

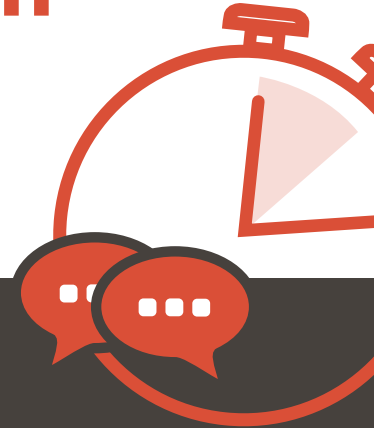


GastroRegio-Dialoge

Leitfaden zur Organisation von Speed-Meetings

... für mehr regionale Lebensmittel in der Gastronomie

Eine Checkliste zur effizienten und nachhaltigen Organisation von Speed-Meetings zur Stärkung von Nahversorgungsregionen



Ziele, Idee & Potentiale

Die Verwendung regionaler Erzeugnisse in der Gastronomie bietet sowohl auf Erzeugerseite als auch auf der Seite der Gastronomie viele Potentiale. Vieles spricht daher für einen stärkeren Dialog zwischen diesen Interessensgruppen. Sogenannte Speed-Meetings können fehlende Informationen untereinander ausgleichen und zu einer stärkeren und nachhaltigen Vernetzung beitragen.

Potentiale für regionale Lebensmittel in der Gastronomie:

- Die Gastronomie ist gut in Verbänden organisiert und vernetzt, was den Aufbau regionaler Kooperationen begünstigen kann.
- Eine regionale Ausrichtung bietet Chancen für die Vermarktung regionaler Lebensmittel in der Gastronomie.
- Eine regionale Ausrichtung ist ein hervorragendes Kommunikationsinstrument für die Ansprache der Gäste.
- Mit regionalen Lebensmitteln kann die Gästezufriedenheit gesteigert werden.
- Die Verwendung regionaler Lebensmittel stärkt die gesamte Region: Aspekte der Identifikation und gegenseitige wirtschaftliche Unterstützung von regional ausgerichteten Erzeuger- und Gastronomiebetrieben.
- Der gezielte Ausbau von regionalen Wertschöpfungsketten erweitert die Angebots- und Produktpalette für die Gastronomie und führt zu einer Verbesserung der oft angemahnten Logistikstrukturen.

Allgemeine Vorbereitung (ca. 4–5 Monate vor der geplanten Veranstaltung)

- ✓ Analyse der Regionen und Ermittlung der Erzeugerbetriebe und Gastronomen im ausgewählten Einzugsgebiet
- ✓ Im Einzugsgebiet muss das Interesse sowohl auf der Erzeuger- als auch auf der Gastronomieseite hinreichend groß sein
- ✓ Konzeption des zeitlichen und inhaltlichen Tagesablaufs (z. B. Grußworte, thematische Impulsvorträge, Praxisbeispiele, etc.)

Terminfindung (ca. 3 Monate vor der geplanten Veranstaltung)

- ✓ Beachtung von Ruhetagen, Feiertagen und Events bei Gastronomen
- ✓ Saisonal bedingte Arbeitsspitzen bei Erzeugern berücksichtigen
- ✓ Arbeitsbelastungen beider Anspruchsgruppen erörtern und Freiräume finden





Planung und Vorbereitung

Veranstaltungsort festlegen (ca. 3 Monate vor der Veranstaltung)

- ✓ Der Veranstaltungsort sollte möglichst zentral im Einzugsgebiet liegen.
- ✓ Der Veranstaltungsort sollte gut erreichbar und mit ausreichend vielen Parkplätzen ausgestattet sein.
- ✓ Ein örtliches und regional ausgerichtetes Catering sollte im Sinne der Glaubwürdigkeit der Gesamtveranstaltung unbedingt möglich sein.

