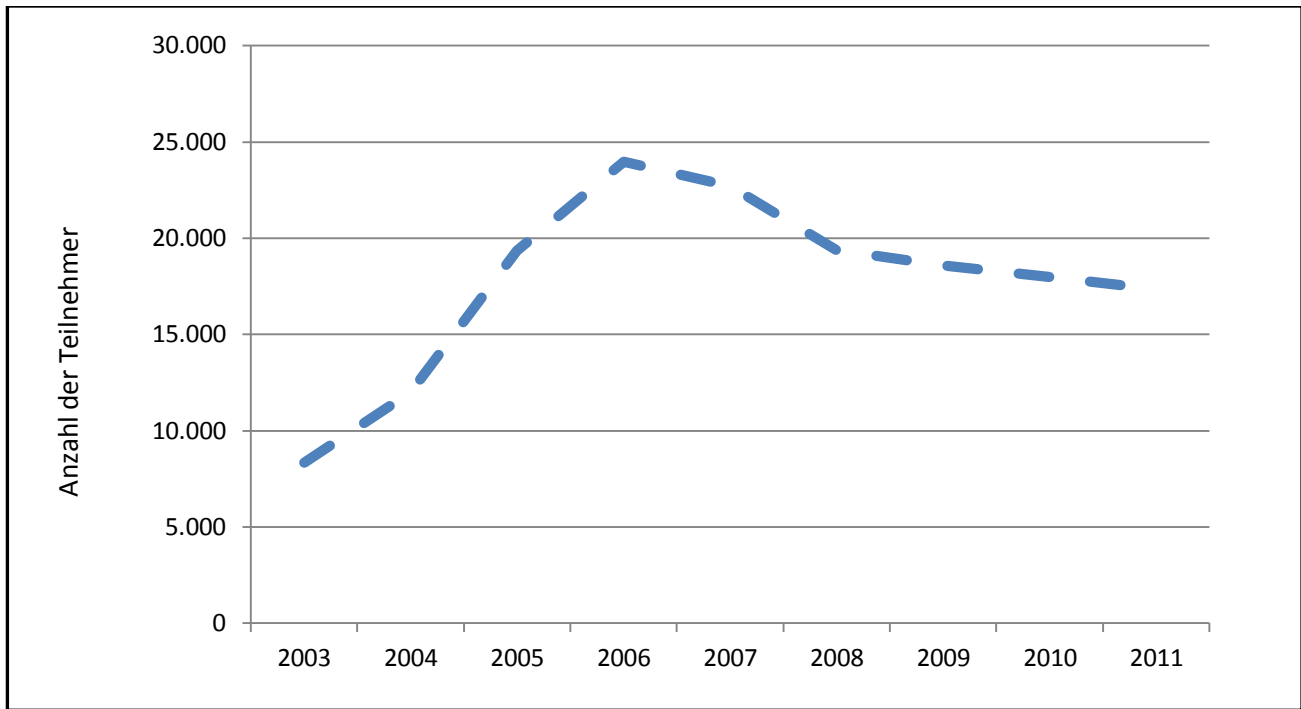


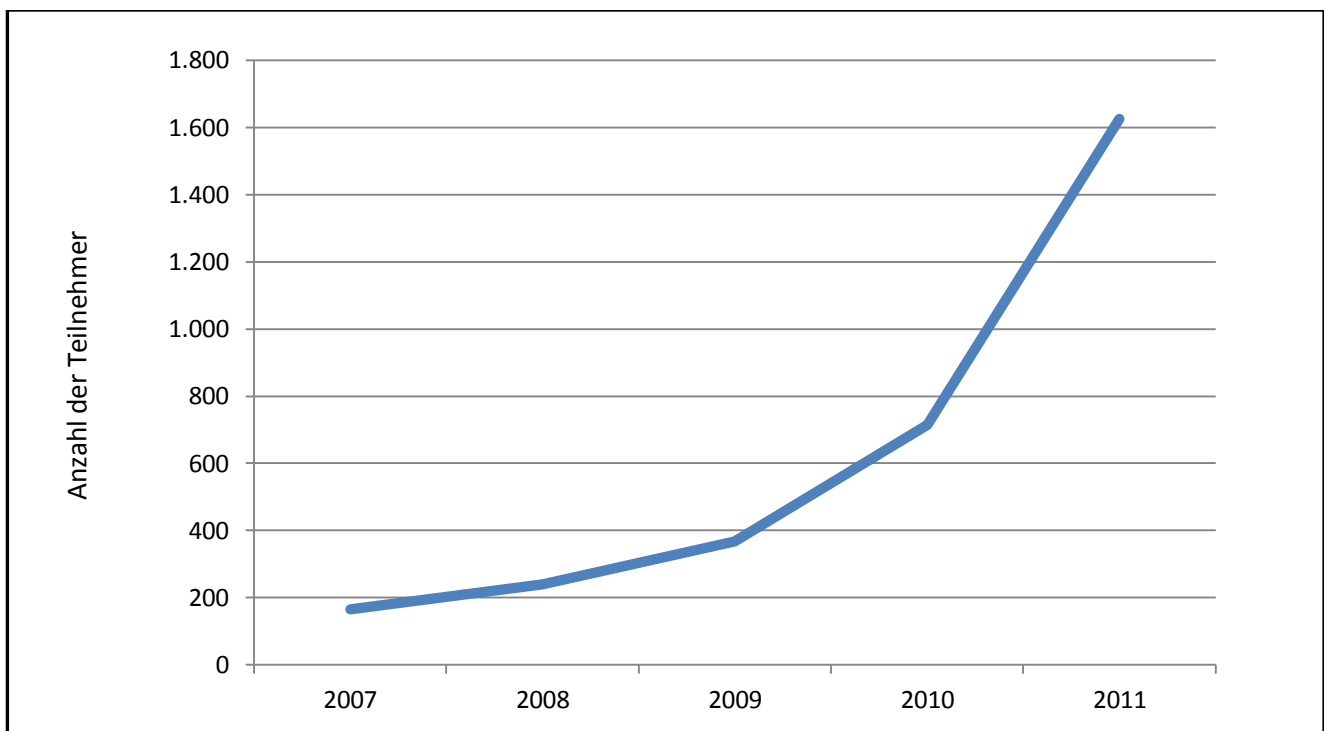


Entwicklung der Teilnahme

Entwicklung der Teilnehmerzahlen im Rinder-Bereich (ohne LEH) (Stand Juni 2011)



Entwicklung der Teilnehmerzahlen im Nicht-Rinder-Bereich (ohne LEH) (Stand Oktober 2011)



Einen Überblick über die derzeit genutzten Produktbereiche und deren jeweilige Teilnehmerzahlen gibt die nachfolgende Tabelle.

#### Genutzte Produktbereiche und Teilnehmerzahlen (Stand Oktober 2011)

Produktbereich	Programtteilnehmer (Erzeugerbetriebe)	Zeichennutzer
Rinder und Rindfleisch	17.350	25
Milch und Milcherzeugnisse	270	7
Schweine und Schweinefleisch	830	5
Eier		30 (inkl. Erzeuger)
Honig		6 (inkl. Erzeuger)
Brotgetreide	170	9
Mehl und Mahlerzeugnisse		3
Brot und Kleingebäck		1 (mit 190 Filialen)
Nudeln aus Hartweizengrieß		1
Gemüse einschl. Salate	125	45
Feinsauere Delikatessen		3
Speisekartoffeln	185	30
Kern- und Steinobst		1
Lebensmitteleinzelhandel - Filialen		1 mit 400 Filialen

**Hinweis:** Angaben sind gerundet

#### Öffentlichkeitswahrnehmung

Durch die Bewerbung der Produkte steigt der Bekanntheitsgrad von GQ-Bayern. Zu nennen sind Verkaufsförderungsmaßnahmen vor Ort (Edeka, Lidl), Wochenwerbung des Lebensmitteleinzelhandels, Tageszeitungen, Rundfunk und Fernsehen.

GQ-Bayern dient nach wie vor in einigen Bereichen als nicht ausgelobtes Basis-Qualitätssicherungssystem.