Entspannen ein, für Shoppingpassioniere hält die Bordboutique ein vielfältiges Angebot bereit. Hochklassiges Entertainment wird in der Außenhaltung an Bord. Alle Schiffe verfügen ausschließlich über Salten mit Meerblick, fast alle mit eigener Veranda. Auch ein privater 24-Stunden Butler-Service, begehbare Kleiderschränke, Flachbildfernseher und luxuriöse Pflegeprodukte gehören zu den Annehmlichkeiten an Bord. Zu Lunch und Dinner haben Gäste die Auswahl zwischen verschiedenen Gourmet-Restaurants, die unter anderem internationale, italienische und japanische Küche caravans. Champagner sowie erlesene Weine sind ein All-Inklusive Angebot inbegriffen. Auch für Entspannung und Unterhaltung an Bord ist gesorgt: Abwechslung bietet etwa ein launisches Spa und ein modernes Fitnessstudio. Ein Outdoor-Salzwasser-Pool, diverse Saunen, Dampfbäder und Whirlpools laden zum Entspannen ein, für Shoppingpassioniere hält die Bordboutique ein vielfältiges Angebot bereit. Hochklassiges Entertainment wird in der Außenhaltung an Bord.

Oben: Die Silversea-Kreuzfahrtschiffe steuern über 100 Ziele weltweit an. **Unten:** In Bordmitteln Passagiere auf kleineren Kreuzfahrtschiffen.

kultur & luxus

Gäste der Luxusreederei Silversea erwartet im Herbst 2016 eine Kollektion einzigartiger Kreuzfahrten. Unter den Motto Themen-Orte, malerische Häfen und exklusive Destinationen. Jede dieser Kulturreisen ist einem Thema gewidmet – darunter auch

fast JENSEI PHOTO: JESSE DARRA YOUNG



Ein besonderer Besuch in der Alpenregion: fünf Blogger haben sich auf eine Alm gewagt, um hautnah zu erleben, wie richtig guter Bergkäse gemacht wird.

Groß-Tiere haben jetzt wieder ihren eigenen Urlaub. Deshalb hat die Team der AMA Marketing aus Tirol ein Angebot entwickelt, das die Sommer-Wandertage für ein Berggebiet aus Top-Tourismus, das auch heute noch immer ein Stück Nostalgie des Sommer ist auf der Alm. Der Weg von der Alm zum Käse ist ein Abenteuer und klappt nur, wenn die Natur auch wirklich herrlich ist. **TRAVELTIPS:** Die Alm ist ein Naturerlebnis, das nicht nur für die Sommerferien, sondern auch für die Winterferien geeignet ist. **TRAVELTIPS:** Die Alm ist ein Naturerlebnis, das nicht nur für die Sommerferien, sondern auch für die Winterferien geeignet ist. **TRAVELTIPS:** Die Alm ist ein Naturerlebnis, das nicht nur für die Sommerferien, sondern auch für die Winterferien geeignet ist.

TRAVELTIPS: Die Alm ist ein Naturerlebnis, das nicht nur für die Sommerferien, sondern auch für die Winterferien geeignet ist.

TRAVELTIPS: Die Alm ist ein Naturerlebnis, das nicht nur für die Sommerferien, sondern auch für die Winterferien geeignet ist.

TRAVELTIPS: Die Alm ist ein Naturerlebnis, das nicht nur für die Sommerferien, sondern auch für die Winterferien geeignet ist.

Das ist ein Advertorial, das die Vorteile eines Produktes oder einer Dienstleistung darstellt. Es enthält Informationen über die Marke und die Produkteigenschaften. Die Werbung ist in Form von Text und Bildern dargestellt.



Kooperation mit Foodbloggern



Kooperation mit Foodbloggern

s-küche 

Sonntag, 9. Juli 2017

SENNER MEETS BLOGGER - ZU GUTEM KÄSE NACH TIROL - UND KASPRESSKNÖDEL GIBT ES AUCH NOCH

Das Projekt: Sennermeetsblogger und Werbung für Käse aus Tirol.

