
Regionaler Genuss zwischen Wunsch und Wirklichkeit



Maren Albers
Landwirtschaftskammer Niedersachsen

Inhalte

- Was Regionalvermarktung bedeutet
- Was wünscht sich der Verbraucher...
- Was Regionalvermarktung hemmt



Regionalvermarktung ermöglicht den Vermarktern...

- den Bekanntheitsgrad der eigenen Produkte zu erhöhen
- Ein Vermarktungsnetzwerk zu schaffen
- Vertriebsstrukturen gemeinsam zu nutzen
- Beitrag zur Existenzsicherung



Regionalvermarktung ermöglicht dem Verbraucher...

- Sicherheit in globaler Unübersichtlichkeit
- transparente Lebensmittel
- Gutes Gefühl, beim Kauf regionaler Produkte
 - Man kauft ein Stück „Heimat“ / Geborgenheit
 - Umwelt schonen
 - Region unterstützen
- Individuelle Produkte, die die Besonderheiten der Region aufnehmen



Grundsatzdiskussion „Regionales Produkt...“

- Abgrenzung der Region
- Was darf das Produkt enthalten?
- Wo darf es verarbeitet werden?



Wirklichkeit Regionalvermarktung...



- Nicht alle Zutaten sind regional einzukaufen (Gelierzucker - Konfitüre)
- Rechtliche Vorgaben / Zertifizierungen sind für Groß- und Kleinstbetriebe gleich (Kosten)
- Wenig regionale Verarbeitungsbetriebe
- Planung & Innovation benötigt Personal
- Übliche Lebensmittelpreise können zusätzliche Kosten nicht auffangen
- Es gibt nur eine kleine Zielgruppe, die einen höheren Preis zahlt...

Vermarktungsk Kooperationen in der Region...



- **Gastronomie** – Schnitzel ja – wo bleibe ich mit dem Rest? ... Preisgestaltung?
- **Handel** – gleichbleibende Qualität in einer festgelegten Menge zu vorgegebenen Preisen, kassentauglich abgepackt und gekennzeichnet... schaffe ich das?
- Bei nachzuweisender **Herkunft** – zusätzliche Hofaudits, Zertifizierungen, Label- oder Siegelkosten... ist das wirtschaftlich tragbar?
- Neue **Anforderungen** – innovativ sein – nur ausgewählte Produkte aus der Region verwenden... kann ich mir das leisten?

Was wird notwendig...

Zusammenarbeit!!

- Erzeugung
- Verarbeitung
- Vermarktung
- Verbraucher / Region



Beispiel „Geprüfte Regionalität“

- Rohstoffe aus der Region
- Verarbeitung in der Region
- Vermarktung in der Region
- Einsatz heimischer Futtermittel
- Verzicht auf Gentechnik
- Bisheriges Fazit 6 Betriebe
- Weserklasse – seit 2005 aktiv.. 20 Mitgliedsbetriebe...
- Regionalfenster 550 Lizenznehmer



Genussregion Oberfranken / Kulinarische Bauernhöfe

- Regionalitätsnachweis
- Hygiene
- 65,00€ für Audit alle 3 Jahre
- Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit
- 170 Mitglieder



Fazit

- Intensive Zusammenarbeit aller Beteiligten
- Auf den beteiligten Betrieben die Gegebenheiten anschauen, um gegenseitiges Verständnis zu Anforderungen und Möglichkeiten zu schaffen
- Miteinander Hemmnisse ausräumen und gegenseitige Unterstützung anbieten
- Innovative Exklusivprodukte schaffen, die allen Beteiligten eine Existenz ermöglichen
- Planungssicherheit geben

Regionaler Genuss...

...gibt der Region ein „Gesicht“ ...

...schont die Umwelt und erhält Arbeitsplätze...

Eine Chance!