

## **Drei Farben für Q-Regio Holländischer Käsehersteller vermarktet regionale Produkte**

**Prenzlau. Pieter Wolters setzt auf die Farben grün, gelb und orange. Der holländische Käsehersteller, der im uckermärkischen Bandelow mit dem "Uckerkaas" eine regionale Käseproduktion aufgezogen hat, will mit diesen Farben die Märkte erobern.**

Von Juliane Sommer, ddp

"Q-Regio heißt das Konzept, mit dem wir ein Franchise-System für die Vermarktung von regionalen Produkten ins Leben rufen wollen. Die Farben grün, gelb und orange werden das Laden-Outfit dominieren und überall für den Wiedererkennungseffekt sorgen: Hier gibt es Produkte aus der Region, Regionaltypisches eben", sagt Wolter. Den Namen "Q-Regio" werden auch die Läden tragen, die nach seinem Konzept überall in Brandenburg entstehen sollen.

### **Erfolgreicher Pilotbetrieb**

Nach einem anderthalbjährigen Pilotbetrieb zweier Q-Regio-Läden in Templin und in Prenzlau ist nun die landesweite Einführung des neuen Vertriebssystems geplant. Damit etabliert der Käsehersteller das erste bundesweite Franchise-System für Regionalprodukte. Nach dem Motto "Gemeinsam sind wir stark" setzt er dabei nicht nur auf seinen Käse, sondern auf eine breite Palette regionaler Erzeugnisse. Über 40 Produzenten seien bereits bei Q-Regio gelistet, sagt der Landwirt. Die Palette der Produkte reiche von Senf aus dem Barnim über Ziegenkäse aus dem Oderbruch, Sanddorn-Produkte aus der Prignitz bis zu Wild aus der Schorfheide. Viele der Produkte tragen das Gütesiegel des Biosphärenreservates Schorfheide-Chorin.

### **Ein eigenes Gesicht**

"Ein Garant für Regionalität und nachhaltiges Wirtschaften, das kommt bei den Kunden an", weiß Wolters. Um bei den Supermarktketten oder bei den Discountern gelistet zu werden, liefern die meisten regionalen Erzeuger nicht genügend Produkte. "Unsere einzige Chance war, eigene Vertriebsstrecken aufzubauen und dabei ein unverwechselbares Gesicht zu zeigen."

Klappt das Vorhaben, sollen Arbeitsplätze im Handel entstehen. Auch sichere es den Landwirten und kleinen Lebensmittelproduzenten Absatz.