Ich habe Tirol im Herzen! Vor kurzem durfte ich ein langes Wochenende in Tirol verbringen und bin danach satt geschaut und tief beeindruckt wieder nach Hamburg gefahren.
 Ich habe großartige Berge und malerische Almen gesehen, ganz tolle Menschen getroffen und wunderschöne Kühe gesehen, sehr, sehr guten Käse gegessen und bin erschöpft, aber sehr glücklich heimgekehrt.



HOME ABOUT TRICKYTINE TRICKYEDIA TRICKYINSTAGRAM TRICKY RELEASES

MEIN UNVERGESSLICHES BERGKÄSEABENTEUER AUF DER WUNDERSCHÖNEN VORARLBERGER ALPE HUTLA

BY TRICKYTINE
 DIESER POST ENTHÄLT NICHT WERBLICHE ANGEBOTE, SONDERN NUR MEINE EIGENE MEINUNG. VERZICHTEN SIE AUF
 VERANTWORTUNG FÜR DEN INHALT. ALLE RECHTEN VORBEHALTEN. DIESE ANGEBOTE SIND
 GÜLTIG BIS 31.12.2017. FÜR WEITERE INFORMATIONEN KONTAKTIEREN SIE UNS ÜBER
 MEINE TRICKYTINE. VOM AUFTRETEN VOLLSTÄNDIG UNTER EINER EINZIGEN ANNAHME UND WENN MÖGLICH
 HÄNDLICHKEITEN MIT SIEBE BEWERTET AUSZUWÄHLEN UND JETZT SCHICKEN SIE IHR DIE SIEBE UND KOMMETS REI
 AUF GUTEN WETTERSTRECKEN UND GUTEN SONNEN. ANGST'S BUCH SCHENKEN SIE IHR TRICKYTINE.



Kooperation mit Foodbloggern

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://amainfo.at/ama-themen/senner-meets-blogger/das-projekt/die-blogger/?L=0>. The website has a red header with navigation links: AMA-Themen, AMA-Siegel, AMA-Teilnehmer, Über uns, Presse, BIOinfo.at, Aktuelles, and Export: (with flags for Germany, UK, and Italy). Below the header is the AMA logo and a search bar. The breadcrumb trail reads: AMA-Themen > Senner meets Blogger > Das Projekt > Die Blogger.

The main content area features a sidebar on the left with a menu for 'Das Projekt' containing: Die Blogger (highlighted), Unsere Senner, Making Of, Kick-Off, and Almatrieb.

The main heading is 'SIEBEN DEUTSCHE BLOGGERINNEN AUF DER ALM. GRIASS DI BLOGGER!' in red. Below it, a sub-heading reads: 'Hier kannst du nachlesen wer unsere Blogger sind und dich informieren, was sie sonst noch so schreiben.'

The first article is titled 'Kunterbuntweissblau' and includes a photo of a woman. The text below the photo reads:

- Amelie Heinz und David Seitz aus München
- Amelie Heinz bloggt auf kunterbuntweissblau.de
- Die Münchner Food- und Travelbloggerin reist gerne nach Österreich, begeistert auf Pro 7 ein TV-Publikum mit Food Trends und liebt es in ihren Gerichten mit Milchprodukten und Käse zu kochen.

Symposium Feines Essen und Trinken



Produktpräsentation



Kunstprojekt



Kunstprojekt





... UND NOCH ETWAS...

