

Themenvorschlag für Masterarbeit am Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie

Regionalprodukte am Niederrhein

Studiengänge: Kulturwirt, Urbane Systeme, Märkte und Unternehmen



Hintergrund:

Im Rahmen des [CONUS-Netzwerkes](#) arbeitet die Genussregion Niederrhein daran, die Direktvermarktung von regionalen Produkten zu stärken. Regionalprodukte sind Lebensmittel, die als typisch für eine Region gelten und lokal produziert werden und liegen voll im Trend.

Regionalen Lebensmitteln werden zahlreiche Vorteile zugeschrieben: Durch kürzere Lieferwege werden umweltschädliche Emissionen eingespart, Transparenz bei der Herkunft gewährleistet, die lokale Wirtschaft gestärkt, Arbeitsplätze erhalten und ein direkter Kontakt zwischen Konsumenten und Produzenten hergestellt.

Doch übersetzt sich der Trend in eine tatsächliche Bereitschaft, regionale Produkte zu beziehen? Unterscheiden sich Gastronomie, Großküchen für Mensen und Kantinen oder private Endverbraucher? Ist die Marke „Niederrhein“ oder „Regionalität“ ein Verkaufsargument – und wirkt dieses auch in den angrenzenden Metropolregionen? Und wäre der Kunde ggf. bereit einen höheren Aufwand in Kauf zu nehmen?

Aufgabenbeschreibung:

Eingebettet in theoretische Überlegungen zu Regionalität, endogener Regionalentwicklung, Identität und Vermarktung von Regionen soll zu diesen Fragen eine empirische Untersuchung mit Abnehmern in und um den Niederrhein durchgeführt werden. Primäre Zielsetzung ist eine fundierte Analyse über die Markenstärke der Region Niederrhein bei der Vermarktung von Lebensmitteln. Das CONUS-Team schlägt dafür eine quantitative/qualitative Befragung der potenziellen Endverbraucher vor und bietet dafür bereits Vorrecherchen an.

Formale Voraussetzungen:

- Masterstudium Urbane Systeme/Kulturwirt/Märkte und Unternehmen
- Erfolgreich abgeschlossene Lehrveranstaltung am Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie

Ansprechpartner:

Bei Interesse melden bei:

Annabell Mensing, Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie, annabell.mensing@uni-due.de