

# Käsehersteller gründet Ladenkette

**Q-REGIO** Mit seiner neuen Idee will Pieter Wolters Regionalprodukten den Sprung in die Shopping-Meilen ermöglichen. Hofläden soll keine Konkurrenz entstehen.

VON MATTHIAS BRUCK

**PRENZLAU.** Mit der Gründung der Ladenkette „Q-Regio“ wollen der Bandelower Käsehersteller Pieter Wolters und über 40 weitere Regionalproduzenten jetzt den Sprung in die Shopping-Meilen wagen. „Nach einer anderthalbjährigen er-

folgreichen Testphase zweier Q-Regio-Läden in Prenzlau und Templin soll die neue Ladenkette überall im Land Brandenburg etabliert werden“, kündigte der Gründer des Labels Wolters gestern in Prenzlau an. Auch eine Ausweitung nach Mecklenburg-Vorpommern und anderen Bundesländern sei möglich. Zur Produktpalette gehören unter anderem Ziegenkäse, Sanddorn-erzeugnisse, Senf und Wildfleisch.

Die Farben Gelb, Orange und Grün, die das Outfit der einheitlich nach dem Franchise-System geführten Läden bestimmen, sollen künftig von Pasewalk bis Eisenhüttenstadt von regionaler Qualität künden. „Damit haben wir das bundesweit erste Franchise-System für Regionalprodukte aus der Taufe gehö-

ben“, sagte Wolters. Möglich wurde das durch die Hilfe von Förderprogrammen, die Geld für die Konzepterarbeitung und Entwicklung sowie Anschaffung der Ladeneinrichtungen zur Verfügung stellten. „Das Konzept von Wolters passte genau in unsere Förderkulisse“, erklärt der Pressesprecher von Regionen aktiv Barnim-Uckermark Michael Ahlers. Auf sich allein gestellt hätten viele regionale Produzenten nur sehr geringe Chancen, sich am Markt zu etablieren. Für eine Listung bei den großen Kettenreiche der Produktionsausstoß nicht aus. Zudem könnten die

**„Es ist das erste Franchise-System für Regionalprodukte.“**

meist in handwerklicher Produktion hergestellten Waren nicht mit den Billigprodukten aus industrieller Lebensmittelherstellung konkurrieren. „Der Aufbau eines eigenen Vertriebssystems war daher zwingend notwendig. Und dieses nach dem Franchise-System zu führen, machte Sinn. So ist der Wiedererkennungseffekt für den Kunden am größten. Und das Label Q-Regio kann sich als eigenständiges Marketing-Instrument etablieren, das für garantierte Regionalität, Qualität und Geschmack steht“, erklärte Wolters.

Hofläden will die neue Laden-

kette keine Konkurrenz machen. „Hofläden bieten zumeist die eigenen Produkte mit einer kleinen Zusatzpalette. Sie wenden sich meist an Touristen. Wir gehen in die Städte, wo die Kaufkraft zu Hause ist. Und wir bieten ein Sortiment, das so breit wie möglich ist“, sagte Wolters.

Im Allgemeinen hat ein Franchise-Nehmer das Recht und die Pflicht, ein Geschäft entsprechend dem Konzept des Franchise-Gebers zu betreiben. Dies berechtigt und verpflichtet den Franchise-Nehmer, gegen ein Entgelt den Systemnamen und die wirtschaftlichen und technischen Methoden des Franchise-Gebers zu nutzen. Dieser gewährt dann auch betriebswirtschaftliche Unterstützung.