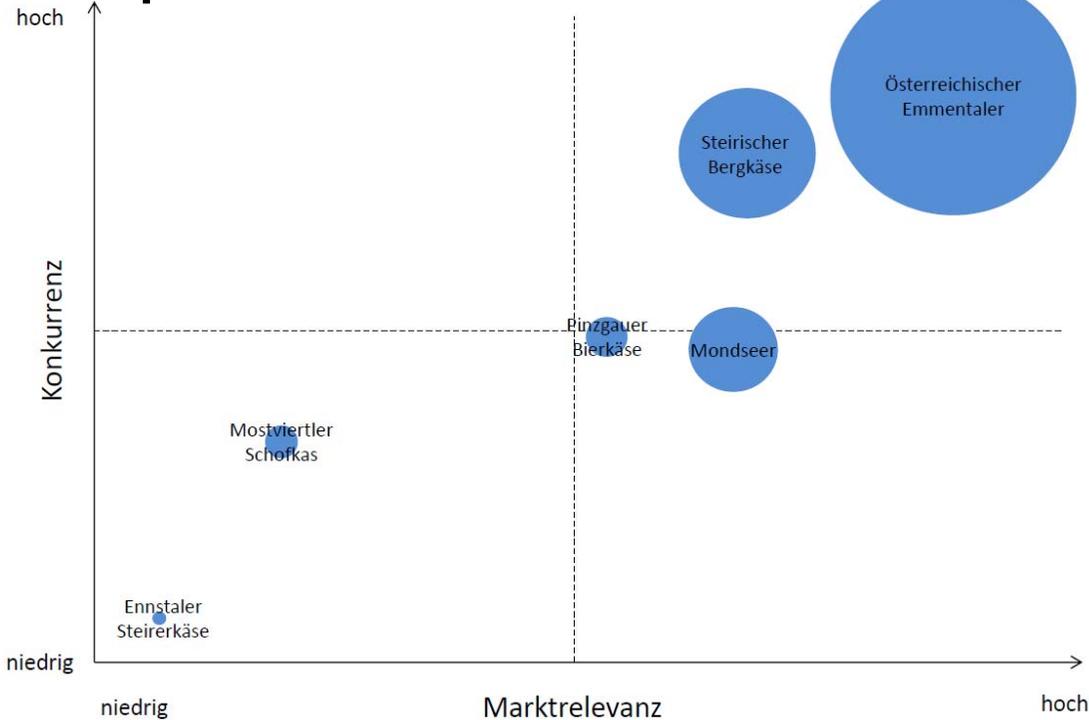
Politisch betrachtet

Erfolgreiche Politik bei Herkunftsbezeichnungen erfordert

- Übergreifendes, starkes Commitment auf Ebene des Bundes und der Bundesländer
- Strategische Akquise auf Basis von Projektstrukturplänen und Maßnahmenmanagement
- Umsetzungskontrolle, Erfolgsbewertung

