

Regional-Klasse statt Industrie-Masse

Neue Vermarktungswege für ländliche Produkte

■ Die Deutschen wollen immer billigere Lebensmittel. Wirklich? Ein aktueller Trend geht genau in die entgegengesetzte Richtung: Immer mehr Verbraucher kaufen inzwischen Qualität und regionale Spezialitäten statt anonyme Massenprodukte. Außerdem möchten viele im Zeitalter von Gammelfleisch und Tierseuchen möglichst genau wissen, wo und wie die das produziert wird, was sie essen. Die regionale Vermarktung von Lebensmitteln kann solche Wünsche optimal befriedigen und bietet zugleich landwirtschaftlichen Produzenten neue Absatzwege mit guten Konditionen.



Einen eigenen Hofladen kann und will nicht jeder Landwirt betreiben. Um dennoch den Weg zum Verbraucher zu verkürzen – und dadurch mehr am Verkaufsumsatz teilzuhaben – sind zwei Konzepte entwickelt worden: Zum einen die Gründung einer Kette spezialisierter Regionalprodukt-Läden auf Franchise-Basis, zum anderen die Vermarktung landwirtschaftlicher Waren unter einer regionalen Marke über den klassischen Lebensmitteleinzelhandel.

Q-Regio-Hofläden

Für beide Ansätze gibt es erfolgreiche Beispiele. In der Uckermark, einer strukturschwachen Region mit über 25 Prozent Arbeitslosenquote im Nordosten Brandenburgs, entstand 2005 mit Förderung durch das Programm Regionen Aktiv

aus dem Milchvieh- und Käseproduktionsbetrieb Wolters das Franchise-Konzept Q-Regio. Selbstständige Lizenznehmer haben inzwischen fünf Q-Regio-Hofläden mit einheitlichem Auftritt in brandenburgischen Städten eröffnet. Zum Start gab es dabei Investitionsförderungen aus dem Leader-Programm der Zweiten Säule. Das Angebot der Läden umfasst regionale Lebensmittel von ausgesuchter Qualität, darunter viele handwerklich hergestellte Produkte von Kleinstbetrieben, Spezialitäten und Bio-Produkte.

Die Q-Regio-Läden, angesiedelt zwischen Feinkostgeschäft, Bioladen und Supermarkt, kommen bei den Kunden gut an. Die freuen sich über die heimischen Produkte und zugleich darüber, dass die gesamte Wertschöpfungskette vor der Haustür stattfindet. Das Regionalkonzept bedingt zugleich Saisonalität – es gibt frische Erdbeeren, aber nicht zu jeder Jahreszeit. Das erhöht die Glaubwürdigkeit. Die Zulieferer tragen durch ihre kleinteilige, landschafts- und naturschonende, häufig ökologische Wirtschaftsweise und zum Teil auch durch die Nutzung seltener Tier- und Pflanzenarten zum Erhalt der ländlichen Artenvielfalt bei.

Die über 60 Zuliefererbetriebe haben mit Q-Regio einen zuverlässigen, regelmäßigen Abnehmer. Auch Betriebe, deren Produktionsmengen für Großabnehmer nicht ausreichen, können so ihre Spezialitäten erfolgreich vermarkten. Auf diese Art sichert die Regionalvermarktung ländliche Arbeitsplätze bei den Produzenten, zusätzlich sind bisher schon elf Arbeitskräfte im Q-Regio-Vermarktungssystem beschäftigt. Weitere Läden in Brandenburg und Berlin sind geplant.

Regional-Label: Unser Land

In Bayern verfolgt das Netzwerk Unser Land bereits seit vielen Jahren einen anderen Weg bei

der Vermarktung regional produzierter Lebensmittel. Qualitätsprodukte von landwirtschaftlichen Betrieben aus neun Landkreisen rund um München werden unter dem gemeinsamen Label Unser Land in mehr als 600 Verkaufsstellen des Lebensmitteleinzelhandels verkauft, darunter zahlreiche Supermärkte.

Die Produzenten arbeiten entweder nach Bio-Richtlinien oder nach den ökologischen, ökonomischen und sozialen Richtlinien von Unser Land. Langfristig wird dabei immer eine Umstellung auf ökologischen Landbau angestrebt.



Weitere Ziele von Unser Land sind der Erhalt der bäuerlichen Landwirtschaft und der Kulturlandschaft, die Sicherung von Arbeitsplätzen im verarbeitenden Handwerk sowie kurze Transportwege. Das Netzwerk fungiert dabei als Schnittstelle zwischen Landwirten, verarbeitendem Handwerk und Vermarktern. Unser Land organisiert darüber hinaus Marketing und Logistik.

Wie Q-Regio erhielt auch Unser Land in der Startphase Fördermittel aus verschiedenen Programmen. Inzwischen sichert die Regionalvermarktung rund 70 Teilzeitarbeitsplätze in bäuerlichen Familienbetrieben und rund 180 Landwirte und Landwirtinnen können ihre Erzeugnisse über das Netzwerk vertreiben. (ms)

www.q-regio.de, www.unserland.info