Anforderungen an den Veranstaltungsraum

- ✓ Einfacher Zugang zum Veranstaltungsraum
- ✓ Ausreichend Platz für Produktpräsentation der Erzeugerbetriebe an Stehtischen
- ✓ Bereich für Präsentationen und Impulse (Podest, Bühne, o. ä.)
- ✓ Vorhandene oder unkompliziert installierbare Technik (Beamer, Leinwand und Mikrofon)

Einladungsverteiler und Einladung (ca. 3 Monate vor der geplanten Veranstaltung)

- ✓ Erstellen von Adressenverteilern beider Interessensgruppen
- ✓ Konzeption eines Einladungsschreibens mit Veranstaltungsablauf und -zielen (ggf. sind unterschiedliche Anschreiben für Erzeuger und Gastronomen erforderlich)
- ✓ Versand der Einladungen per Mail oder postalisch an die Interessensgruppen
- ✓ Unterstützung des Einladungsmanagements durch Verbände und Organisationen
- ✓ Ankündigen der Termine in den entsprechenden Informationskanälen (Verbände, Lokalpresse, ...)
- ✓ Anmeldungen entgegennehmen und bestätigen
- ✓ Eventuelle Nachakquise bei potentiellen Interessenten und Interessentinnen (individuelle Ansprache per E-Mail und/oder Telefon)



Ein Versand der Einladungen nur über Verbände ist nicht sinnvoll. Die Einladungen werden dort zumeist über Newslettersysteme versandt und können dadurch ihre Wirkung nicht voll entfalten. Außerdem ermöglicht eine persönliche Einladung ein konkretes Nachfassen.



Durchführung Speed-Meeting

Aufbau, Begrüßung und Impulse

- ✓ Einweisung und Unterstützung beim Aufbau der Warenpräsentation
- ✓ Begrüßungskaffee und Kennenlernen der Anwesenden untereinander ermöglichen (Moderation führt durch die Veranstaltung)
- ✓ Begrüßung der Anwesenden durch die Moderation mit inhaltlichem Bezug zum Thema
- ✓ Impulse und Best-Practice Beispiele zu aktuellen Gegebenheiten und zur thematischen Einstimmung durch Vertreterinnen und Vertretern von Verbänden und der beteiligten Interessensgruppen

Speed-Meeting

- ✓ Erklären der Vorgehensweise und Ziele durch die Moderation
- ✓ Vorstellung des konkreten Ablaufs

Durchführung Speed-Meeting

- Festlegen einer fixen Gesprächszeit (Zeitintervall sollte zwischen 8 und 10 Minuten liegen)
- Festlegen der Wechselreihenfolge
- Moderation ordnet mit Signal den Wechsel der Plätze an
- ✓ Hilfestellungen zum Ablauf der Veranstaltung:
 - Hinweis geben auf kurze und prägnante Informationen zu den zur Verfügung stehenden regionalen Erzeugnissen
 - Die regionalen Produkte sind Kommunikationsinstrumente, die eine Geschichte zu ihrer Herkunft, Erzeugung und den damit verbundenen Menschen erzählen
- ✓ Begleitung des Speed-Meetings durch die Moderation, die darauf achtet, dass alle Anbieter und Anbieterinnen von allen Anwesenden aus der Gastronomie aufgesucht werden



Eine Durchführung der Speed-Meetings in zwei Blöcken ist sinnvoll. Eine Unterbrechung durch ein gemeinsames Mittagessen mit regionalen Erzeugnissen bereichert die Veranstaltung und fördert den nachhaltigen Austausch unter den Anwesenden.



Durchführung Speed-Meeting

Ende der Veranstaltung

- ✓ Abschließender direkter Feedbackaustausch mit den Teilnehmenden
- ✓ Durchführung einer Evaluation mit Hilfe eines schriftlichen Fragebogens mit folgenden Fragestellungen/Inhalten und einer 5-stufigen Bewertungsskala:
 - Abfrage, in welcher Funktion die Teilnahme erfolgte
 - Fragen zur Organisation im Vorfeld der Veranstaltung? (Kommunikation, Einladungsmanagement)
 - Fragen zum Veranstaltungsverlauf (Betreuung, Räumlichkeiten, Gastronomisches Angebot, Gesamteindruck der Veranstaltung)
 - Offene Fragen (Was war besonders gut? Wo werden Verbesserungsmöglichkeiten gesehen?)
- ✓ Verabschiedung der Teilnehmenden
- ✓ Unterstützung bei den Abbauarbeiten