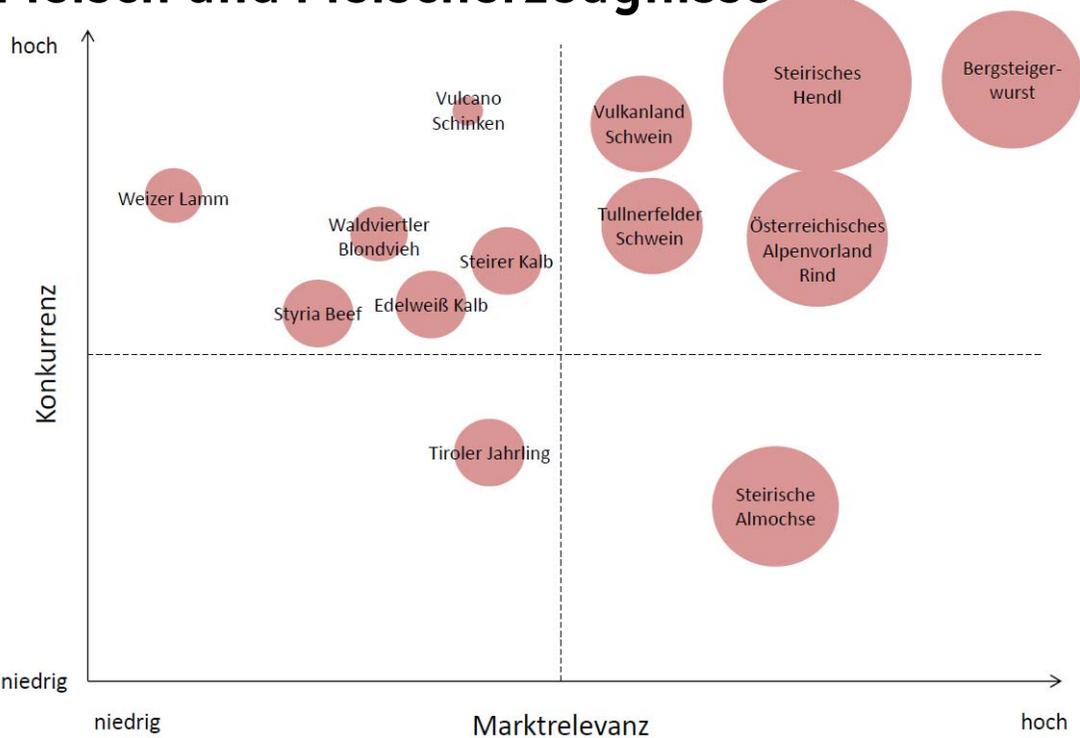
Potential für Österreich

Milchprodukte



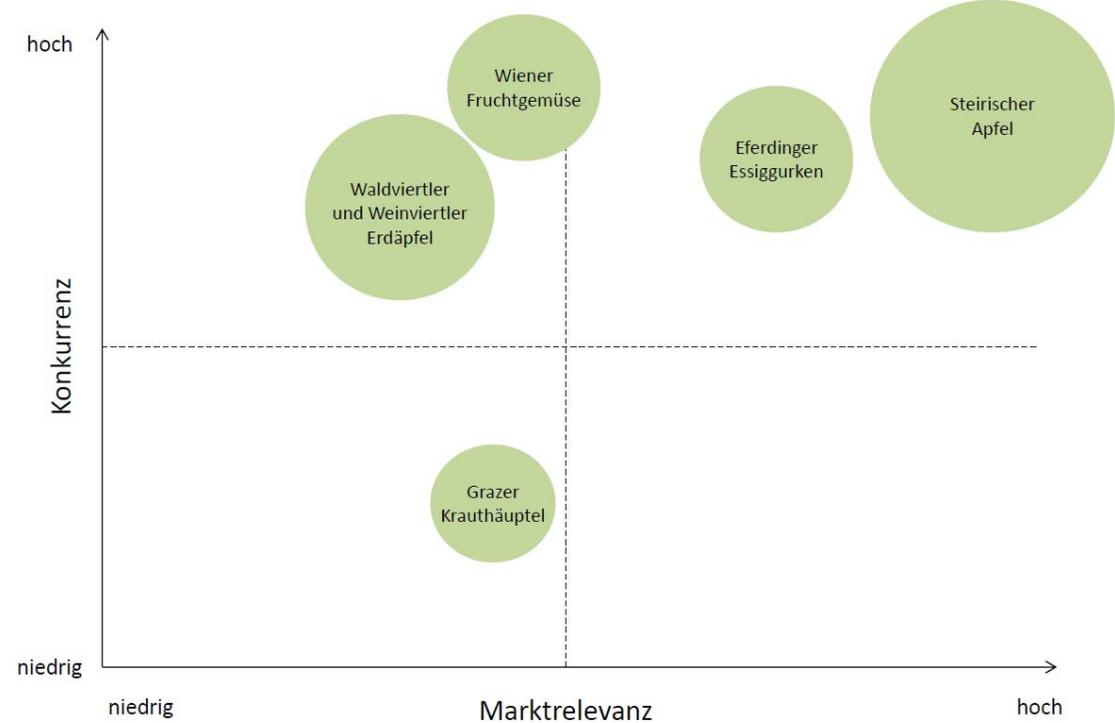
Potential für Österreich

Fleisch und Fleischerzeugnisse



Potential für Österreich

Obst und Gemüse



Organisatorisch betrachtet

- Wichtig: Ständisches und Zünftisches (Club-Charakter)
- Ebenso wichtig: Interdisziplinarität, Diversität
- Noch wichtiger: Kultur der Inklusion