Nach der Veranstaltung

Nachbereitung

- ✓ Presse und Öffentlichkeitsarbeit (Social-Media und lokale Presse)
 - ✓ Versand eines Dankeschreibens an alle, die an der Veranstaltung teilgenommen haben
 - ✓ Budgetkontrolle
 - ✓ Auswertung der Evaluationsbögen
 - ✓ Nachbereitung mit internen Veranstaltungsbeteiligten und Partnern
 - ✓ Dokumentation der Erfahrungen
- ✓ **Ca. 4–5 Monate nach der Veranstaltung:**
Nachfassaktion mit Nach- bzw. Rückfragen, was sich aus der Speed-Meeting-Veranstaltung ergeben hat und ob Aussichten auf längerfristige Geschäfts- und Lieferbeziehungen bestehen



Stellenwert regionaler Lebensmittel

Regionale Produkte in der Gastronomie machen die Speisekarten für die Gäste wertvoll und nachhaltig und unterstützen dabei regionale Wertschöpfungsketten zur Stärkung von Nahversorgungsregionen.

Stellenwert regionaler Lebensmittel aus Gästesicht:

- Regionalität ist ein Alleinstellungsmerkmal und überzeugt die Mehrheit der Gäste, sofern auch alle weiteren für den Gast relevanten Kriterien erfüllt sind (z.B. Geschmack, Service).
- In der offensichtlich heimischen Küche ist Regionalität leichter zu kommunizieren als in der internationalen Küche. Dennoch gibt es Potentiale für mehr Regionalität durch die Verwendung regionaler Erzeugnisse auch in Restaurants mit internationaler Ausrichtung.
- In Bezug auf Regionalität sind die Gäste für Fleisch und Fisch, gefolgt von Gemüse, am sensibelsten.
- In der Kommunikation und Werbung sollte auf drei Grundmotivationen geachtet werden: Regionalität, Qualität und Umwelt. Mit regionalen Produkten die heimische Wirtschaft zu stärken, ist aus Gästesicht das stärkste Argument für regionale Produkte.
Am besten erreicht die Gäste das Wissen über regionale Angebote in einer Kombination aus Außenwerbung (Zeitungsartikel, Radio, Social-Media etc.) und expliziten Herkunftsangaben auf der Speisekarte.

Hintergrund

Dieser Leitfaden zur Organisation nachhaltiger Speed-Meetings ist aus den Erfahrungen der Konzeption und Durchführung der GastroRegio Dialoge 2023 in Sachsen-Anhalt entstanden.

Dem Projekt **„Regionalität PLUS – Jetzt wird gehandelt – Gastwirt sucht Landwirt“** ging die Studie **„Regionale Lebensmittel in der Gastronomie – Kundenanreiz oder vergebliche Liebesmüh? Meinungsbild und Erwartungshaltung von Gästen an die Gastronomie“** in Form einer Gästebefragung voraus.

Ziel der Untersuchung war, den Stellenwert für die Verwendung regionaler Lebensmittel bei Endverbrauchern in der Gastronomie zu ermitteln. Im zweiten Schritt wurde der Fokus auf die Potentiale regionaler Produkte in der gastronomischen Wertschöpfungskette gelegt und untersucht, wie Restaurantbetreibende agieren können. So wurden Anhaltspunkte geliefert, wie diese Potentiale zukünftig besser ausgeschöpft und genutzt werden können.

Eine Zusammenfassung der Studie und deren Ergebnisse entstand in der Broschüre **„Regionale Lebensmittel in der Gastronomie. Potentiale und Grenzen aus Sicht der Gastronomiebetriebe“**, die in Kooperation zwischen der Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH und dem Bundesverband der Regionalbewegung e.V. herausgegeben wurde.

Publikationen zu den genannten Studien finden Sie unter
www.amg.sachsen-anhalt.de oder www.regionalbewegung.de/publikationen



Impressum

Herausgeber:

Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Breiter Weg 31
39104 Magdeburg

info@amg.sachsen-anhalt.de
www.amg.sachsen-anhalt.de

Bundesverband der Regionalbewegung e. V.

Hindenburgstraße 11
91555 Feuchtwangen

info@regionalbewegung.de
www.regionalbewegung.de

Redaktion: Ilonka Sindel, Robert Fasshauer, Ulrich Frohnmeier, Florian Krommer
Gestaltung: Susanne Stein, Instant Elephant UG
Erscheinungsdatum: Dezember 2023



Dieses Projekt wird aus dem Förderungsfonds der
Landwirtschaftlichen Rentenbank gefördert.